

MUHARREM YILMAZ / SÜTAŞ

"LİDERLİĞİMİZİ GÜÇLENDİRECEĞİZ"



ROBERT J. SHILLER

"İKİ DİPLİ RESESYON OLASI"

capital.com.tr

Haziran 2021

Yıl 29
2021/6

20.00 TL

ISSN 1300-5960

KKTC FİYATI: 25.00 TL

Capital

AYLIK İŞ VE EKONOMİ DERGİSİ

ARAŞTIRMA

DEVLERE KUR DOPİNGİ

TREND

HANGİ ALANA KAYIŞ VAR?

SEKTÖRLER

ZORLU MÜCADELE

TEDARİK

ZİNCİRDE DÖNÜŞÜM

FİBA GRUBU'NU ÇOCUKLARINA BIRAKAN HÜSNÜ ÖZYEĞİN'İN, DEVİR SONRASI YAŞAMI VE ODAĞINDAKİ İŞLER...

DUAYENİN YENİ HAYATI



Vodafone Veri Merkezi: şirketiniz için iş sürekliliği ve veri güvenliği

Birlikte mümkün.

Birlikte mümkün
vodafone business

PROFIN
COLLAGEN

Yüksek Teknoloji Üretimle
Mükemmel Çözünürlük

Son teknoloji ekipmanlar ile üretilen Profin Kolajen Peptitler; mükemmel çözünürlük, ısı stabilete, gıda asitlerine karşı kararlılık ve mükemmel berraklıkla, üretim için her zaman ideal bir yapı sunar.

Profin Kolajen Peptitler, son teknoloji ekipmanlar ile güvenli ve sertifikalı bir üretim sürecinden geçerek (ISO 9001, ISO 22000, GMP, BRC ve TSE Helal standartları) özel olarak üretilmiş proteinlerdir.



İSKEFE HOLDİNG markasıdır.

HALAVET GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş. İstanbul Deri Organize Sanayi Bölgesi 1.Yol F1/A Parsel, Tuzla 34956 İstanbul
T (0216) 394 19 95 F (0216) 394 19 96 E info@halavet.com.tr www.halavet.com.tr

DB
DOĞAN BURDA DERGİ

Yayıncı
Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş

İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü Sedef Seçkin Büyük (Sorumlu)
Yayın Yönetmeni Ebru Fırat Tayman
Yazı İşleri Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel
Haber Müdürü Nilüfer Gözütok Ünal
Yazı İşleri Müdür Yardımcısı Özlem Aydın Ayvacı
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Editörler Elçin Cirik, Aslı Sözbilir, Ayçe Aksakal, Nil Dumansızoğlu (Muhabir)
Sayfa Yapımcısı Ozan Gürel
Fotoğraflar Gökhan Çelebi, Hüseyin Öngen
Etkinlik ve Proje Direktörü Ali Erman İleri
Marka Müdürü Gökçe Aykaç Mutlu
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen Tel: 0 312 207 00 71
Katkıda bulunanlar Yaman Tetik

capital@capital.com.tr **www.doganburda.com**

Yönetim
Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kurucu
Üretim ve Planlama Direktörü (Tüzel Kişi Temsilcisi) Yakup Kurtulmuş
Dijital İçerik Direktörü Eren Demir

Kurumsal İletişim Müdürü Funda Demirci Ayan

Reklam
Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokça
Grup Başkan Yardımcısı Seda Erdoğan Dal, Işıl Baysal Turan
Satış Koordinatörü Burcu Acavut, Neyran Çınar, Burcu Kevser Karaçam
Satış Müdürü Maya Yılmaz
Bölgeler Reklam Müdürü Hülya Erdoğan
Tel: 0 212 336 53 72 **Faks:** 0 212 336 53 91
Ankara Reklam Satış Koordinatörü Sezinur Balıkçıoğlu
Hedef Sayfalar Reklam Koordinatörü Aysel Şener
Hedef Sayfalar **Tel:** 0 212 336 53 70 **Faks:** 0 212 336 53 91
Ankara Reklam Satış Müdürü Beliz Balıbey **Tel:** 0 312 207 00 72 -73
Proje Müdürü Selçuk Ergenç
Teknik Müdür Ayfer Kaygun Buka **Tel:** 0 212 336 53 61 - 62

Rezervasyon
Tel: 0 212 336 53 00-57-59 **Faks:** 0 212 336 53 92-93

Uluslararası Reklam Satış Temsilcilerimiz
ALMANYA: Michael Neuwirth
T +49 89 9250 3629 / michael.neuwirth@burda.com
AVUSTURYA/İSVİÇRE: Christina Bresler
T. +43 1 230 60 3050 / Christina.Bresler@burda.com
FRANSA/LUKSEMBURG/BELÇİKA /HOLLANDA: Marion Badolle-Feick
T. +33 1 72 71 2524 / marion.badolle-feick@burda.com
İNGİLTERE/İRLANDA: Jeannine Soeldner
T. +44 20 3440 5832 / jeannine.soeldner@burda.com
ABD/KANADA/MEKSİKA: Salvatore Zammuto
T. +1 212 884 4824 / salvatore.zammuto@burda.com
YUNANİSTAN/PORTEKİZ /İSPANYA/HİNDİSTAN /ASYA: Jessica Loose
T. +49 89 92 50 2468 / jessica.loose@burda.com
İSKANDİNAV ÜLKELERİ: Ulrik Brostrom
T. +45 23 28 9769 / ubr@jbmedia.dk

Yönetim Yeri
Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12 Trump Towers Kule 2
Kat:21-22 (34387) Şişli İsanbul
Tel: 0 212 410 32 00 **Faks:** 0 212 410 35 81

Baskı Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad. No:16 Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 • Fax: (0216) 365 99 07-08 • www.bilnet.net.tr Sertifika No: 42716
Dağıtım Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.
Yayın Türü Ulusal, süreli, aylık FIPP üyesidir.

Copyright ©2008 by G+J International Magazines GmbH, Hamburg
This magazine is published under license from G+J International Magazines GmbH. All rights to the licensed title/trademark and concept are owned by G+J International Magazines GmbH. Reproduction whether in whole or in part without permission of G+J International Magazines GmbH is prohibited. The title CAPITAL and the logo thereof are registered trademarks of or in trust of G+J International Magazines GmbH.

Copyright ©2008 G+J International Magazines GmbH, Hamburg
Bu dergi G+J International Magazines GmbH tarafından yayımlanmaktadır. Her türlü isim, marka ve konsept hakları G+J International Magazines GmbH'ye aittir. Herhangi bir metin ya da bölüm G+J International Magazines GmbH'nin izni olmaksızın alınmaz. Capital Dergisi'nin isim ve logosuna ait tüm ticari marka hakları G+J International Magazines GmbH'a aittir.

© Capital Dergisi **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş** tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Capital Dergisi'nin isim ve yayın hakkı **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş**'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00
okurhizmetleri@doganburda.com
DB Abone Hizmetleri hattı
Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13 abone@doganburda.com
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

Google play Available on the App Store



Tünelin ucundaki umut ışığı

Önümüzdeki birkaç yıl dünyayla birlikte COVID-19 salgınının ekonomik ve toplumsal etkilerini yaşıyor olacağız. İyi senaryolara göre salgın sonrası güçlü bir toparlanma gerçekleşebilir. Uzmanlar önümüzdeki döneme ilişkin keskin öngörüler yapamıyor, neler olacağını hep birlikte yaşayıp göreceğiz. Ancak mayıs ayında bizzat Profesör Dr. Uğur Şahin tarafından, Türkiye'ye haziran ayında 30 milyon, eylül sonuna dek ise 120 milyon doz BioNTech aşısı gönderileceğinin açıklanmış olmasının Türkiye'nin ekonomik performansı açısından kritik önemde olduğunu düşünüyorum. Tıpkı tünelin ucundaki ışık gibi herkese ilerleme gücü ve motivasyon sağlayan bu tip umut verici olumlu gelişmelerin artmasını diliyorum.

Elbette vaat edilen aşılar, yılın ilk 3-4 ayında Türkiye'ye ulaşmış olsaydı her anlamda çok daha iyi olurdu. Sağlık sistemimiz ve hekimlerimiz bu denli zorlanmazdı, eğitim, turizm gibi pek çok alanda normalleşmeye başlayabilirdik. Ancak maalesef mümkün olamadı ve Türkiye önemli bir fırsatı kaçırdı.

Yine de haziran sonuna dek yapılacak yoğun aşı programının Türkiye için önemli bir adım olacağına inanıyorum. Yoğun aşılama sonrası eylülde okulların açılabileceğini, çocuklarımızın ve öğretmenlerimizin çok özledikleri yüz yüze eğitime başlayabileceğini düşünüyorum. Turizmde ise temmuz, ağustos, eylül ve ekim ayları kazanılabilir. Salgını yönetme ve aşılama konusunda elde edilecek her kazanımın refah anlamında da olumlu katkılar yapacağı aşikar.

Editör arkadaşım Aslı Sözbilir'in özel bir söyleşi gerçekleştirdiği Nobel ödüllü ünlü ekonomist Robert J. Shiller, "Eğer pandemi hızlı sonlandırılabilirse krizden çıkabilir ve 2022 itibarıyla 2019'daki rakamları geçebiliriz" diyor. Aksi halde iki dipli resesyon uyarısı yapıyor.

Bu ay Capital'de çok değerli iş insanlarıyla söyleşilerimiz bulunuyor. Kapak söyleşimiz ise Türk iş dünyasının duayen ve sıra dışı isimlerinden olan Hüsnü Özyeğin. İşleri oğlu Murat Özyeğin ve kızı Ayşecan Oktay'a devrederek Özyeğin Üniversitesi'ne odaklanan Hüsnü Bey, "Bu devri birkaç yıl önce yapmalıydım. İşleri benden daha iyi idare ediyorlar" diyor. Sütaş Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Yılmaz da uzun süren sessizliğini Capital için bozdu ve Sütaş'ın yeni dönem hedeflerini anlattı. Yıldızlar Yatırım Holding Yönetim Kurulu Üyesi Hakkı Yıldız ile de ağaç ve orman ürünleri, demir- çelik ve gübre sektörlerine odaklanarak büyüme planlarını konuştuk. İlginizi çekeceğini düşünüyoruz.

Keyifli okumalar diliyorum. Sağlıkla kalın.

Sedef Seçkin Büyük

Capital

www.capital.com.tr

YIL 29 SAYI 6 HAZİRAN 2021



KAPAK

"KENDİ MARKAMIZI YARATAMADIM"

56

Bugünlerde tüm zamanını üniversiteye ayıran iş dünyasının duayeni Hüsnü Özyeğin, "Kendi markamızı yaratabilseydik, Türk ekonomisine daha fazla faydamız olurdu" diyor.

64

ARAŞTIRMA



DEVLERE KUR DOPİNGİ

Koç Holding'den Sabancı'ya, Yıldız Holding'den Anadolu Grubu'na Türkiye'nin 39 büyük grubunun ciro, kârlılık ve büyüme rakamları Capital'in "Holdingler" araştırmasında!

SÖYLEŞİ

74

"İKİ DİPLİ RESESYON OLASI"

Nobel Ekonomi ödüllü Yale Üniversitesi profesörü Robert J. Shiller, COVID-19'un mutasyonları sonucu yayılan kaygıların, harcamalarda azalmaya neden olacağını belirtiyor.



SÖYLEŞİ



"LİDERLİĞİMİZİ GÜÇLENDİRECEĞİZ" 88

Sütaş Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Yılmaz, "Pazarda lider olmadığımız diğer kategorilerde de pazar payımızı artırmak istiyoruz" diyor.



"CİROYU 4'E KATLARIZ" 104

Ciroyu 4'e katlayacaklarını belirten Yıldızlar Yatırım Holding Yönetim Kurulu Üyesi Hakkı Yıldız, büyümeyi yeni yatırım ve şirket alım fırsatlarıyla sağlayacaklarını belirtiyor.



"HEDEF AVRUPA'DA BÜYÜMEK" 120

Avrupa'da büyüyeceklerini söyleyen Titanic Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Aygün, "Orada paranın maliyeti düşük olduğu için daha iyi hareket edebiliyoruz" diyor.

ARAŞTIRMA



ZORLU MÜCADELE 80

Pandemi sonrası 27 sektörü zorlayan başlıkları ve nedenlerini araştırdık. Artan zorluklar sektördeki pek çok oyuncuyu iflas, üretimi durdurma gibi çok olumsuz sonuçlarla yüzleştiriyor.



KAYIŞ HANGİ ALANA? 96

Gıdada organik ürün pazarı büyürken mobilyada oturma grubu satışı artıyor. Gayrimenkulde talep az katlı, bahçeli konutlara kayarken beyaz eşyada derin dondurucu satışları ise yükselişte.



ZİNCİRDE DÖNÜŞÜM KAZANDIRDI 112

COVID-19 sonrası global tedarik zinciri felce uğrayanlar tedarikte yerelleşmeye yöneliyor. Yakın coğrafyalara yönelenler olduğu gibi marka ve ülke çeşitlemesine gidenler de oluyor.

AKBANK

Akbanklı doğulmaz, Akbanklı olunur! Mobilden 7/24 mesela...

İstediğin zaman, istediğin yerden
mobilden Akbanklı olma dönemi başladı.



YÖNETİM 128

KAÇ KUŞAK BİR ARADA?

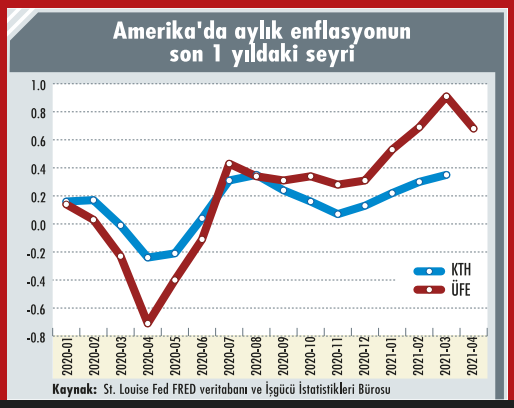
Z kuşağının iş dünyasına dahil olmasıyla pek çok şirkette 4 kuşak bir arada çalışıyor. 4 kuşaklı yönetim kurum kültürünü zenginleştirip şirket performansını pozitif yönde etkiliyor.



KONJONKTÜR 28

KUSURSUZ FIRTINA GELİYOR MU?

Yüksek enflasyonun düşük faizleri artırması olası görülüyor. Bu durumun da gelişmekte olan ülke piyasalarına, özellikle de ülkemize etkisi kaçınılmaz olacak gibi.



Kaynak: St. Louise Fed FRED veritabanı ve İşgücü İstatistikleri Bürosu

RICHARD BRANSON 10
KISA KISA 12
PROJEKSİYON 24
İNSANLAR 36
İŞ'TE ANADOLU 44
THOMAS FREY 46
KİTAP 48
10 SORU 50
DİJİTAL CEO 126
ZİRVE YOLU 134
FINANCE SUITE 163
KİŞİSEL YATIRIM 164
INFOCARD 174
EXPAT 179

YÖNETİM



EN KIDEMLİ "C" KİM? 136
Kurumsal sürdürülebilirlik ve hızlı aksiyon alma becerisi C-seviyede kalma süresini uzatıyor. Koltuğunu en uzun süre koruyan C-seviye yöneticilerse CEO, GMY ve CFO'lar.

FİNANS



"BİREYSELDE HEDEF YÜZDE 50" 142
Fibabanka Genel Müdürü Ömer Mert, iş birlikleri ve odağa aldıkları ekosistem bankacılığıyla yüzde 17 olan bireysel kredi payını 1,5-2 yılda yüzde 45-50 bandına taşımayı hedefliyor.



TÜZELDE KOBİ HESABI 148
Bankacılıkta tüzel tarafta yüzde 20'lere varan büyüme öngörülüyor. Bankalar da bu ortamda ağırlıkla KOBİ tarafına yoğunlaşmış durumda, ana kitle ise ihracatçı KOBİ'ler olacak.



"İKİNCİ YARI İYİ GEÇER" 156
Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü Yılmaz Ertürk, 18 yaş altının sisteme girmesiyle sektörde asıl hareketlenmenin 2021 sonu ve gelecek yıl yaşanacağını söylüyor.



"DEĞER KAYBI SÜREBİLİR" .. 160
Yılın geri kalanı için enflasyon ve faiz vurgusu yapan HSBC Portföy Yönetimi Genel Müdürü Nilgün Şimşek, TL'nin yılın kalanında değer kaybetmeye devam edebileceğine işaret ediyor.

YAŞAM

"SIFIRLANMA ZAMANI" 169

GÖRÜŞLER

Ian Bremmer / BIDEN'IN ÇİN YAKLAŞIMI 52
Yiğit Kulabaş / SAPIENS'TEN COVID-19'A 72
Mehmet Öğütçü / SAĞLIKLI YAŞAM 94
Ali Özgenç / DENEYİM EKONOMİSİ 125
Mehmet Gerz / YÜKSEK ENFLASYON VE DEVALÜASYON TÜRKİYE'NİN KADERİ Mİ? 178

hepsiemlak

hürriyet emlak'ın yeni adresi



Dogan

hepsiemlak.com'u ziyaret etmek için QR kodu cep telefonunuza okutun.



RICHARD

YAŞLILARIMIZDAN ALINAN DERSLER

Her daim büyüklerimizden, özellikle de The Elders'tan birçok ders alabiliriz. Bireylerin ve ekiplerin nasıl muazzam bir fark yaratabileceğini tartışmak üzere programı birlikte sunduğum John Fugelsang ile Sirius XM'e geri dönmek muhteşemdi. The Elders'ın başkanı, eski İrlanda Cumhurbaşkanı, eski BM İnsan Hakları Yüksek Komiseri ve sevgili arkadaşım Mary Robinson da bize katıldı. Mary'yle birbirimizi uzun yıllardır, The Elders kuruluşunun kurucu üyesi olduğu günden beri tanıyoruz. The Elders, barış, adalet ve insan hakları için bir arada çalışan bağımsız global liderler grubu. Virgin Unite ve ortakları tarafından tasarlanan bu oluşum, ilk başta Nelson Mandela ve eşi, insan hakları lideri Graca Machel tarafından bir araya getirildi. Mandela her bir üyeden "korkunun olduğu yerde cesareti desteklemelerini, çatışma olan yerde anlaşmayı teşvik etmelerini, umutsuzluk olan yerde umut aşılamalarını" istemişti. Mary, bu değerlerin sıra dışı bir örneği olmayı sürdürüyor.

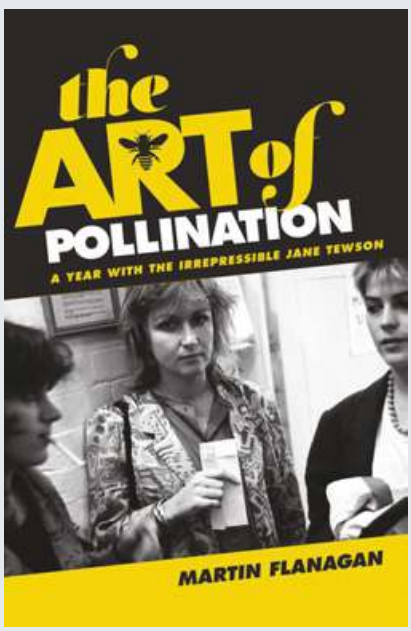


Mary'yle her konuştuğumda ve The Elders'ın başardıklarını hatırladığımda, içim neredeyse 15 yıl önce The Elders oluşumunun kıvılcımını çakan aynı umut ve ilhamla doluyor. COVID-19 salgını dünyanın mevcut eşitsizliklerini son derece sert bir şekilde ortaya çıkarmışken The Elders bu zor zamanlarda bana ve daha pek çoklarına ilham olmaya devam ediyor.

LİDERLER NEDEN SESİNİ ÇIKARMALI?

Program sırasında John'a, The Elders'ın bilgelikleri, dengeli karar

LITERATI'YLE OKUDUKLARIM



Bu ay Literati Kitap Kulübü'mdeki okurlarla Martin Flanagan'ın The Art of Pollination eserini paylaşmanın heyecanını yaşıyorum. Kitap bize Jane Tewson'ın öyküsünü anlatıyor. Tewson gerçekten hayran olduğum bir kadın ve herkesin bilmesi gereken bir öyküsü var. Her daim kitap kulübümüzde paylaşılan gözlemlerin, soruların, tartışmaların ve fikirlerin her birinden ayrı ayrı etkileniyorum, bu yüzden mayıs ayı boyunca grupla Jane'in öyküsünü paylaşmayı iple çekiyorum. İkimizin de 20'lerimizde olduğumuz zamanlardan bu yana Jane'i tanıdığım için kendimi şanslı sayıyorum. Jane, Virgin Unite'ın çok uzun zamandır yediemini olan Comic Relief'in arkasındaki beyin, ayrıca kendi hayır kurumu olan Igniting Change'i de yönetiyor. İddiasız bir doğal afet olarak Jane, sessiz sedasız dünyayı dönüştürmeye uğraşıyor ve gittiği her yerde yaşamları aydınlatıyor.

The Art of Pollination, Jane Tewson'ı ve Igniting Change'i bu kadar benzersiz ve birleştirici bir güç haline getiren şeyin özünü ustalıkla ele alan bir kitap. Muhteşem bir yazar olan Martin Flanagan tam anlamıyla Jane'in etkisinin nasıl ve neden bu kadar büyük olduğunu derinlemesine ele alıyor ve gerçekten ikna edici bir okuma ortaya koyuyor.

Ofisimden içeri girip yakın zaman önce kurduğu Charity Projects adlı yeni bir hayır kurumunun tüm genel masrafları için fon sağlamamızı rica ettiği günü hatırlıyorum. Daha o dakikada onda özel bir vasıf olduğunu anladım ve yardım etmeyi

BRANSON



verme yetileri ve barışa dair değişmez bağlılıkları konusunda benzersiz olmaları anlamında yaşlı olsalar da insan hakları için mücadele etmek için ortaya koydukları enerji ve çabaya göre 'yaşlı' gibi davranmadıklarından bahsettim. Neden iş dünyası liderlerinin toplumsal konularda sesini çıkarması gerektiğini tartıştık ve Mary, bunu çok güzel açıkladı:

"Dünyamızdaki faaliyetlerin çoğu, ister iklim krizine ister göçe isterse yıkıcı fakirliğe yönelik olsun, iş dünyasınca ele alınabilir ve alınmalıdır da. İş dünyası liderleri daha bütünleşik ve birbiriyle ilişkili bir yaklaşımı benimsemeli. Güçlü bir ahlaki pusula, tutku, şefkat ve empatiyle çalışmalı."

Buna tüm kalbimle katılıyorum ve mültecilere yardım etmekten Ölüm Cezasına Karşı İş Dünyası Liderleri Beyanı'nı insanlara sunmaya kadar bu sözleri eyleme geçirmeye çalışıyoruz. Mary ve ben, daha çok COVID-19'un global eşitsizlikleri nasıl daha kötü hale getirdiğinden bahsettik ve sorunlar arasındaki kesişim noktalarının altını çizdik. Mary'nin "adaletsizliğin beş katmanına" dair açıklamasını öğrenmek için programı dinleyin. Mary'nin açıkladığı üzere fakirlik cinsiyet, yeni nesiller, gelişim yolları ve bizzat doğa tümüyle birbiriyle ayrılmaz biçimde iç içe geçmiş durumda. Mary programın sonunda şöyle dedi:

"Ben başkan olabilirim ama tüm yoldaş yaşlılar grubumu tevazuyla dinler, onlardan çok şey öğrenirim."

Ben de The Elders topluluğunun her bir üyesini tevazuyla dinliyorum ve sizi de aynısını yapmaya davet ediyorum. Bilhassa, The Elders'ın, tümü iklim değişikliğine karşı güçlü çözümler ileri süren kadınlar hakkında olan Finding Humanity ve Mary's Mothers of Invention internet yayınlarına bir bakın. The Elders'ın özünden ne kadar çok kişi ders alırsa, dünya o kadar daha iyi bir yer halinde gelecek.

kabul ettim. Böylece yüzde 100 kârın doğrudan iyi amaçlar için kullanılmasını sağlayabilecekti.

İNSANLARI BİRBİRİNE BAĞLAYAN KÖPRÜ

O buluşmadan sonra Jane durmayıp Red Nose Day ve Comic Relief'i kurdu. Bu kuruluşlar milyonlarca hayatı değiştirmek üzere 1 milyar sterlinin üzerinde para topladı. Jane şu anda dünyada ve insanların yaşamında muazzam etkisi olan Avustralya merkezli hayır kurumu Igniting Change'i yönetiyor. Onlar eski hükümlülerin istihdam edilmesinden uyuşturucu bağımlılığıyla mücadeleye kadar çok ilgi gösterilmeyen amaçlara yönelik faaliyet yürütüyor ve yardım ettikleri topluluklarla bu topluluklar için çalışıyor. Geçmişte Igniting Change'in Virgin Unite Buluşmaları için bir araya getirdiği bir grup insanla vakit geçirmek bir keyifti. Jane'in dediği gibi: "Biz normalde asla bir araya gelmeyecek insanları birbirine bağlayan bir köprü oluşturuyoruz ve bunu yaptığımızda kıvılcımlar uçuşuyor. Vurulan damgayı ortadan kaldırmak, o kişinin yaftalanmadığını görmek, insanların öykülerini paylaştıkları bir platform oluşturmak için gerçekten çok çalışıyoruz."



JANE TEWSON

The Art of Pollination şefkatin ve merakın dünyayı nasıl daha iyi bir yer haline getirebileceğini gösteriyor. Bana umut veren ve insanlığın içindeki iyiliği bana hatırlatan da işte Jane gibi insanlar ve umarım Literati okurları da onun öyküsünü benim kadar ilham verici bulur.

HAZIRLAYAN: NİL DUMANSIZOĞLU ndumansizoglu@capital.com.tr

Kurumsal

Zorlu Holding sıfır emisyon hedefini açıkladı

Zorlu Holding, Akıllı Hayat 2030 stratejisi doğrultusunda benimsediği çevresel, sosyal ve yönetişim (ÇSY) alanlarında belirlediği değer yaratacak hedeflerini paylaştı. 2030 yılına kadar net sıfır emisyona ulaşmayı amaçlayan Zorlu Grubu, 2050 yılına kadar bu hedefi tüm değer zincirini kapsayacak hale getirecek. Atıkları 2030'a kadar yüzde 50 oranında azaltmayı ve 2050'ye kadar da sıfır atık noktasına ulaşmayı hedefleyen holding, 2030'a kadar kullanılan suyun yüzde 50'sini, 2050'ye kadar da tamamını geri kazanmayı amaçlıyor.

BETA Kimya yüzde 35 büyüdü



Geçen yıl temmuz ayında 315 milyon TL'lik yerli yatırımla Orta Doğu ve Doğu Avrupa'nın en büyük yapıştırıcı ve tutkal üretim tesisinin temelini atan BETA Kimya, 2020 yılını yüzde 35 büyümeyle tamamladı. Son kullanıcılara yönelik akıllı ve pratik ambalajlı hızlı yapıştırıcı, bantlar, çok amaçlı spreyler ve silikon gibi 40'a yakın yeni ürünle yapı marketler ve e-ticaret sitelerine adım attıklarını söyleyen genel müdür Cihat Sayacı, "Önümüzdeki dönemde, yapı market ve e-ticaret kanallarının toplam ciromuzdaki payını büyütmeyi hedefliyoruz" dedi.

İsmail Uzelli'ye yeni görev



Elektronik güvenlik alanında faaliyet gösteren Sensormatic CEO'su İsmail Uzelli, Securitas'ın Avrupa elektronik güvenlik başkanlığı görevine atandı. Uzelli, eş zamanlı Sensormatic CEO'su olarak görevini sürdürecek. Dünya devi bir şirkette son derece prestijli bir göreve seçilmesinden gurur duyduğunu söyleyen İsmail Uzelli, "Önümüzdeki dönemde şirketin başarısını daha ileriye taşımak için çalışacağım" dedi.

Toyo'dan sürdürülebilirlik hamlesi



Toyo Matbaa Mürekkepleri, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne imza atarak dünyanın en büyük kurumsal sürdürülebilirlik hareketine katıldı. Konuyla ilgili konuşan Toyo Matbaa Mürekkepleri CEO'su Yakup Benli, "Sürdürülebilir ekonomi için iş ortaklarımızın beklentilerini ve ihtiyaçlarını doğru analiz ederek yeni ürün ve hizmetler geliştirmeye odaklanıyoruz" dedi.

NET İnşaat'tan Kapaklı'ya yatırım



Çerkezköy OSB ve Kapaklı OSB'ye komşu, hızla gelişmekte olan Tekirdağ'ın Kapaklı ilçesinde hayata geçen Model Sanayi Merkezi, INNO Gayrimenkul Yatırım yönetiminde, NET İnşaat'ın ana yüklenicisi olarak 2021 yılında teslimlere başlıyor. Yatırımla ilgili açıklama yapan NET İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Ali Yaman, "Sanayinin kalbinin attığı Kapaklı'da böyle bir yatırım gerçekleştirmekten, bölgeye yüksek istihdam, ülke ekonomisine katkı sağlamaktan büyük mutluluk duyuyoruz" dedi.

Turkish Cargo, Münih'i ağına ekledi



Turkish Cargo, Frankfurt'tan sonra Münih'i de direkt kargo uçuşu gerçekleştirdiği destinasyonlar arasına ekledi. Konuyla ilgili açıklama yapan Türk Hava Yolları Genel Müdür Yardımcısı Turhan Özen, "Yeni destinasyonla pazarın lider ihracatçılarına global hava kargo markası olarak istikrarlı ve güvenilir bir iş birliği sunuyoruz. Katkı sağladığımız sektörler ve yarattığımız büyük ekosistemle birlikte ülkemizin kalkınmasında ve küresel ticaretin rekabet gücünün artırılmasında üstlendiğimiz kritik rolümüzü kararlılıkla sürdürüyoruz" dedi.

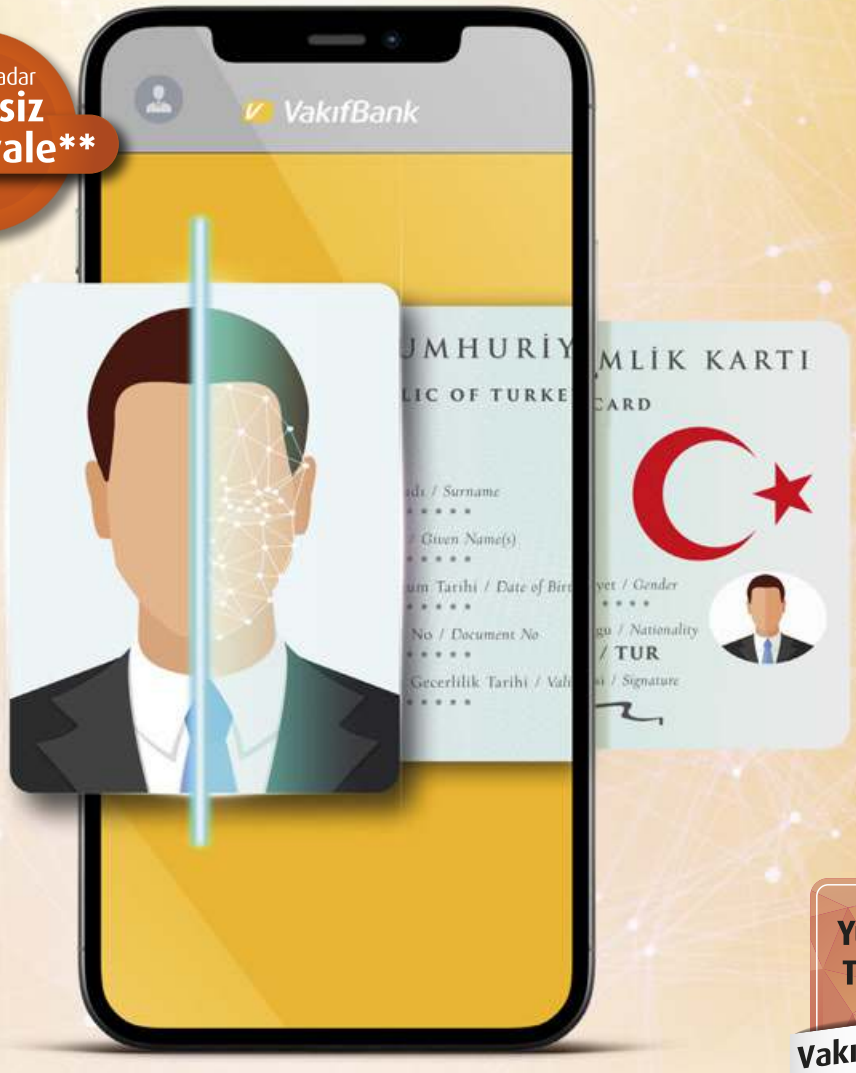
Yüz Tanıma Teknolojisi ile VakıfBanklı olmak çok kolay

Teknolojileriyle hayatı kolaylaştıran VakıfBank'tan bir yenilik daha.
Yüz Tanıma Teknolojisi sayesinde NFC ile kimliğinizi okutun, müşteri temsilcimizle görüntülü görüşmenizi yapın; şubeye gitmeden, evrak imzalamak için kurye beklemeden dilediğiniz yerden kolayca VakıfBanklı olun.*

VakıfBank, daima seninle.

2023'e kadar
ücretsiz EFT/Havale**

Avantajlı Mevduat Tanışma Faizi**



Yüz Tanıma Teknolojisi
VakıfBank Dijital

*Cihazda NFC desteği olmadığında ya da Nüfus Cüzdanı ile başvuru yapıldığında başvuru süreci kurye ile devam edecektir.
**EFT/Havale masraf muafiyeti 31.12.2022 tarihine kadar sürecektir. Avantajlı Tanışma Hesabı'nı Mobil Bankacılık uygulamamızdan; Hesaplar - Vadeli - Hesap Aç - Avantajlı Vadeli Hesap menüsünden, İnternet Bankacılığı kanalında, Hesaplarım - Vadeli Hesaplarım-Vadeli Hesap Açma - Avantajlı Vadeli Hesap Açma menüsünden açabilirsiniz. Detaylı bilgi www.vakifbank.com.tr'de.

444 0 724 | vakifbank.com.tr

VakıfBank
Burası Sizin Yeriniz

/vakifbank

Yatırımcıyı Ar-Ge çekiyor



Uluslararası danışmanlık şirketi Kearney, pandemi nedeniyle yavaşlayan küresel doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının 2016'daki tarihi zirvesine ancak 2028'de dönebileceği öngörüsünde bulundu. Kearney Türkiye Yönetici Ortağı Onur Okutur, Ar-Ge ve veriyle ilgili düzenlemelerin ağırlığındaki artışın, teknolojinin küresel ekonomiyi şekillendirmedeki rolündeki artıştan kaynaklandığını belirtti. "Ar-Ge desteklerinin sadeleştirilip basitleştirilmesinin yatırım ortamını daha da iyileştireceğine inanıyoruz" dedi.

EMEA Finance'tan ÜNLÜ&Co'ya ödül



ÜNLÜ&Co, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika piyasalarının önde gelen finans dergilerinden EMEA Finance tarafından düzenlenen Europe Banking Awards 2020'de, "Best M&A House-Turkey" ödülünü kazandı. Ödülle ilgili açıklama yapan ÜNLÜ&Co Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Mahmut L. Ünlü, "Bu ödüle layık görülmek bizim için oluşturduğumuz değerin net bir göstergesi. Ödülü almamıza katkı sağlayan başta çalışanlarımıza, değerli müşterilerimize ve tüm iş ortaklarımıza teşekkür ederim" dedi.

Vodafone Sigorta'dan yeni ürün

Vodafone Sigorta Aracılık Hizmetleri, müşterilerine dijital ortamda sunduğu sigorta tekliflerine bir yenisini ekledi. Aksigorta iş birliğiyle sunulan yeni "Doktorum Yanımda" ürünüyle bireysel Vodafone müşterilerine, yılda 60 TL'ye, ferdi kaza sigortasının yanı sıra sınırsız online sağlık danışmanlığı, psikolojik danışmanlık ve diyetisyen hizmetiyle birlikte tek seferlik ücretsiz check up hizmeti sunuluyor. "Doktorum Yanımda" ürününe, Vodafone Yanımda uygulaması ve çağrı merkezi üzerinden erişilebiliyor.





Mastercard'dan El Ele Destek Hareketi

COVID-19 nedeniyle artan ihtiyaçlara cevap vermek ve ekonomik bir hareketlilik yaratmak için Mastercard ve İhtiyaç Haritası'nın oluşturduğu sosyal pazar yeri "El Ele Destek Hareketi" hedeflediği 20 ilde çalışmalarını tamamladı. Projenin 20 ilden sonraki hedefiyse tüm Türkiye'de bu uygulamayı yaygınlaştırarak ihtiyaç sahipleriyle esnafı ve destekçileri buluşturmak.

İş Portföy'den siber güvenlik fonu

İş Portföy, Siber Güvenlik Teknolojileri Değişken Fon'unu yatırımcılarla buluşturdu. İş Portföy'ün genel müdürü Tevfik Eraslan, yeni fonları ve siber güvenlik hakkında, "Dünyadaki yapısal dönüşümlerden gücünü alan, geleceğin yatırımı olacağını düşündüğümüz özgün temalara dayalı fon yelpazemizi genişletiyoruz. Dijitalleşen dünyanın güvenlik kalkanını oluşturan şirketlere yatırım imkanı sunacak yeni fonumuzu, portföyümüze eklemekten ve bu alanda bir ilki gerçekleştirmekten dolayı heyecan duyuyoruz" dedi.

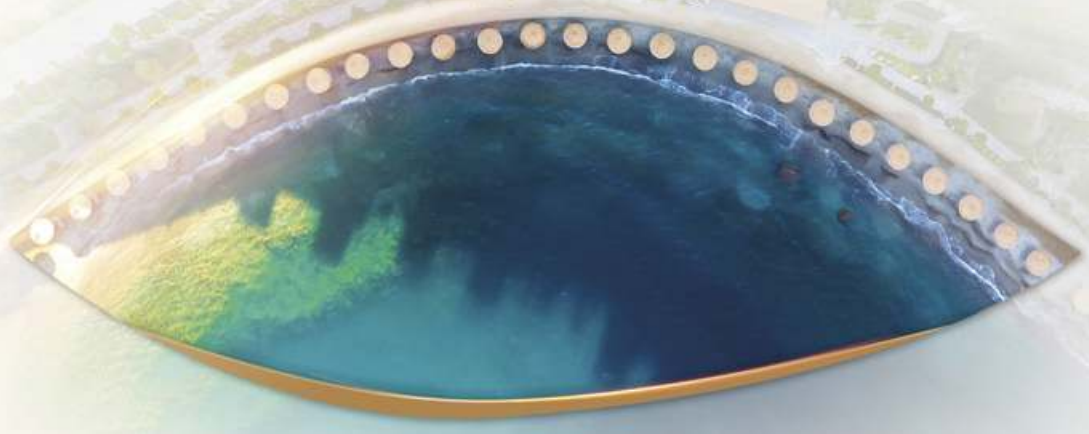


Kuveyt Türk Ideathon haziranda gerçekleşecek

Kuveyt Türk'ün, "Geleceğin Bankacılığı" temasıyla düzenlediği Ideathon'da üniversiteli gençler yenilikçi fikirleriyle yarışacak. 12 Haziran'da gerçekleştirilecek finalde, takımlara toplamda 40 bin TL değerinde ödül verilecek. Yarışmayla ilgili konuşan Kuveyt Türk Strateji, İK ve Dijital Dönüşümden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Aslan Demir, "Gençlerin farklı bakış açıları ve fikirleriyle bankacılığa yeni bir soluk getirebileceğine inanıyoruz" dedi.

HAYAL ET

ÇÜNKÜ HERKES GÖREMEZ



The BO Viera

VILLAS • RESIDENCES • HOTEL

BODRUM

HEMEN TAPU

ÖRNEK VİLLAMIZA BEKLİYORUZ

KÜÇÜKBÜK - BODRUM

0252 313 62 62 - theboviera.com

The BO Vue HOTEL BODRUM CURIO COLLECTION BY HILTON

BESA

Teknoloji



Vestel, Daewoo'yla lisans anlaşması imzaladı

Vestel, Posco International Corporation'ın sahibi olduğu Daewoo markasıyla beyaz eşya, TV üretimi ve satışı için 10 yıllık lisans anlaşması imzaladı. Vestel, bu anlaşmayla Avrupa başta olmak üzere Rusya ve Türki Cumhuriyetler'deki gücünü daha da artıracak. Konuyla ilgili açıklama yapan Vestel CEO'su Turan Erdoğan, "Vestel'in üretim ve ihracattaki gücünü destekleyen stratejik pazarlara yönelik iş birliklerimizle rekabetteki avantajımızı artırmaya odaklandık" dedi.



İndeks kârını yüzde 111 artırdı

İndeks Bilgisayar, 2021 ilk çeyrek konsolide mali sonuçlarına göre net kârını yüzde 111 artırarak 25 milyon 931 bin 464 TL'den 54 milyon 607 bin 652 TL'ye çıkardı. Konuyla ilgili değerlendirmede bulunan Index Grup Şirketleri Yönetim Kurulu Başkanı Erol Bilecik, "2021 ve sonrasında da kişisel bilgisayarlar başta olmak üzere birçok teknoloji ürününün ticaretinde büyümenin devam etmesini bekliyoruz. Bireysel tüketime ek olarak altyapı ve ağ ürünlerine talebin yüksek olacağını, bunun da kârlılığımızı olumlu etkileyeceğini öngörüyoruz" dedi.

Acer'a tasarım ödülü



Porsche Design Acer Book RS ve uyumlu aksesuarı Porsche Design Acer TravelPack RS, ürün tasarımı kategorisindeki en yüksek ödül olan "Red Dot: En İyinin En İyisi" ödülünü almaya hak kazandı. Ödülle ilgili konuşan Acer BT Ürünleri Bölümü Endüstriyel Tasarım Başkan Yardımcısı Asistanı Seji Peng, "Bu ödül, temel tasarım öğeleriyle gelişmiş teknolojileri buluştururken insan ve teknoloji arasındaki sınırları kaldırmaya yönelik adanmışlığımızın bir başka örneği" şeklinde konuştu.

Dinçer Lojistik'ten teknoloji yatırımı

Dinçer Lojistik, 2020 yılında gerçekleştirdiği 60 milyon TL yatırımla pandemi döneminde teknoloji üreten lojistik şirketleri arasında öncü oldu. Sektöre özgü yenilikçi mobil uygulamalar ve web tabanlı teknolojik yapılar geliştiren şirket, son olarak FMCG sorter otomasyon sistemlerini de devreye aldı. 2021 yılında toplamda 100 milyon TL yatırım yapmayı öngören şirket, teknoloji alanındaki çalışmalarını yapay zekadan faydalanarak yapılandırıyor.





Gaming ekipmanlarına talep arttı

Pandemiyle birlikte gaming ekipmanlarına ilgi arttı. İncehesap.com verilerine göre bilgisayar bileşenlerinde yüzde 64, aksesuarlarda ise yüzde 97'lik bir satış artışı yaşandı. Klavye satışları yüzde 91 artarken monitörler yüzde 75, mouse'lar ise yüzde 66 oranında artan satış hacmiyle dikkat çekti. Kulaklık satışlarında da 2,3 kat artış yaşandı.

Dyson, yeni ürünlerini tanıttı

Dyson, iç mekanlardaki havayı daha temiz tutmak için tasarladığı yeni hava temizleme fanlarıyla ultra ince partikülleri ve uçucu organik bileşikleri (VOC) algılayıp yakalıyor. Aktif karbon filtreleriyle alerjen, bakteri, H1N1 virüsü, polen ve küf sporları gibi 0,1 mikrondan küçük partiküllerin yüzde 99,95'ini yakalarken HEPA H13 sistemiyle tamamen yalıtımlı bir filtreleme sunuyor.




HAYATA MOBİLDEN BAKANLARIN KUŞAĞI
Z MOBİL KUŞAĞI
Biz, 14 milyonluk
Z Mobil Kuşağı'yız.
400'den fazla bankacılık
işlemini dilediğimiz
zaman dilediğimiz yerden
Ziraat Mobil'le kolayca yapabiliriz.
Ziraat Bankası
DEVAM
Ziraat Mobil
Hemen indirin!
Google Play
'DEN ALIN
App Store'dan
İndirin
Ziraat Bankası

Perakende

Arzum, ilk çeyrek sonuçlarını açıkladı



Arzum Elektrikli Ev Aletleri, 2021 yılının ilk üç aylık finansal ve operasyonel sonuçlarını açıkladı. Buna göre şirketin toplam satış gelirleri, ilk çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 75,3 artışla 202,5 milyon TL olarak gerçekleşti. Net kârı ise yüzde 493 artarak 25,9 milyon TL oldu. Arzum CEO'su Mete Zadil, "Pandemiyle birlikte önemi daha da artan sağlıklı beslenme ve hijyene yönelik inovatif ürünlerimizin çeşitliliğini ve sayısını artıracağız" dedi.

Siparişler 5 kat daha hızlı hazırlanacak

Migros ve Asis Otomasyon'daki Türk mühendisler tarafından geliştirilen robot destekli ürün toplama asistanı TARO, yoğun talep artışına yanıt olarak ürün siparişlerinin hazırlanmasına büyük bir hız kazandırıyor. Yeni ürünle ilgili bilgi veren Migros Ticaret İcra Başkanı Özgür Tort, "Migros olarak robotik sistemler, yapay zeka ve algoritmalarla entegre çalışan ve dünyada ilk olan bu teknolojik sistemin ihracatına olanak sağlayacağız" dedi.





700 kişiye istihdam sağladı

ŞOK Marketler 2021 yılı ilk çeyrek finansal sonuçlarını açıkladı. Buna göre şirket, yılın birinci çeyreğinde net satışlarını yüzde 36 artırarak 6,4 milyar TL'ye çıkardı. Bu dönemde 700 kişiye daha istihdam sağlayan ŞOK Marketler'in toplam çalışan sayısı 36 bin 365'e yükseldi. Sonuçları değerlendiren CEO Uğur Demirel, "Elde ettiğimiz finansal sonuçlarla birlikte müşterilerimize, çiftçilerimize, üreticilere ve ekonomiye sağladığımız katkıdan mutluluk duyuyoruz" dedi.

Hedef, ihracatta yüzde 50 büyüme

Bambi Yatak, pandemi döneminde de büyüme trendini sürdürdü. Yıl sonuna kadar yurt dışındaki satış noktasını 150'ye çıkarmayı amaçladıklarını belirten Bambi Yatak Yönetim Kurulu Üyesi Emre Gökmen, hedef pazarlarının Amerika ve Balkanlar olduğunu söyledi. Her yıl ihracat kanadında minimum yüzde 50 büyüme hedeflediklerini açıkladı.



"Girişimci Kadınlara Teknoloji Gücü" ödül getirdi

Hepsiburada, "Girişimci Kadınlara Teknoloji Gücü" programıyla The Global Business Excellence Ödülleri'nde Üstün İş Ödülü'ne layık görüldü. Hepsiburada Ticari Grup Başkanı Mutlu Erturan, "Program kapsamında bugüne kadar 19 binden fazla kadın girişimcinin hayallerine destek olma fırsatı bulduk. Teknoloji gücümüzü seferber ettiğimiz bu programla ülkemizin sürdürülebilir ekonomik büyümesine katkı sağlamayı hedefliyoruz" dedi.



DeepFresh'ten doğal ıslak mendil

Probiyotiklerden elde edilen peptitleri içeren DeepFresh Probiotics Yenidoğan Islak Mendili, içeriğiyle bebeklerin cildini güvenle korurken aynı zamanda da doğal şekilde nemlendiriyor. Doğal botanik liflerden üretilen veocel kumaş, hem yüzde yüz çözünebilir liflere sahip özelliğiyle döngüsel ekonomiye katkıda bulunuyor hem yumuşak yüzeyi ve nem tutma kapasitesiyle bebeklerin hassas cildine uygun olarak formüle ediliyor.



SEKTÖRLERİN GELECEĞİ
FIRSATLAR VE RİSKLER



A.SERTEM DEMİR
UNICO SİGORTA CEO



SVEN GÁBOR JÁNSZKY
FÜTÜRİST, YAZAR

Başta Almanya olmak üzere, dünyanın önde gelen CEO'larına gelecek ve liderlik danışmanlığı yapan Fütürist yazar Sven Gabor Janszky Unico Sigorta'nın **"Sektörlerin Geleceği"** seminerinde.

Ülkemizin önemli liderlerinin de sektörlerin yarınını konuşacağı etkinliğimize davetlisiniz.

18 HAZİRAN 2021 • 11:00

/unicosigorta

UNICO SİGORTA

*kaynak: Roman Walczyna

İş dışı



Motosikletin 150 yıllık tarihi Rahmi M. Koç Müzesi'nde

19'uncu yüzyılın ikinci yarısında başlayan tarihiyle kara taşımacılığına ayrı bir önem kazandıran motosikletin tarihi gelişimi, Rahmi M. Koç Müzesi'nde sergileniyor. Müzede sergilenen motosikletlerden bazıları şöyle: 1935 model Royal Enfield, 1953 model Zündapp, 1946 model Harley Davidson, 1951 model Lambretta, 1915 model Triumph, 1979 model Bimota.

Güral otelleri 17 Haziran'da açılıyor

Güral Premier Tekirova ve Güral Premier Belek, 17 Haziran'dan itibaren kapılarını açacak. Tüm sağlık koşullarını ve sosyal mesafe kurallarını en ön planda tutacaklarını belirten Gürallar Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Harika Güral, "Bizim hem misafirlerimize hem personelimize karşı sorumluluklarımız var. Bu sorumlulukları en iyi şekilde yerine getirmek için uğraşmalıyız. Tüm zorluklar biz kurallara uyarsak geride kalır. Turizm ülkenin kalkınması için çok büyük bir etken" dedi.



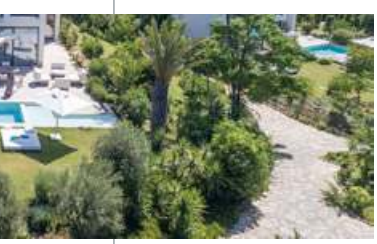
Tulip Çevre Ödülleri haziranda verilecek

Tulip Eğitim Ve Danışmanlık, 5 Haziran Dünya Çevre Günü kapsamında, çevreye yaptıklarıyla katkı sağlayan, ulusal ve uluslararası bilimsel çalışmalara sahip kişilere Tulip Bilim Ödülü verileceğini duyurdu. Ayrıca, Dünya Çevre Günü özelinde, "Yaşam Boyu Bilimsellik Ödülü" de verilecek. Etkinlik 5 Haziran'da gerçekleşecek.

Kadına şiddete "sanatsal yakarış"

Seramik Sanatçısı Seçil Nebioğlu, ülkemizde ve dünyadaki kadına şiddete ve kadın cinayetlerine, sanatın sesiyle yakarış amacı taşıyan projesi için atölyesini tüm sanatçıların ve gönüllülerin katılımına açtı. Sergisinin kaybedişten kazanıma, ağıttan umuda uzanan bir yolculuğu da barındırdığını belirten Nebioğlu, ilk serginin haziran ayında, İstanbul'da yapılacağı bilgisini verdi.





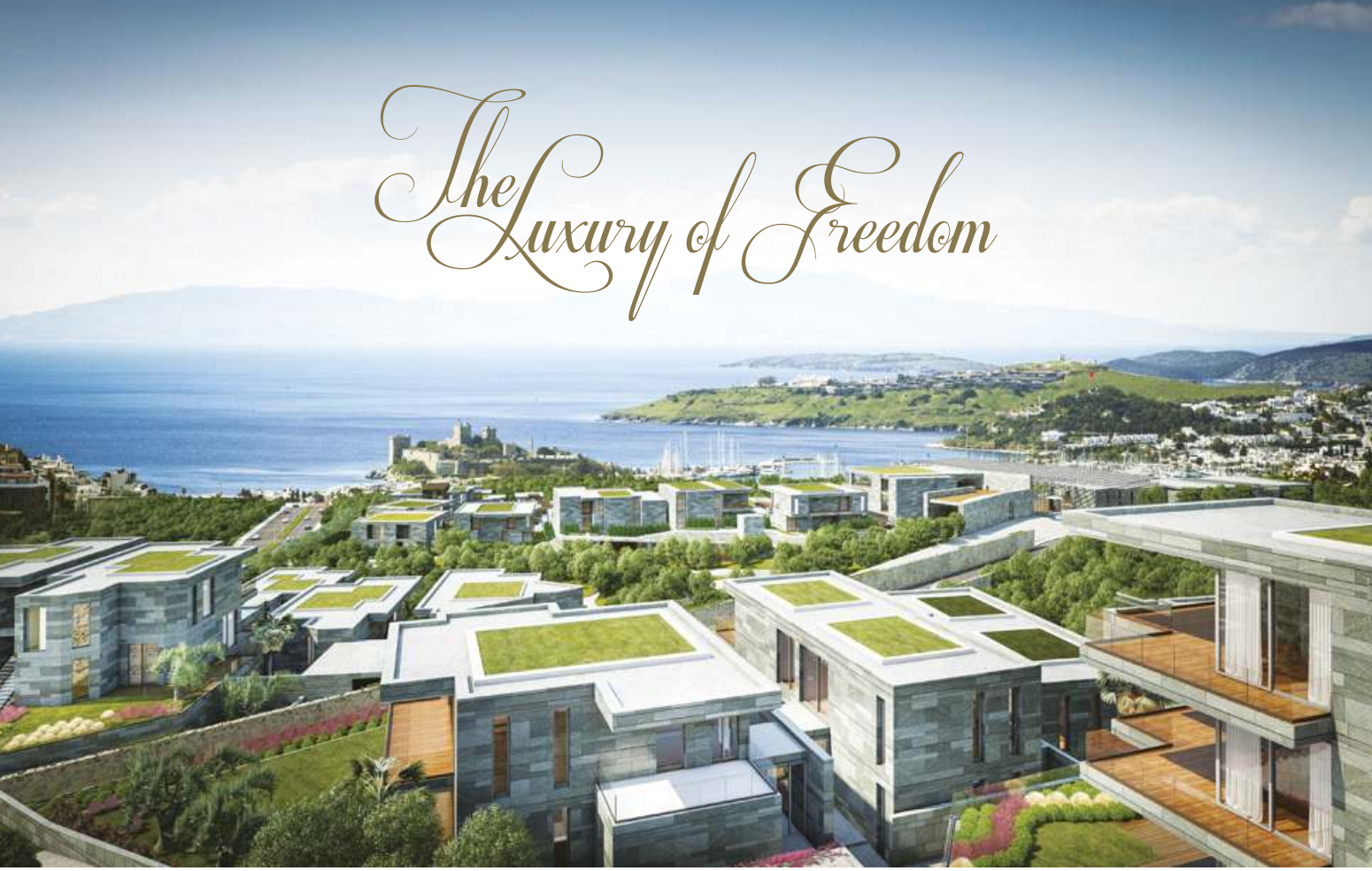
Susona Bodrum, Virtuoso'ya katıldı

Susona Bodrum LXR Hotels&Resorts, turizm alanında 100 ülkede, 1.800'den fazla markadan oluşan Virtuoso'nun özel lüks seyahat ortakları portföyüne dahil oldu. 20 binden fazla danışmanıyla lüks ve deneyimsel seyahat konusunda uzmanlaşmış global turizm ağı olarak tüm dünyada prestij unsuru olarak kabul edilen Virtuoso, Susona Bodrum'la Türkiye'de de yaygınlaşıyor.

Radisson Blu portföyüne 16 tesis daha ekledi



Radisson Hotel Group, Radisson Blu'nun son on yıldır Avrupa'nın en büyük lüks markası pozisyonunu kutluyor. 2021 yılının ilk çeyreğinde EMEA portföyüne 16 yeni tesis ve 2 binden fazla oda ekleyerek yeni açılışlar ve yeni otellerle 2020'de yakaladığı güçlü ivmeden faydalanmaya devam eden şirketin EMEA başkan yardımcısı ve iş geliştirme direktörü Elie Younes, "Zorlu bir 2020'nin ardından faaliyetlerimiz yeniden rayına girerken iş ortaklarımızla büyümeyi sürdürüyoruz" dedi.



swissôtel RESIDENCES
BODRUM HILL







+90 252 311 77 77 | www.swissotelbodrumhill.com | çağdaş holding

AssisTT, HPE SimpliVity ile yüksek müşteri memnuniyeti sağladı

Çağrı merkezi sektöründe faaliyet gösteren ve hizmet sunduğu her bir müşterisinin mutlu olarak ayrılmasını ilke edinen AssisTT bunu gerçekleştirebilecek güçlü bir altyapı arayışında HPE'nin SimpliVity çözümünü tercih etti.

Çağrı merkezi sektöründe faaliyet gösteren AssisTT, Kasım 2007'de yüzde yüz Türk Telekom iştiraki olarak kuruldu. Türkiye genelinde 16 bin çalışanıyla 43 müşterisine hizmet veren AssisTT, müşterilerine satış-pazarlama, yüz yüze hizmet, sosyal medya yönetimi, dış kaynak tedariği, gelir yönetimi gibi alanlarda çok kanallı müşteri deneyimi çözümleri sunuyor. AssisTT, müşterilerinin stratejik yol arkadaşı olarak sektörlere özel teknolojik çözümleriyle müşterilerine katma değer yaratarak eşsiz bir deneyim yaşatmayı hedefliyor.

Şirket sesli yanıt sisteminden mobil uygulamalara, konuşma analizinden müşteri ilişkileri yönetimi, CRM uygulamalarına kadar çok çeşitli alanlarda BT hizmetleri sağlıyor. Bunların hepsi AssisTT için kritik hizmetler arasında yer alıyor. Sağlık Bakanlığı'ndan aşı için randevu alınan altyapının yazılımının, santralin ve ses teknolojilerinin arkasında da AssisTT imzası bulunuyor. Bu nedenle sunulan hizmetlerde kesinti olmaması ve yüksek kalite standartlarında servis sağlanması büyük önem taşıyor.

AssisTT büyük bir organizasyon yapısına sahip şirket olarak birçok şehirde operasyonu ve veri merkezi bulunuyor. Büyük çaptaki bu altyapının sağlıklı, güncel ve güvenli işletilebilmesi ise kritik önem taşıyor.

"Bizim gün içinde 1 saniye kesintiye tahammülü olmayan çok sayıda servisimiz var. Bu nedenle altyapımızda geleneksel mimari, geleneksel sanallaştırma ve son olarak devreye aldığımız hiper bütünleşik mimariyi iç içe kullanıyoruz. Yapımızın çok büyük bir kısmı hiper bütünleşik sistemler üzerinde çalışıyor ancak bazı durumlarda fiziksel sunucular kullanmak zorunda kalabiliyoruz" açıklamasını yapan **AssisTT BT Genel Müdür Yardımcısı İzzet Erten,** 7/24 tüm altyapıyı uçtan uca sürekli izlediklerini belirtiyor.

Müşteri mutluluğunu sağlayan bir altyapı hedefliyorduk

AssisTT bütün süreçler için servis sürekliliği hedefini yüzde 99.99 olarak belirlemiş durumda. En kritik hedef; her bir müşterinin mutlu olarak ayrılması ve bunu gerçekleştirebilecek güçlü altyapıya sahip olmak. Bu bağlamda modern ve kesintisiz servis, bilgi güvenliği ve taleplere hızlı cevap verebilmek şirket için oldukça önemli.

İzzet Erten neden hiper bütünleşik mimariye ve HPE'nin SimpliVity çözümüne yatırım yapma kararı aldıklarını şöyle dile getiriyor: "Müşterilerimizin çok hızlı değişen beklentilerini çok daha çevik, daha güvenilir, daha esnek ve yüksek performansla karşılayabilmek; müşteri memnuniyetini en üst seviyelere çıkarabilmek için mevcut durumda dünya genelinde en yeni altyapı modeli olarak sunulan hiper bütünleşik yapıya geçmeye karar verdik. Bu vizyonun ardından da SimpliVity çözümünü "Storage" katmanında konumlandırmanın daha efektif olduğunu gördük.

HPE SimpliVity çözümü ise veri okuma/yazma işlemlerinde gösterdiği yüksek performans değerleri ile ön plana çıktı. Çünkü içinde bulunduğumuz dönem itibarıyla veriler artık çok daha büyük ve daha karmaşık. Dolayısıyla veriye hızlı ve güvenli erişebilmek organizasyonlar için birincil öncelik haline geldi.

Değerlendirme aşamasında en öncelikli kriterimiz performanstı. Sonra sırasıyla güvenilirlik, genişleyebilme kapasitesi, felaket kurtarma senaryoları, RPO, RTO ve RTA süreleri, teknik destek kalitesi ve son olarak yatırımın geri dönüşü ve TCO değeri oldu."

7/24 kesintisiz servis sağlama hedefi doğrultusunda iş sürekliliğine büyük önem veren AssisTT, HPE SimpliVity ile birlikte bu hedeflerine de ulaşmış oldu. İzzet Erten, yeni yatırım ile birlikte elde ettikleri yararları şöyle anlatıyor: "En çok önem verdiğimiz konuların başında ikincil kopyanın oluşturulması, coğrafi yedeklilik, farklı şehirlerde bulunan ve felaket kurtarma sitesi olarak kullanılan veri merkezlerimize yapılan veri senkronizasyonu geliyor. Uzak noktalara yapılan senkronizasyonun süresi, kullandığı bant genişliği (bandwith) ve ikincil sistemin çalışır hale gelme süresini çok küçük seviyelerde tutmak bizim için çok kritik.

HPE SimpliVity'i diğerlerinden ayıran en önemli özellik "Dedup-Compression" ve dolayısıyla sağladığı veriye erişim hızı ile yüksek performans değerleri yakaladık. "Backup & Restore" sürelerimizde, "Backup" için gereken depolama-storage kapasite tüketiminde inanılmaz değerler gördük. Hayatımızı kolaylaştıran diğer bir özellik ise felaket kurtarma merkezi (FKM) kurulumunda sağladığı kolaylıklar oldu.

Diğer yandan artık yedekleme ve yedekten geri dönme (Backup & Restore) için farklı bir çözüm kullanmamıza gerek kalmadı ve tek bir ekran üzerinden yönetim yapabiliyoruz. Kaynaklarımızı artık daha efektif kullanıyoruz. HPE SimpliVity çözümünün sunduğu kolaylıklar tüm ekiplerimizin harcadığı eforlar üzerinde de olumlu etkiler sağladı. Ve servislerimizde yüksek, tatmin edici performans değerleri sunabiliyoruz. Bunların yanı sıra disk kullanımımızda da çok ciddi azalma oldu."



HPE ve Artı & Artı teknolojisi ve uzmanlığı ile bize güven verdi

İzzet Erten, HPE SimpliVity sayesinde kullandıkları disk boyutunun yaklaşık yüzde 60 azaldığını gözlemlediklerini belirtiyor. Daha öncesinde 8 saat süren bir backup işlemini, SimpliVity ortamında yaklaşık yarım saatte tamamladıklarını da sözlerine ekliyor.

Bu projede HPE ve Platin iş ortağı Artı ve Artı ile nasıl çalışmaya karar verdiklerini ise Erten şöyle aktarıyor: "Ürünleri değerlendirirken, şirketlerin sunduğu teknolojiler, güvenilirlik, pazar payları, dünya genelinde bilinirlik, Türkiye'de bulundurduğu mühendis sayısı ve teknik destek kapasiteleri gibi kriterleri göz önünde bulundurduk. HPE şirketi bizde güven oluşturdu ve zaten proje boyunca sergiledikleri olumlu tutum ve yaklaşımlarla defalarca kendilerini kanıtladı.

Artı ve Artı, HPE'nin çözüm ortağı olarak, uçtan uca tüm sürecin gerçekleştirilmesinde rol üstlendi. Projenin tüm safhalarında geniş bir ekip ile katılım sağlayarak, yakın takip ve güçlü desteklerini hissettirdi. Açıkçası proje dışındaki konularda da zaman zaman bilgilerine ve desteklerine başvuruyoruz ve bu ayrıcalıklı destekleri için kendilerine teşekkür ederiz."

Daha hızlı, esnek ve çevik bir altyapıya geçildi

HPE Türkiye Hibrit BT Çözüm Mimarı Özgür Tan, HPE SimpliVity hiper bütünleşik çözümlerin şirketlerin hangi kritik BT ihtiyaçlarını karşıladığını ve AssisTT'de elde edilen sonucu şöyle ifade ediyor: "HPE SimpliVity hiper bütünleşik çözümü şirketlerin BT altyapılarının daha hızlı, daha esnek ve daha çevik bir hale gelmesini sağlıyor. Özetle lokal veri merkezlerinde bulut veri merkezi konforunu yaşatıyor. HPE SimpliVity ile hedeflenen başarı kriterleri, veri merkezleri içerisinde iş sürekliliği sağlamak, veri, disk ya da sunucu kaybına karşı toleranslı bir altyapı kurmak, kurulan bu altyapı ile birlikte performans iyileşmesi sağlamak, yedekleme sürelerini iyileştirmek, RTO ve RPO sürelerini saatler mertebesinden dakikalar mertebesine indirmek şeklinde sıralanıyordu. Proje sonrasında hedeflenen tüm kriterlere ulaşılmış oldu."

Geleceğe dönük bir altyapı oluşturuldu

AssisTT projesinde, 23 yıllık sektörel deneyime sahip HPE'nin Platin iş ortağı Artı ve Artı uçtan uca tüm süreçlerde yanımızda yer aldı. **Artı ve Artı Genel Sektör Satış Müdürü Didem Kara** HPE SimpliVity çözümüyle rakiplerine göre AssisTT'de nasıl bir farklılık yarattıklarını şu sözlerle aktarıyor: "Hiper bütünleşik sistemler sunucu, depolama ve ağ katmanını içerisinde konsolide ediyor. Pazarda da bu konuda ciddi rakiplerimiz var. Ama bizi ayıran önemli özelliklerimiz mevcut. Bunlardan bir tanesi tek ekrandan yönetim. Bir diğer özelliğimiz de SimpliVity'nin sıkıştırma ve tekilleştirme özelliği. Bu özellikler sayesinde sistem üzerine taşınan veriler için 4:1'den fazla oranda bir kapasite kazanımı sağlanmış oldu. Tüm iş yükleri sistem üzerine taşındığında SimpliVity standardı olan minimum 10:1 oranında bir kapasite kazanımı sağlamayı amaçlıyoruz. Dolayısıyla AssissTT'nin yaptığı yatırımın ne kadar doğru olduğunu ve sistem için herhangi bir gelecek kaygısı olmadan yaşam döngüsüne devam ettiğini gözlemledik. Tüm bu özelliklerin yanı sıra donanımsal arızaların önüne geçmek için global bir yapay zeka çözümü olan HPE Infosight ile HPE SimpliVity'nin de beraber çalıştığını müşterimize gösterdik."

Proje hedefleri

- Müşteri memnuniyetini en üst düzeye taşımak
- Modern ve kesintisiz servis sunmak
- İş taleplerine hızlı cevap verebilmek
- Güvenilir, esnek ve yüksek performanslı bir altyapı
- Veriye hızlı ve güvenli erişebilmek
- Felaket kurtarma merkezi yetkinliği
- İş sürekliliğini sağlamak

Kazanımlar

- Kesintisiz servis sunumu ve iş sürekliliği elde edildi
- Veriye erişim hızında yüksek performans değerlerine ulaşıldı
- Felaket kurtarma merkezi kurulumunda kolaylık sağlandı
- Kolayca genişleyebilen, güvenli ve çevik bir altyapıya geçildi
- Tek noktadan altyapı yönetimi sağlandı
- Efektif kaynak kullanımı elde edildi
- 8 saatlik yedekleme süresi yarım saate indi

Hewlett Packard Enterprise

artı&artı teknoloji hizmetleri

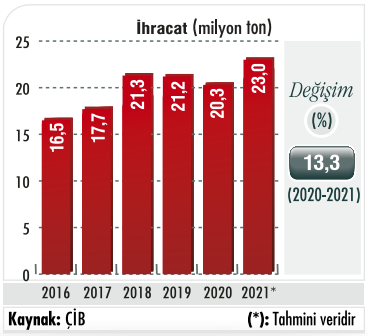
assisTT

ADVERTORIAL

HAZIRLAYAN:
NİL DUMANSIZOĞLU / ndumansizoglu@capital.com.tr

ÇELİK

İhracat toparlanacak



Kaynak: ÇİB (*): Tahmini veridir

ÖNLEM BASKISI

BEKLENTİ Çelik sektörü ihracatı, yılın ilk üç ayında miktarda yüzde 1,9 artışla 5,1 milyon tona, değerde yüzde 22,5 artışla 3,8 milyar dolara ulaştı. 2021 yıl sonu beklentisini paylaşan Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Aslan, ihracatta hedefin, miktarda yüzde 13 artışla 23 milyon ton, değerde ise yüzde 40'a yakın yükselişle 17,5 milyar dolar olduğunu belirtiyor.

HAMMADDE Hammadde sıkıntısının ihracatın artırılmasını zorlaştırdığını belirten Aslan, "Talep çok fazla ama hammadde bulunamıyor. Hammadde için temin verenler de en erken temmuz ayına yönlendiriyor. Ülkemizde getirilen ilave vergiler sektörleri daha fazla zorluyor. Hammadde ithalatında koruma amaçlı vergilerin geçici olarak kaldırılmasının ve ithalatın 2-3 ay serbest bırakılmasının piyasaları dengeye getireceğine inanıyoruz" diyor.

SORUN ABD ve AB pazarlarında Türkiye'yi hedef alan korumacılık önlemleri devam ediyor. Bu önlemler ihracat seyrini olumsuz etkiliyor. Avrupa Birliği korunma önlemi normal şartlarda haziran ayında sona erecek. Ancak AB'nin önlemin devamına ilişkin gözden geçirme soruşturması yürüttüğünü söyleyen Aslan, AB ve Türkiye çelik sektörlerinin iletişiminin artması gerektiğini belirtiyor.

AMBALAJLI SU

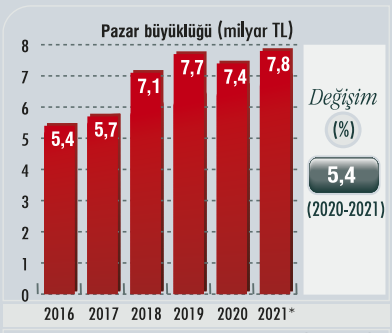
TÜKETİM DÜŞTÜ

BÜYÜKLÜK 2020 yılında Türkiye'de su pazarı yüzde 9,4'lük küçülmeyle 10,5 milyar litreye geriledi. 2020 yılında sektörün toplam cirosunun yaklaşık 7,4 milyar TL olduğunu belirten SUDER Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Karamehmetoğlu, "Restoran ve otellerin kapanması, tüketimde ciddi bir düşüşe neden oldu" diyor.

KAPASİTE 2021 yılında Türkiye'de su pazarı hacminin yaklaşık 10,3 milyar litreye, toplam cironun yaklaşık 7,8 milyar TL'ye ulaşması bekleniyor. Ambalajlı su sektöründe mevcut endüstriyel kapasite kullanım oranının yüzde 40 seviyelerinde olduğunu belirten Karamehmetoğlu, "Tüketimin artması durumunda sektör, bu ihtiyacı rahatlıkla karşılayabilecek durumda" diyor.

BASKI Sektörün sorunlarıyla ilgili bilgi veren Karamehmetoğlu, şöyle devam ediyor: "Su arıtma cihazlarının tanıtımında kullanılan, hiçbir bilimsel dayanağı bulunmayan söylemler ambalajlı su aleyhine yanlış kanaatlerin oluşmasına neden oluyor. Diğer taraftan ambalaj, enerji girdilerindeki ve taşımacılık maliyetlerindeki ciddi artışlar ve bunlara ilave döviz kurundaki yükseliş sektörümüzün uluslararası piyasalarla rekabetinde baskı oluşturuyor."

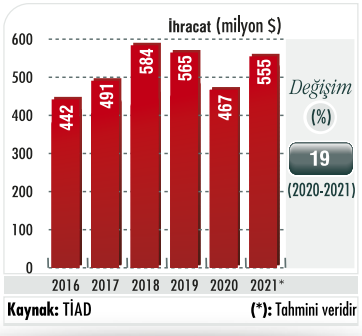
Hacimde büyük değişim yok



Kaynak: SUDER (*): Tahmini veridir

TAKIM TEZGAHLARI

2018'in bile gerisine düşecek



Kaynak: TİAD (*): Tahmini veridir

FAİZLER YÜKSEK

ÖNGÖRÜ Takım tezgahları sektörü, iyi başladığı 2020'yi üretimde yüzde 5 ve ihracatta yüzde 17'lik bir düşüşle kapattı. 2021 yılının geçen 5 ayında sektör hızlı bir toparlanma yaşadı. İlk çeyrekte üretimde yüzde 10, ihracatta ise yüzde 13 artış gerçekleşti. Sektörün yıl sonu beklentisi, üretimde yüzde 12, ihracatta yüzde 19 ve yurt içi satışta yüzde 10 büyüme olması yönünde.

TANITIM Pandemi nedeniyle aktif pazarlama ve satış faaliyetlerinin neredeyse durma noktasına geldiğini belirten TİAD Başkanı Fatih Varlık, fuarların 1 yıldan uzun süredir yapılamadığına dikkat çekiyor. Döviz kurlarındaki yüksek volatilite nedeniyle ekonomik planlamalarda sorunlar yaşandığını da sözlerine ekliyor ve "Kredi ve leasing kullanımında yüksek faiz oranları, şirketlerin finansal yönetiminde zorluklar oluşturdu" diyor.

VERGİ Hammadde ve yarı mamul ürünlere erişimde yaşanan problemler ve uzun bekleme süreleri nedeniyle üretim sürelerinin de uzadığını belirten Varlık, şöyle devam ediyor: "Tüm bunlarla birlikte, yarı mamul olan ve üretilen makinelerde girdi olarak kullanılan ekipmanlar ve makine üretiminin devamlılığı için ihtiyaç duyulan yüksek teknolojili makineler üzerinde bulunan ilave gümrük vergileri de problem teşkil ediyor."

sahibinden.com

6. kez Türkiye'nin en iyi işverenlerinden biri



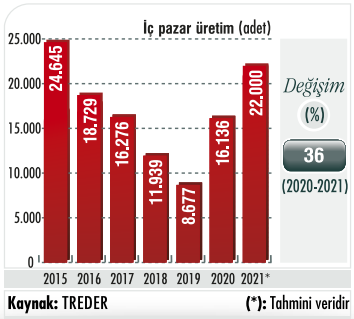
Great Place to Work Enstitüsü'nün yaptığı Türkiye'nin En İyi İşverenleri 2021 Araştırması'na göre; sahibinden.com "500-1000" çalışan kategorisinde 6. kez Türkiye'nin en iyi işverenlerinden biri oldu. Bu başarıyı tüm çalışma arkadaşlarımız ve kullanıcılarımızla paylaşmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

En İyi İşverenler™
Great Place To Work.
TÜRKİYE 2021

sahibinden.com

TREYLER

2015'i yakalama peşinde



Kaynak: TREDER **(*):** Tahmini veridir

TEDARİK SORUNU

TOPARLANMA Türkiye treyler pazarı, 2015 yılından beri sürekli olarak düşüş yaşadı ve 2019'da dibi gördü. 2021 yılında ise pazar toparlanıyor. Yılın ilk iki ayında, yüzde 204'lük artışla 3 bin 414 araç satıldı. Yılın ilk çeyreğinde ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 34'lük artışla 133 milyon 375 bin dolara çıktı. TREDER Başkanı Yalçın Şentürk, bu büyüme devam ederse iç pazarda 22 bin, ihracatta da 25 bin adet seviyesine ulaşılacağını söylüyor.

HEDEF Bu adetlerin yakalandığı dönemlerde Türkiye'nin dünyanın en büyük 10 pazarına girdiğini hatırlatan Şentürk, "Şimdi Avrupa'daki ikinciliğimizi kaybederek altıncı, yedinci sıralara kadar geriledik. 2021 yılında en azından yine Avrupa'nın en büyük üç pazarından biri olacağımızı öngörüyoruz" diyor.

FİYAT Pandemide otomotivdeki tedarik sıkıntısının treyleri de etkilediğini belirten Şentürk, şöyle devam ediyor: "Treyler sektörü, şimdi de hammadde fiyatlarının artışı ve tedarik sorunlarıyla boğuşuyor. Demir, çelik, plastik gibi ana kalemlerde fiyatlar artarken bazı ürünlerde bu artış yüzde 100'ü aştı. Buna kur ve navlunlardaki yükseliş eklenince mal temin edebilmek çok zorlaştı. Fren sistemleri, aydınlatma, dingilden çatı sistemleri gibi pek çok kalemde ürün tedarikinde önemli sorunlar baş gösteriyor."

YAZILIM

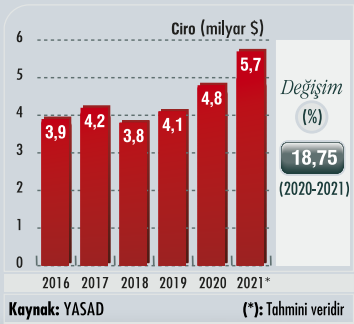
BÜYÜME TRENDİ

HACİM Vizyon 100 Platformu'nun 2021 döneminde 40'ı aşan sayıda şirketin üst düzey temsilcileriyle yaptığı araştırmaya göre yazılım sektörü, 2020 yılında bir önceki yıla göre ortalama yüzde 20 büyüme elde etti. Bu trendin aynı şekilde devam ettiğini belirten Vizyon 100 Kurucu Üyesi Bülent Kutlu, sektörün 2021'de yüzde 20'lik büyümeyle 5,7 milyar dolarlık hacme ulaşacağını söylüyor.

ÇALIŞAN Pandemiyle birlikte neredeyse tüm sektörlerin yazılım konusunda önemli yatırımlar yaptığına dikkat çeken Kutlu, "Buna ek olarak şirketlerde yazılım bölümlerindeki istihdamın artmasıyla yeterli insan kaynağı bulamamak gibi ciddi bir sorunla karşı karşıya kalındı. Hatta yetişmiş, belirli alandaki önemli tecrübelere sahip uzman yazılımcıları elde tutmak oldukça zorlaştı" diyor.

DESTEK Türkiye'de özellikle finans, telekom ve perakende sektörleri başta olmak üzere birçok şirketin yazılım projelerini, dış kaynak kullanmak yerine kendi içlerinde çözmeye çalıştığını belirten Kutlu, şöyle devam ediyor: "Doğal olarak yerli teknoloji şirketlerimiz bu büyük projelerden pay alamıyor. Şirketlerimiz, yazılım projelerini dış kaynak kullanımıyla yaparsa ülke verimliliği artacağı gibi yerli teknoloji şirketleri de büyüyerek yurt dışına açılabilir."

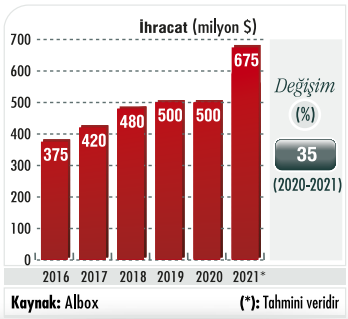
İstikrarlı büyüme



Kaynak: YASAD **(*):** Tahmini veridir

MUTFAK MOBİLYASI

Yüzde 35 artış bekleniyor



Kaynak: Albox **(*):** Tahmini veridir

TASARIM ODAĞI

DAĞILIM Türkiye modüler mutfak ve banyo sektör büyüklüğü 1 milyar dolar. Bunun yarısını ise mutfak sektörü oluşturuyor. Mutfak mobilyası sektöründe talep, yeni inşaatlar için proje pazarı, eski konutların mutfak ve banyo mobilyalarının yenilenmesiyle oluşuyor. Sektörde, 2018 yılına kadar proje pazarı yüzde 70, yenileme pazarı yüzde 30 pay alıyordu. İnşaat sektöründe vitesin küçülmesiyle şu anda oran yüzde 40'a yüzde 60 olarak değişti.

TREND Pazarın yüzde 30'unun markalı, yüzde 70'ininse kurumsal olmayan atölyelerin elinde olduğunu belirten Albox Yönetim Kurulu Başkanı Olgun Sağlam, "Pandemi dönemiyle birlikte yeni konutlardan ziyade mimari dekorasyon işlerinde artış oldu. Aynı zamanda ofislerin evlere taşınmasıyla birlikte mutfak tezgahının altından çıkan çalışma masalarından antibakteriyel mutfaklara kadar yepyeni modelleri ürün gamımıza dahil ettik" diyor.

GÜNDEM Sektörün en büyük sorunlarından biri KDV. "Kurun istikrarlı olmasından yanayız" diyen Sağlam, şöyle devam ediyor: "Tasarım, bu ülkenin bence öncelikli üzerinde durması gereken konuların başında. Geleneksellerimizi geleceğe taşıyabilecek tasarımlar ortaya koyabiliriz. Ar-Ge kısmında önemli bir noktaya geldik ancak tasarım kısmımızı da bir an önce çözmemiz gerekiyor."

Türkiye'nin lider fintech kuruluşu

tüm finansal ihtiyaçlarınızı

karşılamak için hazır!



PARAM

KART | POS | KREDİ | OS

param.com.tr

/paramcom /paramcomtr /paramcomtr /paramcomtr

KUSURSUZ FIRTINA GELİYOR MU?

Türkiye için ekonomik açıdan önceki aylara benzer bir ayı geride bıraktık. Dünya genelinde ise yepyeni bir tartışma söz konusu. Gelişmiş ülkelerin çoğunda rekor seviyelere çıkan enflasyon, acaba yeni bir ekonomik düzene mi girmekteyiz sorusunu akla getirdi. Dünyada artan enflasyonun elbette ülkemize de yansıması olacak. Yüksek enflasyonun düşük faizleri artırması olası. Bu durumun da gelişmekte olan ülke piyasalarına, özellikle de ülkemize etkisi kaçınılmaz.



CEM ÇAKMAKLI ● ccakmakli@ku.edu.tr

KONJONKTÜR

AMERİKA YA DA AVRUPA ÜLKELERİ GİBİ EKONOMİK AÇIDAN gelişmiş ülkeleri, bizim gibi ülkelerden ayıran en önemli özelliklerden biri, düşük enflasyondur. Bu ülkelerde, son 35-40 yılda enflasyon genelde yüzde 2 seviyelerinde gerçekleşti. Fakat COVID-19 salgınından sonra küresel çapta yaşanan ekonomik canlanma, çok yeni bir olguyu beraberinde getirdi. Birçok ülkede enflasyon son yılların ortalamalarının çok üstüne, neredeyse yüzde 4-5'li seviyelere çıktı. Bu durum, bizim gibi enflasyonun zaten yüksek olduğu ülkeler için çok bir anlam ifade etmese de yüzde 2 enflasyona alışmış ülkelerde büyük bir tartışmayı beraberinde getirdi.

Kutu 1'de ABD için 2020 yılının başından beri enflasyon göstergelerinde yaşanan aylık gelişmeleri gösterdim. Kullandığım göstergelerden ilki kişisel tüketim harcamaları enflasyonu (KTH), diğeri ise üretici fiyat enflasyonu (ÜFE)… Görüldüğü gibi iki göstergede de 2021 yılının başlamasıyla birlikte enflasyon yükselişe geçmiş durumda. ABD Merkez Bankası FED ise bu gelişmelere ve tartışmalara çok önceden hazırlık yapmış olmalı ki Ağustos 2020'de bugünleri düşünerek bir açıklama yapmış ve hedef değişikliğine gitmişti. O tarihte yaptığı açıklamalarda enflasyonda geçici olduğunu düşündükleri artışlara karşı faiz konusunda hemen harekete geçmeyeceklerini belirtmişlerdi. Bunu o kadar vurguladılar ki son yıllarda yaptıklarının aksine enflasyon hedeflemesi yaparken anlık enflasyon yerine bundan sonra ortalama enflasyonu hedef alacaklarını belirttiler. Burada enflasyon hedefi vurgusu çok önemli. Bu, FED'in enflasyondaki artışın kalıcı olduğuna inanmadan faizler konusunda harekete geçmeyeceğini teyit etmesi anlamına geliyor. Şu ana kadar FED'den faizlerin artacağına yönelik herhangi bir sinyal almadık. Bu da FED'in halihazırda enflasyondaki bu tırmanışın geçici olduğunu düşündüğü anlamına geliyor. Kanımca, Ağustos 2020'de alınmış bu politika aksiyonu, içinde bulunduğumuz günlere bakınca çok iyi bir geleceğe yönelik yönlendirme (forward guidance) örneği. Öyle ki bu kadar fiyat artışına rağmen ABD 10 yıllık uzun vadeli bonolarının verimi yüzde 1,6 gibi bu koşullar için oldukça düşük bir düzeyde çakılı kaldı. Bu bonolardan hesaplanan uzun vadeli ABD enflasyonu beklentileri ise hala en fazla yüzde 2,4 düzeyinde. Yani bu derin piyasayı yönlendiren piyasa oyuncuları gerçekten de FED'in yönlendirmesini takip ediyor ve beklentilerini buna göre oluşturuyor.

ENFLASYON KALICI MI?

Şu anda en önemli tartışma konularından biri, enflasyondaki bu yükselişin geçici mi kalıcı mı olduğu… Kanımca bu soruya bir cevap verebilmek için öncelikle enflasyonu talep ve arz taraflı olarak ayrı ayrı incelemek lazım. Bundan dolayıdır ki Kutu 1'de iki farklı enflasyon göstergesi kullandım. Bu göstergelerden ilki olan tüketim harcamaları enflasyonu (KTH) tüketicilerin karşılaştıkları fiyatları yani talep taraflı enflasyon baskılarını da gösterirken, ikincisi üreticilerin karşılaştığı enflasyonu yani arz taraflı enflasyon baskılarını yansıtıyor.

Bunlardan öncelikle talep taraflı enflasyon baskılarına bakalım (KTH)… COVID-19 salgınının getirdiği ekonomik daralmadan çıkış için bütün dünya ülkeleri ama özellikle de ABD devasa miktarda teşvik paketleri açıkladı. ABD'de salgının ekonomik etkilerinin hissedilmeye başlandığı 2020 Mart ayından bu yana açıklanan teşvik paketlerinin toplam miktarı 2 trilyon doların üzerinde. Bu teşvik paketinin içinde çok önemli teşvik araçları var. Bunlardan çok dikkat çekenleri, özellikle asgari ücretin neredeyse iki katına çıkması ve alt gelir gruplarına doğrudan yapılan parasal yardımlar... Bütün bu teşvik paketlerinin salgınla azalan talebi yeniden canlandırması bekleniyor. Korkulan ise bu canlanmanın çok hızlı ve şiddetli olması. Bu canlanma, 2020 yılının başından beri gördüğümüz tüketim harcamaları enflasyonundaki yükselen ivmenin bir nedeni. Kanımca bu tarz bir talep taraflı enflasyon baskısı oldukça kısa ömürlü olacaktır. Bunun nedeni ise bu açıklanan teşviklerin bazı alt maddeler dışında sadece tek seferlik olması. Enflasyon, fiyatların değişimini gösterdiğinden bu şekilde bir enflasyon artışı da kısa süreli olacaktır. Öte yandan burada dikkat edilmesi gereken bir nokta da gelir dağılımı. Bu teşviklerin bir amacı da gelir dağılımında son yıllarda yaşanan kalıcı bozulmayı özellikle orta ve alt gelir grupları lehine düzeltmek. Gerçekten de FED'in para politikası kurulu toplantı tutanaklarına baktığımızda (FOMC) artık orta ve alt

gelir gruplarındaki gelir dağılımının yakından takip edildiğini görüyoruz. Eğer bu konuda umuyoruz ki kalıcı bir iyileşme sağlanırsa o zaman enflasyondaki değişimler de kalıcı olacaktır. O zaman tabii yeni bir politika seti gerekecektir.

Kanımca enflasyonda en önemli husus, arz taraflı enflasyon baskıları. Hatırlarsanız 2020 Aralık ayında çalışma arkadaşlarımla birlikte küresel çapta eşit aşılama yapılamamasının ekonomik maliyetlerini hesapladığımız dünyada çok ses getiren bir çalışma yayınlamıştık. Orada da vurguladığımız ana nokta, aşının ulaşamadığı ülkelerde etkinliğini hala hissettirecek salgından dolayı üretimin sekteye uğrayacağıydı. Bu üretim kısıtlarından dolayı da aslında bütün dünyada tedarik zincirlerinde yaşanan bozulmadan kaynaklanan arz taraflı bir daralmanın yaşanacağıydı. Tedarik zincirlerinde yaşanan bu kırılmaya bir de piyasada artan likidite de eklenince gerçekten de birçok hammadde ve ara malında çok yüksek fiyat artışları gözlendi. Özellikle küresel ölçekte yaşanan çip kısıtı, emtia fiyatlarındaki artış gibi birçok gelişme son aylara damgasını vurdu. Burada önemli olan bu kısıtların ne kadar uzun süreceği. Eğer hammadde fiyatlarındaki bu artış küresel ölçekte artan likiditenin getirdiği spekülatif hareketlerin bir sonucu ise o zaman bu artışların uzun sürmesi olası değil. Ama gerçekten de bu artışların ana nedeni, bizim de makalemizde belirttiğimiz gibi tedarik zincirlerinde yaşanan bir kırılma ise o zaman doğal olarak bu üretim kısıtları tedarik zincirleri onarılıncaya kadar devam edecektir. Dolayısıyla bu süreç uzun süreceğinden enflasyonun kalıcı olması konusunda en büyük tehlike arz taraflı bu yapısal kırılmalar olacaktır. Gerçekten de ABD özelinde gelişmelere baktığımızda ÜFE'de yaşanan enflasyon artışının çok daha baskın olduğu görülüyor. Her ne kadar nisan ayında ÜFE'de tekrar aşağı yönlü bir hareket olsa da bu hareketin ne kadar süreceği küresel anlamda enflasyonda yaşanan artışın ne kadar süreceğinin ana belirleyicisi olacak.

TÜRKİYE ETKİLENİR Mİ?

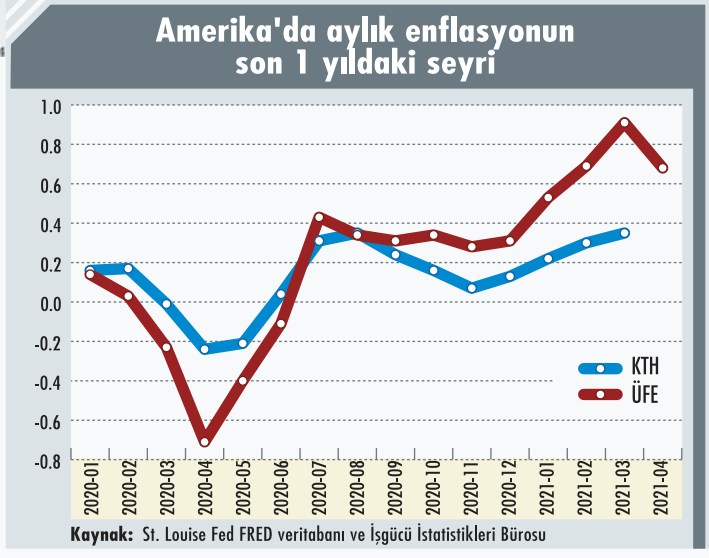
Bu noktada neden küresel enflasyondan bu kadar bahsettiğimi sorabilirsiniz. En nihayetinde bizde son açıklanan enflasyon zaten yüzde 17 seviyesinde. Dolayısıyla biz zaten bundan ne kadar etkilenebiliriz ki? Maalesef işin aslı o şekilde değil. Unutulmamalı ki küresel ölçekte artan kalıcı enflasyon küresel ölçekte artan faiz oranları (özellikle de ABD'de) demek. Artan faiz oranları da uzun vadeli yabancı yatırımların hızla gelişmiş ülkelere geri dönmesi demek. Bu sadece ülkemizin değil aslında bütün gelişmekte olan ülkelerin son 20 yıldır çok kolayca ulaşabildikleri likiditeye artık o kadar kolay ulaşamayacakları anlamına geliyor. Bundan en çok etkilenebilecek ülkelerin arasında da ülkemiz geliyor maalesef. Bu nedenle bundan sonraki süreçte bizim gibi gelişmekte olan ülkeleri çok daha zor zamanlar bekliyor. Belki de halihazırda zaten yüzde 19 olan faiz oranlarını indirmek bir yana ne kadar artırmamız gerektiğini tartışacağımız zamanlar gelecektir. Buna hazırlıklı olmakta fayda olduğunu düşünüyorum.

FİNANSAL DURUM GÖSTERGESİ

Genelde ekonomide yaşanması beklenen gelişmeler ilk olarak finansal piyasalara yansır. Örneğin CDS dediğimiz ülkelerin iflasına karşı sigorta primi, bir ülke ekonomisinin ekonomik aktörlerin gözünde barındırdığı riski ölçer. Öte yandan borsanın reel getirisi, kabaca o ülke şirketlerinin beklenen getirisini ölçer. Yine hazine bonosunun fiyatı, o

ABD'DE ENLASYON NASIL SEYREDİYOR?

Grafikte ABD'de iki farklı enflasyon göstergesinde aylık gelişmelerin son 1 yıl içindeki seyrini gösterdim. Verilerin son 3 aylık hareketli ortalamasını alarak hareketleri biraz daha yumuşatmaya çalıştım. Bu göstergelerden ilki ABD Merkez Bankası FED'in faiz kararlarında dikkat ettiği gösterge olan kişisel tüketim harcamaları (KTH) enflasyonu. Diğeri ise üretici fiyat endeksi yani üreticiler tarafından karşılaşılan enflasyon oranı. Bu iki göstergede de 2021 yılıyla birlikte bir artış gözleniyor. Bunun aylık enflasyon olduğunu düşündüğümüzde özellikle ÜFE'deki artış çok yüksek boyutlarda.



Kaynak: St. Louise Fed FRED veritabanı ve İşgücü İstatistikleri Bürosu



TÜRKİYE'NİN EMEĞİNİ GURURLA TAŞIYORUZ.

ÜRETTİĞİNİZ NE VARSA DÜNYADA
300'DEN FAZLA NOKTAYA TAŞIYORUZ.
TÜRKİYE'MİZİ HEP BİRLİKTE YÜKSELTİYORUZ.

TURKISH CARGO

turkishcargo.com.tr

ülke ekonomisine olan güvenin göstergesidir. Öyle ki güven duyulan ülkelerde borçlanma çok uygun maliyetle yapılacaktır. Dolayısıyla finansal göstergeler sadece finansal piyasaları değil ülke ekonomisinin geleceğine yönelik beklentileri de gösterir. Bu göstergelerin bir diğer önemli özelliği de makroekonomik göstergelerin aksine bunların anında yayınlanmasıdır. Bu yüzden tıpkı geçen ay tanıttığım ekonomik durum göstergesi gibi finansal durum göstergesi de oldukça önemlidir.

Bu noktada bizler, yani istatistik ve ekonometri alanında uzmanlaşmış ekonomistler, devreye giriyoruz. Bizler bütün bu finansal verileri alıp bunu uygun ekonometrik yöntemlerle modelleyip verideki belirsizliği ve oynaklığı (volatilite) göz önüne alarak tek bir gösterge oluşturuyoruz. Bu tarz göstergeler Amerika'da özellikle 2008 krizinden sonra oldukça ilgi görmeye başladı. Bunun nedeni ise bu göstergelerin kullanılarak ekonomik daralmaların önceden tahmin edilebilmesiydi. Sizlere geçen ay kısaca bahsettiğim ekonometrik modelde aslında aynı anda hem ekonomik hem de finansal durum göstergesi geliştirdik. Geçen ay ekonomik durum göstergesini tanıttım, bu ay sıra finansal durum göstergesinde. Önümüzdeki ay ise bu ikisini de kullanarak hesapladığımız ekonominin kısa vadede daralma olasılığına değineceğim. Bu göstergeyi hesaplarken kullandığımız verilerden bazıları CDS, (reel) BIST 100 endeksi, brüt döviz rezervleri, toplam krediler gibi göstergeler... Bunlara ek olarak piyasalardaki stres ve sıkışıklığı gösteren risk göstergelerinden borsanın aylık volatilitesini, uzun ve kısa vadeli faiz oranları arasındaki farkı ve gelişmekte olan piyasalara özel bazı risk göstergelerini kullandık. Bu değişkenlere tek tek baktığımızda örneğin CDS'te nisan ayından bu yana 414 baz puandan 396 puana varan bir gerileme olmuş. Öte yandan borsa endeksi reel olarak yüzde 1 artmış ve oynaklık önemli ölçüde düşmüş. İşte finansal durum göstergesinde, bütün bunlardaki genel hareketten ortaya çıkan tek bir göstergeyi hesaplıyoruz. Kutu 2'de 2015'ten bu yana hem ekonomik hem de finansal durum göstergelerinin gelişimini gösterdim.

FİNANSAL ÇEVRİMLER

Finansal durum göstergesine baktığımızda çok keskin dönüşler gözlemliyoruz. Öncelikle ilk büyük değişim, ekonomiyi 2018 Ağustos ayında yaşanan kırılmaya götüren süreçte yaşanmış. Burada bahsettiğim süreç, daha önceki yazılarımda sıkça dile getirdiğim düşük faiz ve yüksek kredi genişlemesine dayanan oldukça şiddetli bir parasal genişleme programı. Belli ki bu

Ekonominin nabzı nasıl atıyor?

EKONOMİNİN GENEL OLARAK GÖRÜNÜMÜ			
GSYH'DE ÇEYREKLİK DEĞİŞİM (Önceki çeyreğe göre)	2020 - 4Ç %1,7	2020 - 3Ç %15,9	2020 büyümesi normal patikasına oturdu.
EKONOMİK DURUM GÖSTERGESİNDE AYLİK DEĞİŞİM (Önceki aya göre)	2020 - Nisan %0,1	2020-Mart %1,7	2021 Mart ayındaki zıplamaya rağmen 2021'de ekonomik faaliyetler iyice yavaşladı.
EKONOMİK DURUM GÖSTERGESİNDE ÇEYREKLİK DEĞİŞİM (Önceki çeyreğe göre)	2021-2Ç (T) %1,7	2021-1Ç (T) %1,3	2021'in ilk iki çeyreğinde ortalama bir büyüme performansı bekliyoruz.
EKONOMİK DURUM GÖSTERGESİNDE ÇEYREKLİK DEĞİŞİM (Önceki yılın aynı çeyreğine göre)	2021-2Ç (T) %16,2	2021-1Ç (T) %4,3	2021'in ilk iki çeyreğinde önceki salgın yılındaki dip noktalara kıyasla bir zıplama bekliyoruz.
ALT BİLEŞENLERDEN BAZILARI			
SANAYİ ÜRETİMİNDE AYLIK DEĞİŞİM (Önceki ay göre)	2021 - Mart %0,7	2021 - Şubat %0,2	Sanayi üretiminde toparlanma mart ayında arttı.
PERAKENDE SATIŞ ENDEKSİ (Önceki ay göre)	2021 - Mart %5,0	2021 - Şubat %3,6	Talepteki canlılık çok yüksek.
TARİM DIŞI İSTİHDAMDA DEĞİŞİM	2021 - Mart %2,3	2021 - Şubat %0,1	Martta tarım dışı istihdamda artış yüksek, fakat bunun nedeni iş gücüne katılımın az da olsa artması.
FİNANSAL DURUMUN GÖRÜNÜMÜ			
FİNANSAL DURUM GÖSTERGESİNDE AYLIK DEĞİŞİM (Önceki aya göre)	2022 - Mayıs %0,3	2020-Nisan -%0,4	Naci Ağbal'ın görevden alınmasının yarattığı deprem, mayıs ayında biraz durulmuş gibi.
ALT BİLEŞENLERDEN BAZILARI			
YILLIK TÜFE ENFLASYONU	2020 - Nisan %17,1	2020-Mart %16,9	Enflasyon yüksek seviyelerde kaldı.
BİST 100 (Reel getirisi)	2020 - Mayıs %1,7	2020-Nisan -%8,4	Borsadaki reel düşüş mayıs ayında durdu.
TCMB ORTALAMA FONLAMA MALİYETİ	2020 - Mayıs %19	2020-Nisan %19	Merkez Bankasının politika faizini yüzde 19'dan aşağı indirmesi çok zor.
TCMB Brüt Döviz Rezervi	2020 - Mayıs 49,6 Milyar $	2020-Nisan 46,9 Milyar $	Brüt döviz rezervlerindeki düzey endişe verici boyutta.
TÜRKİYE 5 YILLIK CDS	2020 - Mayıs 404,0 bp	2020-Nisan 396,5 bp	CDS seviyemiz benzer ülkelere göre aşırı yüksek düzeyde.

(T): Tahmin

“ÖNCELİĞİMİZ TEKNOLOJİ”

Big Sigorta ve Reasürans Brokerliği Yönetim Kurulu Başkanı Burak Alişan, hedefledikleri yolda ilerlerken önem verdikleri konuların başında teknolojinin geldiğini belirterek, pandemi öncesinden başlayıp teknolojiyi tüm iş yapış şekillerinin odağına yerleştirdiklerini söylüyor

Yaklaşık 35 yıllık köklü bir sigortacılık geleneğinin temelleri üzerinden yepyeni bir vizyonla 2020 yılında Sigorta ve Reasürans Brokeri olarak yükselen Big Sigorta ve Reasürans Brokerliği, yeni bir ticari kimlik, her biri konusunda farklı uzmanlıklara sahip geniş personel ve yönetim kadrosuyla, risk danışmanlığı, sigorta ve reasürans alanlarında bireysel ve ticari müşterilerine katma değerli hizmetler sunuyor.

Big Sigorta ve Reasürans Brokerliği Yönetim Kurulu Başkanı Burak Alişan, hedefledikleri yolda ilerlerken önem verdikleri konuların başında teknolojinin geldiğini söylüyor ve şöyle konuşuyor: “Birkaç örnek verecek olursak, Big Brokerlik müşterilerine özel bir intranet olan Big Customers platformu sayesinde sigortalılar, düzenlenen sigorta sözleşmelerinin kayıtlarına, güncel ekstrelerine, tahsilat makbuzlarına, hasar durumlarına, kendi sektörlerine ve sigorta sektörüne ait güncel haberlere 7/24 online ulaşabiliyor.”



“EN BÜYÜK ŞİRKETLERE HİZMET VERİYORUZ”

İŞ BİRLİKLERİ ARTIYOR

ISO 500 ve ISO 2. 500’ den birçok şirket hizmet kalitemizle tanıştı ve memnun kalarak iş birliğini sürdürüyor. Her müşteriden edindiğimiz deneyim bir sonraki müşterimize artı değer olarak yansımakta, bu da nihayetinde tüm sigortalılara ve sigorta sektörüne kazanç olarak dönüyor.

2021 REORGANİZASYON YILI

2021’i reorganizasyon yılı olarak görüyoruz. 2022 yılında odağımızda yine teknoloji olacak şekilde sigorta sektörünün tüm paydaşları için katma değerli ürün ve hizmet sunmaya ve bu konuda öncü rol üstlenmeye devam edeceğiz.

big
Sigorta ve Reasürans Brokerliği A.Ş.

Yeni ve dinamik bir broker olarak amaçlarının geleneksel sigorta aracılığı konseptinin dışına çıkarak, müşterilerinin hemen yanı başındaki risk danışmanı olarak hizmet sunmak olduğunu ifade eden Alişan, müşterilerine yerinde ziyaretle operasyonel risk analizi, yangından korunma sistemleri analizi, iş sürekliliği analizi gibi konularda danışmanlık hizmeti verdiklerini belirtiyor. Alişan, ayrıca Big Brokerlik olarak sigortalanabilir risklerin yönetimi konusunda farkındalığın artırılması için ekstra çaba harcayacaklarını da söylüyor.

Alişan, “Broker olarak birinci önceliğimiz müşterilerimizin hasarları. Hasar süreçleri yönetimi, sigorta sektöründe en önemli hizmet kalemi. Hasar ihbarının alınmasından tazminatın ödenmesine kadar tüm aşamaları bütüncül bir şekilde ve maksimum müşteri menfaati ilkesiyle yürütüyoruz” diyor.

“ANALİZ RAPORU ÇIKARIYORUZ”

Sigorta poliçelerinin artılarını ve eksilerini kontrol edip analiz raporu çıkardıklarını da söyleyen Alişan, ülkemizde ticari ve kurumsal müşterilerin mevcut sigorta poliçelerinin kapsamları dikkate alındığında birçok poliçede verilen istisna ve muafiyetlerin fazlalığının birçok sigortalıyı hasar durumunda zarara uğrattığını belirtiyor. Poliçelerin iyileştirme ve geliştirilmesi yönünde atılması gereken çok fazla adım olduğunun altını çizen Alişan, potansiyel ve mevcut sigortalılarının tüm branşlarda sigorta poliçelerini detaylı olarak analiz ettiklerini ve “Sigorta Gap Analiz Raporu” hazırlayıp ilettiklerini dile getiriyor.

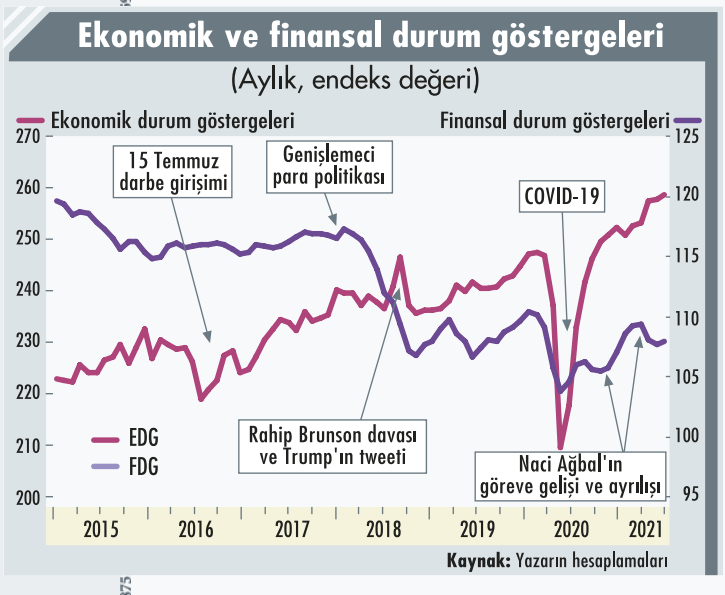
Söz konusu rapor hizmetini “Danışman” kimliklerinin en göze çarpan çıktılarından biri olarak gördüklerini belirten Alişan, “Bu raporla şirketler, halihazırda sahip oldukları sigorta poliçelerinin ülkemizde günümüz şartlarında sunulan en geniş ve müşterinin faaliyet konusuna en uygun kapsamda olup olmadığını ve hangi revizyonları yapmalarının kendileri için gerekli olduğunu rahatça görebiliyorlar” diyor.

Advertorial

durum kıt kaynaklarla birleşince finansal piyasalarda bırakın düzeltmeyi çok derin bir tahribat yaratmış. Bundan sonrası ise aynı hikâyenin devamlı tekrarlanması. Yani aşırı genişlemeci politikayla finansal durumun kötüleşmesi ve sonra da kaynak kıtlığından dolayı zorunlu olarak getirilen sıkılaştırmayla finansal durumun düzelmesi. Bunu 2016'dan beri üç kere yaşadık. Aslına bakarsanız şu anda da dördüncüsünün içindeyiz.

Bir önceki Merkez Bankası Başkanı Naci Ağbal'ın gelişiyle uygulanan kural tabanlı rasyonel politikalar sonucunda, finansal durumda görülen hızlı iyileşme ortada. Sonrasında ise görev değişimiyle yaşanan hızlı bozulma yine ortada.

Şu an yeni gelen başkanın henüz eski başkanın politikalarından büyük sapmalar yapmaması nedeniyle bu bozulma sanki sonlanmış gibi görünüyor. Ama önceki aylarda yazdığım belirsizlik tanımlarını aklınıza getirin lütfen. Bilinmeyen bilinmeyenlerin yani genişlemeci para politikasını destekleyen bir yapının yeniden göreve gelmesi ama bir yandan şartlar gereği bunu da uygulayamamasının (tam da aylar önce belirttiğim gibi) yarattığı ilave belirsizlik. Yani rasyonel politikalar uygulanmaya devam edilse bile bunun bu şekilde sürmeyeceğine yönelik inancın getirdiği tahribat. İşte tam da bu yüzden önceki Merkez Bankası başkanının politikaları aynı şekilde devam etmiş olsa bile 2021 yılı boyunca finansal piyasalarda bozulma yaşanmış.



Grafikte çalışma arkadaşlarımla birlikte farklı özelliklere sahip zengin bir veri seti kullanarak geliştirdiğimiz ekonomik ve finansal durum göstergelerini, 2015 yılından bu yana gösterdik. Görüldüğü gibi son 4-5 yılda yaşadığımız ekonomik ve finansal şokların hepsi, göstergelerde çok net bir şekilde görünüyor. Özellikle 2018'de rahip Brunson davasıyla ilgili yaşadığımız finansal şokun ve en son salgın döneminde yaşanan daralmanın boyutu net bir şekilde görülmekte.

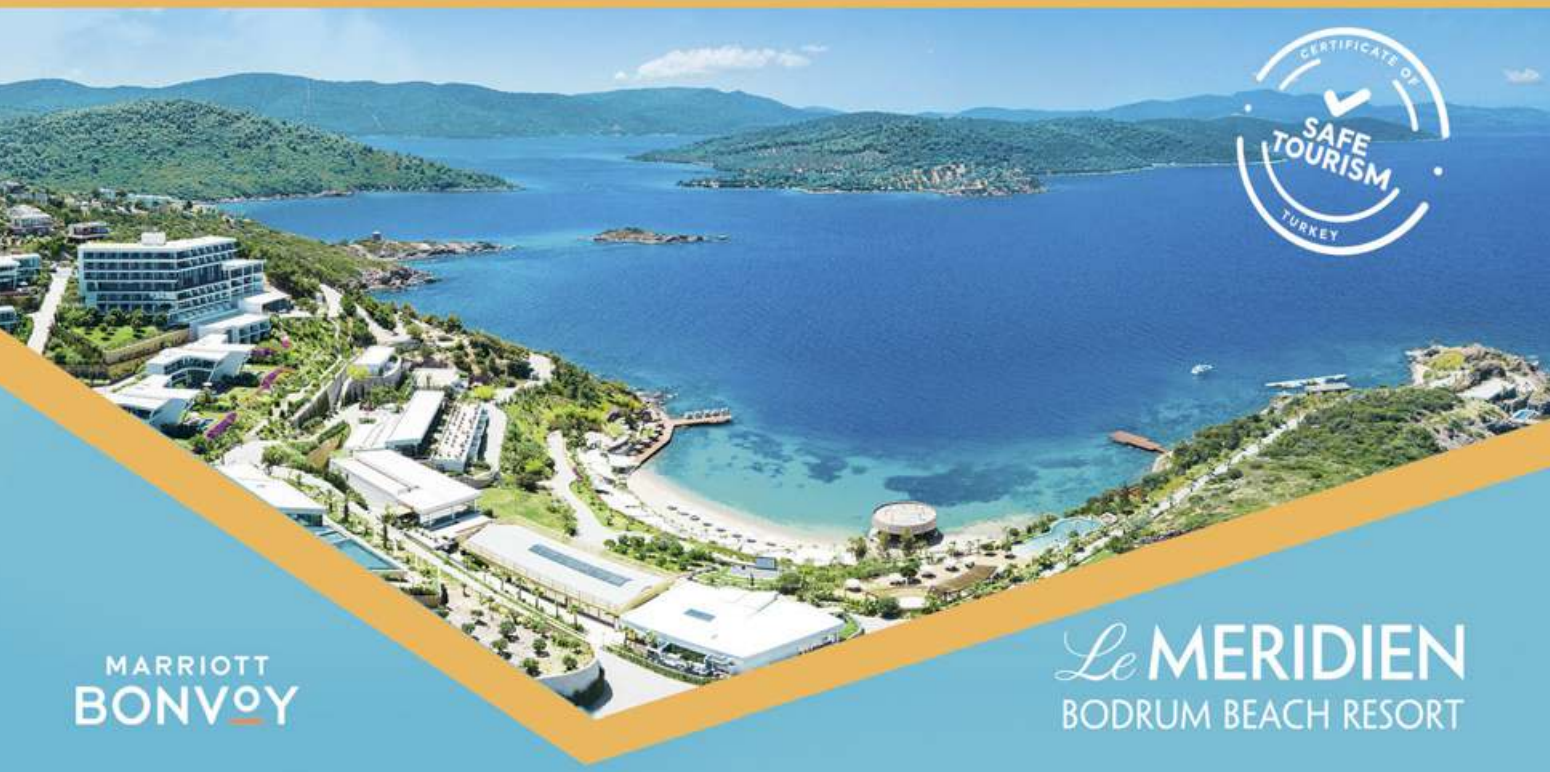
BUNDAN SONRASI

Uzun lafın kısası ekonomik ve finansal durum göstergeleri gerçekten de hem finansal hem de reel sektör konusunda başarılı bir şekilde durum tespiti yapıyor. Şimdi bu ay yaptığımız hesaplamalara baktığımızda ekonomik durum göstergesine göre ekonomik faaliyet nisan ayında bir önceki aya göre yüzde 0,09 gibi çok az bir oranda büyümüş. Bu da mart ayında gözlenen talep taraflı canlanmanın etkisinin nisan ayında geçtiğini gösteriyor. Geçen ay yaptığımız gibi çeyreklik büyümeye baktığımızda ise 2021'in ilk çeyreğinde bir önceki çeyreğe göre yüzde 1,26'lık bir büyüme öngörüyoruz. Geçen ayki hesaplamalarda bunu yüzde 1,1 olarak belirtmiştik. Aradaki fark ise bu ay yeni verilerin de gelmesiyle yaptığımız hesaplamalarda mart ayına yönelik yaptığımız pozitif güncellemeden kaynaklanıyor. Öte yandan 2020'nin ilk çeyreğine göre büyümeye baktığımızda bu rakam yüzde 4,30 çıkıyor. 2021'in ikinci çeyreğinde ise birinci çeyreğe göre yüzde 1,74'lük büyüme öngörüyoruz. Yine 2021'in ikinci çeyreğinde 2020'nin ikinci çeyreğine göre yüzde 16,24'lük bir büyüme öngörüyoruz. Bu yüksek beklentideki ana neden ise 2020 ikinci çeyreğinin salgının ekonomik olarak en dip noktası olması. Bu hesaplamaları ekonominin nabzı tablomuzda da belirtiyoruz.

Bu ay yaptığımız hesaplamalarda finansal durum göstergesine baktığımızda ise gördüğümüz, finansal durumun nisan ayında önceki aya göre yüzde -0,37 gibi bir oranda daralmış olduğu. Bu daralmayı mart ayı için ise yüzde -1,22 olarak hesapladık. Mayıs ayında ise finansal durumda yüzde 0,27'lik bir gelişme bekliyoruz. Bildiğiniz gibi mart ayı, eski Merkez Bankası başkanı Naci Ağbal'ın görevden alındığı ay. Yani finansal durumda mart ve nisan aylarında yaşanan depremden sonra mayıs ayında hafif bir düzeltme yaşanmış. finansal çevrimlerle ekonomik koşullar arasında çok sıkı bir ilişki var. Kutu 2'deki grafikte de gördüğümüz üzere finansal durumun beklentileri yansıtması nedeniyle ekonomik durumu tahmin etme yeteneği ortada. Önümüzdeki ay bu iki göstergeyi kullanarak gerçekleştirdiğimiz ekonominin kısa vadede daralma olasılığı hesaplamamızdan bahsedeceğim. C





MARRIOTT BONVOY

Le MERIDIEN
BODRUM BEACH RESORT

Haziran, Temmuz Aylarına Özel
" Güvenli Turizm " Konaklama Avantajları

- Maksimum Fiyat Avantajlı Uzun Dönem Ev Kiralama Fırsatı
- Güvenli Turizm Belgesi
- Bağışıklık güçlendirici Vitalica Wellness Programları
- 5 Yıldızlı Otel Hizmetleri ve İzole şartlarda "Güvenli Konaklama"
- Personele 15 günde bir PCR Test Taraması
- Kısa zamanda tüm personelin Covid-19'a karşı aşılarının tamamlanması

Vitalica Wellness

Le Méridien Bodrum Beach Resort, uluslararası otel zinciri Marriott International'ın da premium bir üyesi olarak uluslararası standartlarda aldığı hijyen ve temizlik önlemlerinin yanı sıra Ege'de ilk güvenli tatil sertifikasını alan uluslararası tesislerin başında gelerek ayrıcalıklı misafirlerinin sağlığını ve güvencesini her zaman önde tutmaya devam ediyor. Koronavirüse karşı alabilecekleri en büyük önlemin, sağlıklı ve hijyenik ortamlarda yaşamak ve bağışıklık sistemlerini güçlendirmek olduğunu bilen değerli misafirlerimiz Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında Le Méridien Bodrum Beach Resort'un 15 gün ve daha uzun konaklamalara uygun izole rezidans ve villalarında Vitalica Wellness'ın ozon terapi, ozon sauna, infrared sauna, Nasayam (burun ve sinüs temizliği) ve "kişiye özel" bağışıklık destekleyici özel terapiler sayesinde bağışıklık sistemlerini güçlendirerek önlemlerini alıyorlar. Ayrıca Le Méridien Bodrum Beach Resort ve Vitalica Wellness çalışanları 115 günde bir yapılan PCR tarama testleriyle ve almış olduğu "Güvenli Turizm Belgesi" ne göre personelinin aşılanma sürecini tamamlanmış vaziyette güvenli turizm hizmeti vermeye devam edecektir."

WHATSAPP İLE İLETİŞİM
0252 311 0505

@vitalicawellness
@lemeridienbodrum

www.vitalicawellness.com
www.lemeridienbodrum.com



İNSANLAR

NİLÜFER GÖZÜTOK ÜNAL • ngozutok@capital.com.tr



"2020, yatırım yılıydı"

Sertrans Logistics, 1989 yılında İstanbul'da bir aile şirketi olarak kuruldu. İlk yıllarda uluslararası parsiyel ve multimodal taşımacılık alanında hizmet veren şirket, 19 ülkede 80'den fazla noktada kara, deniz, hava taşımacılığı çözümleri sunuyor. Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş, e-ticaretin lojistiğine yatırım yapan ilk şirket olduklarını söylüyor. Keleş, "Bu anlamda en geniş hacmi yöneten pazar lideri şirketiz. Şu an 100 bin metrekareyi aşan depolama alanımız ve milyonlarca ürün kapasitemizle ülkemizde ve dünyada pek çok markaya hizmet sunuyoruz" diyor.

Pandeminin olumsuz etkilerinin hissedildiği alanların başında küresel lojistik sektörü geliyor. Sektörde 2020 yılında yüzde 8-10 bandında bir küçülme olduğu tahmin ediliyor. Türkiye'de de sektörün benzer bir küçülme yaşadığını açıklayan Nilgün Keleş, geçtiğimiz yıla ilişkin şu değerlendirmede bulunuyor:

"2020'yi hedefimizden daha az da olsa büyümeyle kapattık. Ancak 2020, bizim açımızdan büyümeden ziyade bir yatırım yılıydı. Hizmet ağımızı genişletmeye yönelik yurt içi ve yurt dışında yeni ofislerimizi açmaya devam ettik. Almanya ofisimizin açılışıyla markamızın gücünü yurt dışına taşıdık. Almanya deposuyla ülkemizdeki e-ihracatın büyüme sürecine de destek olacağımıza inanıyoruz."

Sertrans bu yıl da e-ticaret lojistiği depo kapasitesini yaptığı yatırımlarla yüzde 50 artırdı. Yaklaşık 5 milyon Euro'luk bir depo yatırımı gerçekleştiren şirket, bin kişilik de ek istihdam yarattı. Bu yıl da 12 milyon Euro'luk yatırımla 70 bin metrekarelik bir tesisi yılın ikinci yarısında hayata geçirmeyi planladıklarını dile getiren Nilgün Keleş, "Bu depo hayata geçtiğinde toplam depo kapasitemiz 200 bin metrekareye yaklaşacak. Bu kapasite bizi e-ticaret lojistiği alanında ülkemizin en büyük depo kapasitesine sahip şirket noktasına getirebilir. Yeni depoyla birlikte yaklaşık 1.500-2 bin kişilik bir istihdam yaratma durumumuz söz konusu. Ayrıca yılın sonuna doğru ikinci bir depo yatırımı daha yapabiliriz. Bir-iki yıl içinde mevcut depo kapasitemizi 2-3 katına çıkarmayı planlıyoruz. Hızlı bir büyüme sürecine girdik. 2023'te e-ticaret lojistiğinde ülkemizin tartışmasız en büyük şirketi olmayı hedefliyoruz " diyor.

Sertrans yurt dışında da büyümesini hızlandıracak. Şirket Almanya'nın yanı sıra Avrupa'da ikinci bir depo daha açacak. Yurt dışında açılacak her deponun özellikle yurt dışına açılmak isteyen Türk markalarına büyük imkan sunacağını ifade eden Keleş, "İhracatta geçtiğimiz yıl 5 milyar dolarlık bir taşıma gerçekleştirdik. Bu yıl hedefimiz çok daha büyük" diye konuşuyor.

"MELEK YATIRIMCIYIM"

Nilgün Keleş Sertrans'ı kurduğunda 22 yaşındaydı. Sektöre girişinin bilinçli değil kadersel bir süreç olduğunu söyleyen Keleş, sektörde üst düzeyde karar mekanizmalarında aktif görev alan ilk kadın olduğunu belirtiyor. Bugüne kadar KAGİDER, KALDER, UND gibi pek çok sivil toplum kuruluşunda sorumluluk alan Keleş, özellikle 'kadının ekonomik hayata katılımı' konusunda birçok çalışma grubundan önemli roller üstlendi. Aynı zamanda bir melek yatırımcı olduğunu belirten Keleş, "Bu anlamda ülkemize değer katacak yeni girişimlere ve genç girişimcilere destek vermeye çalışıyorum" diyor.

“Fırsatları değerlendireceğiz”

SERHAN GENÇER | AKENERJİ GENEL MÜDÜRÜ

Akenerji Türkiye’de otoprodüktör grubu statüsünde kurulan ilk elektrik üretim şirketi. Şirket, elektrik üretiminin yanı sıra toptan enerji ticareti konusunda da faaliyet gösteren entegre bir yapıya sahip. Akkök Holding ve Çek enerji şirketi ČEZ’in eşit katılımlı stratejik ortak olduğu şirketin, doğal gaz çevirim, rüzgar ve HES’lerden oluşan bir üretim portföyü bulunuyor. Toplam 1.224 megavatlık kurulu güçleri olduğunu belirten Akenerji Genel Müdürü Serhan Gençer, “Türkiye’nin enerji ihtiyacının yaklaşık yüzde 3’ünü tek başımıza karşılayabilecek üretim kapasitesine sahibiz” diyor. Aynı zamanda enerji ticareti alanında da faaliyetleri olan şirket, kendi üretim kapasitesinin yanı sıra diğer piyasa katılımcılarından tedarik ettiği elektrik enerjisinin de ticaretini yapıyor.

2020 Akenerji açısından başarılı bir yıl oldu. Tüm belirsizliklere rağmen Türkiye elektrik ticareti piyasasındaki varlıklarını 2020 yılında da artırdıklarını ifade eden Serhan Gençer, “Türkiye tezgah üstü vadeli elektrik ticareti piyasasının işlem hacminin yüzde 6’lık kısmının gerçekleşmesine taraf olduk. Uzun vadeli büyüme stratejimizin bir parçası olarak yurt dışı ticaret faaliyetlerimizi de artırıp çeşitlendirerek devam ettirdik. Erzin Doğal Gaz Kombine Çevrim Santrali’miz, üretimini bir önceki yıla göre yüzde 35 artırarak operasyonel kârlılık bakımından oldukça başarılı bir yılı geride bıraktı. Operasyonlarımızı sağlıklı bir mali yapı içinde sürdürmek için gerekli tüm aksiyonları aldık. Yenilenebilir enerji ve enerji ticareti alanlarındaki yatırımları gündemimizin ilk sırasına yerleştirdik. Bu alanlardaki fırsatları değerlendirerek büyümek istiyoruz” diye konuşuyor.

Bu yıl 2 milyar TL’nin üzerinde bir ciroya ulaşmayı hedefleyen Akenerji’nin yıl içindeki en önemli önceliği ise sektördeki lider konumunu güçlendirmek. Akenerji’yi uluslararası elektrik ve doğal gaz ticaret şirketi haline getirmenin ajandasındaki en öncelikli konulardan biri olduğunu açıklayan Gençer, sözlerini şöyle sürdürüyor:

“Yurt dışı piyasalarda her yıl artırdığımız büyüme rakamları, bu hedefimizde bizi yüreklendiriyor. Doğal gaz piyasa faaliyetleriyle geçtiğimiz yıl büyük maliyet avantajı sağladık. Bu yıl da bunu sürdürmek istiyoruz. Fırsat olarak gördüğümüz yeni iş alanları kapsamında, enerji ticaretimizi genişleterek 2020 sonunda başlatmış olduğumuz kapasite kiralama projelerine bu yıl da devam etmek hedefindeyiz.”



“GELECEĞE HAZIRLANIYORUZ”

Akenerji, finansal açıdan 2015 yılında Yapı Kredi Bankası’yla imzaladığı yapılandırma anlaşmasındaki taahhütlerine sadık kalmayı hedefliyor. Yan işlerden elde edilecek nakit akışıyla kendilerini geleceğe hazırladıklarını dile getiren Serhan Gençer, şöyle devam ediyor: “Yurt dışı işlem hacmimizi geçen yıla oranla yine 2,5 katına çıkararak 553 GWh ile rekor seviyeye ulaştırdık. Avrupa elektrik piyasalarındaki aktif varlığımıza ek olarak Amerikan emtia borsalarına üyelik süreçlerimizi başarıyla tamamladık. Bu piyasalarda kömür, doğal gaz ve petrol gibi ürünlerin vadeli ticaretini de yapmaya başladık. Bu sayede yurt dışı işlem hacmimizi 1 TWh’e yükseltmeyi hedefliyoruz.”

“5 segmentte dünyaya açılacağız”

RECAİ ÇAKIR | SİANJİ WELL-BEING GRUP YÖNETİM KURULU BAŞKANI



Geçtiğimiz yıl turizm sektörü yüzde 70’lik bir daralma yaşadı. Bu ortamda Bodrum Sianji Well Being yılı yüzde 20’lik bir kayıpla kapattı. Sianji Well-Being Grup Yönetim Kurulu Başkanı Recai Çakır, bu sonuçta bir sağlık oteli olmalarının önemli katkısı olduğunu dile getiriyor. Diğer tesislerin bu kadar şanslı olmadığını belirten Çakır, “Bodrum’da otellerin büyük bir bölümü açılmadı. Açılanlar da temmuz başı gibi devreye girdi. Bu oteller temmuz, ağustos ve eylül aylarını iyi geçirdi. Biz de hem kaplıca turizmini Bodrum’da devreye soktuğumuz için başarılı bir kış geçirdik hem detoks programlarımızla normal yılın bütçesinin yüzde 80’ini gerçekleştirmeyi başardık” diyor.

Geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da turizm sektörü yine belirsizliklerle sezona giriş yapıyor. Özellikle Rusya’nın Türkiye’ye uçuşları durdurması belirsizliğin ana nedeni. Haziran ayında uçuşların tekrar başlamasıyla tesislerin açılacağını ifade eden Çakır, “Yoksa turizmciler tesislerini açmayı bir ay daha geciktirecek. Yaz sezonunun 3’te 1’ini kaybetmiş olarak sezona başlayacağız. Bu 2 aylık kapanmayla 3-5 milyon turist kaybettik. Bu da 2-3 milyar dolarlık kayıp demek” diye konuşuyor.

Her ne kadar tablo böyle olsa da Recai Çakır bu yılın geçtiğimiz yıla kıyasla bir parça daha iyi geçeceğine inanıyor. Erken rezervasyon oranlarının da geride bıraktığımız geçen yıla göre daha iyi durumda olduğunu belirten Çakır, sözlerini şöyle sürdürüyor: “Polonya, Bulgaristan, Romanya gibi ülkelerden rezervasyonlar almaya devam ediyoruz. Rusya’da temmuz ağustosta yapılan rezervasyonlar hala duruyor, iptal etmiyorlar. Oradan da ümidimiz var.”

Bu ortamda Sianji Grup yatırımlarını sürdürüyor. 2 yıl önce yurt dışına açılmaya başlayan grup, Mısır’da 160 odalı bir wellbeing resort oteli projelendirdi. Bu otelin açılışını 1 yıl sonra gerçekleştireceklerini açıklayan Çakır, diğer yatırımlarıyla ilgili şöyle konuşuyor: “Otelin yanında 450 villa ve rezidanstan oluşan konut projesi var. Aynı Bodrum’daki Sianji Well-Being Resort rezidans modelini Mısır’a taşıdık. Kızıldeniz’de Marsa Alam bölgesinde çok değerli bir proje. Otel bölümünü 2022 yılının nisan ayında açmayı hedefliyoruz. Mısır’da well-being konseptli ilk otel olacağız. Yakında Avrupa’da da bir otel açmayı planlıyoruz. Avrupa’nın çok özel bölgesinde 110 odalı bir butik otel ve 50 villadan oluşan bir proje olacak. Avrupa’dan yatırımcılarla görüşüyoruz. Ayrıca Sianji Well-Being’le hedeflerimiz Rus bölgesinde, Orta Doğu’nun merkezinde Dubai gibi bir bölgede ve bir de İstanbul’da bir proje daha hayata geçirmek. İstanbul’da İstanbul Havalimanı’na yakın bir arazide wellbeing resort geliştirmeyi de planlıyoruz. Şu anda birçok ülkeden yatırımcılarla iletişim halindeyiz.”

7 BÖLGEYE YAYILMA PLANI

Recai Çakır, Sianji markası altında farklı modeller oluşturarak büyümeye odaklandıklarını söylüyor. Çakır, hangi modellerle nasıl büyüyeceklerini şöyle anlatıyor: “Birincisi 5 yıldızlı otel, ikincisi Sianji Well-Being Resort sağlık oteli, üçüncüsü dry otel modeli alkolsüz oteller, dördüncüsü 4 yıldızlı şehir otelleri Sianji Stay&Go modeli. Bunlara bir de rezidans villa ve süit işletmeciliğini ekledik. Şu anda Sianji Well-Being Resort modelinde ilerliyoruz. Hedefimiz 5 segmentte dünyaya açılmak. Çok kısa sürede dünyada 7 ayrı bölgede bunları yapacağız.”

“Yeni yatırım 2023’te devrede”

FAHRİ ÖZER | SÜPER FİLM GENEL MÜDÜRÜ

Süper Film, Sanko Holding’in ambalaj sektöründeki şirketi. 1993 yılında kurulan ve üretime 1995 yılında başlayan şirket, 550 çalışanıyla farklı esnek ambalaj filmlerini Gaziantep’te tek çatı altında üretiyor. Avrupa, Amerika, Afrika, Avustralya ve Asya olmak üzere 5 kıtada 50’den fazla ülkeye ihracat yapan ve 200 milyon dolarlık ciro yaratan şirket, yurt dışında Luxemburg’da Süper Film Europe ve Amerika Oregon’da Süper Film USA şirketleriyle de faaliyetlerini sürdürüyor.

Son yıllarda Süper Film’in büyümesinde yeni ürünlerin payı oldukça yüksek. Özellikle Ar-Ge merkezindeki yoğun çalışmalar sonucu geliştirdikleri özel ürünlerle büyümelerini hızlandırdıklarını belirten Süper Film Genel Müdürü Fahri Özer, “Pademi koşullarının etkisiyle 2020 yılında ambalajlı ürün talebinde de artış yaşandı. Sektörde ve müşterilerimizde fark yaratacak, ortak fayda sağlayacak ürünleri hızla pazara sunarak iç ve dış pazarlarda büyümeyi başardık” diyor. Süper Film bu yıl ve önümüzdeki dönemde artan yatırımlarla üretim kapasitesini artırarak büyümeyi planlıyor. Şirketin büyümesini de özellikle sürdürülebilir ambalaj tasarımları sürükleyecek gibi görünüyor. Ürettikleri esnek ambalajların döngüsel ekonomiye kazandırılması amacıyla birçok yeni proje hayata geçireceklerini anlatan Fahri Özer, “Sürdürülebilirlik anlayışıyla yeni ürünleri endüstrimize kazandırarak ambalaj tasarımlarını optimize etmeyi hedefliyoruz. Bu stratejiyle ambalaj ve ambalajlı ürünlerin tasarımı ve üretiminin tamamen öne çıktığı yeni bir ambalaj ekonomisinin temellerini atıyoruz” diye konuşuyor.

5 kıtaya ihracat yapan şirket yeni 10,4 metre Bruckner, 4. BOPP (Çift yönlü gerdirilmiş polipropilen film) hattı ve 6. BOBST Metalize makinesi yatırımlarıyla film üretimini yıllık 125 bin tondan 184 bin tona, metalize kaplama kapasitesini de yıllık 28 bin tondan 35 bin tona ulaştırmayı planlıyor. Böylece Süper Film, Uzak Doğu ve Amerika kıtası dışında en büyük 9. kapasiteye sahip ambalaj filmi üreticisi konumuna ulaşacak. Özer, bu yatırımların detayı ve yaratacağı fırsatları şöyle paylaşıyor:

“Bu kapasite artışı iç ve dış piyasada daha fazla noktaya ulaşmamız için önemli bir fırsat sağlayacak. Yatırımla iki önemli kazanımımız olacak. Hem ülkemizin BOPP (Çift yönlü gerdirilmiş polipropilen film) film ithalatı azaltılacak, dolayısıyla cari açığın düşmesine katkı sağlanacak hem dış pazarlara daha hızlı ve daha fazla ihracat yapma imkanımız olacak. Yeni yatırımımızla 2023 yılında tam kapasiteyle üretime başlamayı planlıyoruz. Tekirdağ bölgesinde yapılacak yatırım 150 kişiye istihdam sağlayacak.”

MOTOSİKLETLE YURT DIŞI SEYAHATİNE ÇIKIYOR

Fahri Özer için motosiklet bir tutku. Uzun yıllardır motosiklete biniyor hatta yurt dışı seyahatlere çıkıyor. Özer, “Gittiğim farklı coğrafyalardaki her köy ve kasabada farklı kültürler, farklı ürünler, farklı tüketim alışkanlıkları bana farklı ambalaj eğilimlerini düşünme ve görme imkanı da sunuyor” diyor.





“İklim nötr bir marka olacağız”

MAGNUS BOMAN | VOLVO CAR TURKEY GENEL MÜDÜRÜ

Zorlu geçen 2020’de Türkiye otomotiv sektörü yüzde 57,6 büyüme oranı yakaladı. Bu büyümede pandemi etkisiyle daha izole seyahat etme ihtiyacı, belli dönemlerde sunulan düşük faiz oranları gibi birçok unsur rol oynadı. Volvo Car Turkey ise 2020’de 8 bin 200 bin adetlik satışıyla sektörün üzerinde yüzde 97’lik bir büyüme kaydetti.

Ürettikleri otomobillerin kalitesiyle insanların güvenliğini en üst noktada sağlayan, aynı zamanda dünya kaynaklarını düşünerek çevreci yaklaşımı benimseyen bir marka olduklarını belirten Volvo Car Turkey Genel Müdürü Magnus Boman, “2020 satışlarımız içinde Volvo XC90, XC60 ve XC40 lokomotif modellerimiz oldu. Her biri kendi segmentinin lideriydi. SUV ailesinin en büyüğü XC90 yüzde 52,9 pazar payıyla kendi segmentinde zirvedeki yerini korudu. XC60 ise yüzde 43,7 pazar payıyla markanın segment lideri bir başka modeli oldu. Farklı tarzı ve tasarım anlayışıyla Volvo ailesinin en genç üyesi XC40 da yüzde 40,7 pazar payıyla segment birincisi oldu” diyor.

Volvo Car Turkey, bu yıl da güçlü satış hedeflerine sahip. 2021’de geçen yıla benzer şekilde 625 bin binek otomobil satılacağını tahmin ettiklerini belirten Boman, “Pazar payımızı 1,4 civarında öngörüyoruz. 55 bin adetlik bir premium segment satışları içinde ise yüzde 16’lık bir pazar payı hedefliyoruz. Bu hedeflerin yanında bu yıl recharge modellerimizin performansına odaklandığımız bir yıl olacak. Satışlarımızın yüzde 7-10 arasında bir payını modeline göre 35-50 kilometre aralığında tam elektrikli bir sürüş sunan bu modellerimizden elde etmeyi planlıyoruz” diye konuşuyor.

Bu yıl şubat ayında Türkiye’de Volvo’nun B5 AWD 2.0 benzinli mild-hybrid motor seçeneğiyle sunulan S60 modelinin lansmanı yapıldı. Bu modelle önemli bir satış hacmi yaratmayı planlayan şirket, önümüzdeki yıllarda birkaç elektrikli modeli daha piyasaya sürmek niyetinde. Volvo 2025 global hedefi, elektrikli araçların payını yüzde 50’ye ulaştırmak. Şirket, bu hedeflere giden yolda, 2019’dan itibaren ürettiği tüm yeni Volvo otomobillerinde mutlaka elektrikli bir motor olacağını, yeni çıkan hiçbir modelde dizel motor kullanmayacağını duyurmuştu. Volvo, 2030 yılında da tamamen elektrikli bir otomobil şirketi olmayı hedefliyor.

Bu hedeflerin altında önemli bir bilinç ve yaklaşım olduğunu ifade eden Magnus Boman, sözlerini şöyle sürdürüyor: “İsveç’in Skövde kentinde yer alan motor fabrikamız, ilk karbon nötr tesisimiz oldu. 2008 yılından bu yana Avrupa’daki fabrikalarımız yenilenebilir enerji kullanıyor. Global olarak ise bu rakam yüzde 80. 2025’te Volvo otomobillerinde karbon emisyonlarını 2018’e göre yüzde 40 daha azaltılmasını hedefliyoruz. 2040’ta ise bütün operasyonlarımızla iklim nötr bir marka olacağız.”

“KEŞFETMEK İSTEDİĞİMİZ ÇOK YER VAR”

Magnus Boman, pandemiden önce kayak, yelken, yürüyüş ve golf gibi çeşitli outdoor etkinliklerinin hayatının büyük bir parçası olduğunu belirtiyor. Aynı zamanda yeni kültürleri keşfetme ve dünyayı tüm farklılıklarıyla görme fırsatının da ilgi alanları arasında olduğunu ifade eden Boman, “Geçen yıl sonbahardan beri Türkiye’deyiz. Hayat normale döner dönmez burada keşfetmek istediğimiz çok yer var” diyor.

Geniş İç Hacmiyle
Tüm Değerleriniz Güvende



Hırsızlığa Karşı Dirençli

60 Dakika Yangına Dayanıklı

Parmak İzli Şifre Kilit Sistemi

Anahtarlı Kilit Sistemi

Elektronik Şifre Kilit Sistemi

Motorlu Elektronik Şifre Kilit Sistemi

Mekanik Şifre Kilit Sistemi

Ürünlerimizi Vadistanbul Kale Konsept Mağazamızda Deneyimleyin!

KK1200 / KK1000 / KK800

KALE ÇELİK KASA

444 0 243

kalekilit.com.tr / /kalekilit



"En güvenilir içerik sağlayıcısı olacağız"

ZEYNEP TANDOĞAN | HEPSİEMLAK EŞ GENEL MÜDÜRÜ

Hürriyet Emlak, 2006 yılında Doğan Holding bünyesinde kuruldu. Emlak arayanları ihtiyaçlarına en uygun ilanlara, hızlı ve kolay bir şekilde ulaştırmak amacıyla yola çıkan şirket, 2018 yılında dünyanın önde gelen yatırım bankası Goldman Sachs'tan yatırım aldı. 2019'da önemli bir teknolojik dönüşüm başlatan şirket, o günden bugüne altyapısını tamamen yeniledi. Bu dönüşümün bir parçası olarak da geçtiğimiz ay Hürriyet Emlak'ın ismi Hepsiemlak olarak değişti. Hepsiemlak Eş Genel Müdürü Zeynep Tandoğan, yenilenen markaları ve kapsamlı dönüşümden geçen teknoloji altyapılarıyla emlak alım, satım ve kiralamada en hızlı ve en kullanışlı ilan servisini sunar hale geleceklerini söylüyor. "Hızımızı teknolojik altyapımızdan alırken, kaliteyi de kendimiz için en önemli hedeflerden biri olarak belirledik" diyen Tandoğan, sözlerini şöyle sürdürüyor:

"Hem son kullanıcının hem emlak ofislerinin çok daha rahat kullanabilecekleri ve ev arama sürecini kolaylaştıracak çözümler üretiyoruz. Adım adım tüm işlemleri tek tek analiz edip kullanıcı alışkanlıklarımıza göre sürekli yeniden şekillendiriyoruz. Sitemizde ilan giriş süresini 2 dakikayla sektör ortalamasının çok altına indirdik. Dönüşümümüzle birlikte hızlı bir arama motorumuz, çok iyi bir algoritmamız var. Önümüzdeki dönemde kullanıcılarımızı platformumuzda hatasız, güncel, tekrarsız ve genel anlamda çok daha kaliteli ilanlarla buluşturacağız. Bir diğer odak alanımız, bu yolda birlikte yürüdüğümüz müşterilerimiz ve iş ortaklarımız. En güvenilir ve uzman emlak profesyonellerinin tercih ettiği platform olmak istiyoruz. Bu alanda da son dönemde hızlı adımlar attık. Emlak profesyonellerinin kazançlarını artıracak teknolojiler, yeni ürünler ve iş modelleri sunmaya devam edeceğiz. Hepsiemlak olarak, emlakla ilgili A'dan Z'ye kritik bilginin en güvenilir içerik sağlayıcısı olmayı amaçlıyoruz."

PANDEMİ DESTEĞİ

Pandemi süreci emlak alım satımını olumsuz etkiledi. Bu süreçte doğrudan müşterileri olan emlak ofislerinin gelirlerinin sıfırlandığını ifade eden Zeynep Tandoğan, yaşanan mağduriyeti giderecek aksiyonlar aldıklarını anlatıyor. Aynı Çatının Altındayız kampanyasının da bu aksiyonun en önemli parçası olduğunu ifade eden Tandoğan, neler yaptıklarını şöyle paylaşıyor:

"Kampanyamızın ilk fazında tüm üyelerimize 1 ay ücretsiz kullanım hakkı tanımladık. İkinci fazda hem mevcut üyelerin hem üye olacak yeni emlak ofislerinin faydalanabileceği 2 ay ücretsiz üyelik fırsatı sunduk. Bu kampanyayla 15 bini aşkın emlak ofisine 10 milyon TL'den fazla destek sağladık, müşteri bazımızı yüzde 15 artırdık. Geçtiğimiz mayıs ayında üçüncü fazı hayata geçirdik ve hem mevcut üyeler hem yeni üye olacaklara mayıs ayında yüzde 50 indirim sağladık. Dolayısıyla 15 aylık süreçte sektör profesyonellerimize elimizden geldiğince destek olduk."



Araştırma ve İnovasyon | Sürdürülebilirlik | Sanat | Çeşitlilik | Sağlık | Yenilikçi | Yeşil Kampüs | İş Dünyası | Uluslararası

www.yeditepe.edu.tr | 0216 578 11 00

YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ

25.yıl



AYÇE TARCAN AKSAKAL aaksakal@capital.com.tr

"ABD'DE ŞİRKET ALACAĞIZ"

Artan taleple bu yıl ihracat ve ciroda yüzde 50 artış hedeflediklerini belirten BLC Group Yönetim Kurulu Başkanı Şahin Balcıoğlu, "ABD'de şirket satın almak istiyoruz" diyor.

Geçen yıl Kahramanmaraş Sanayi ve Ticaret Odası başkanlığına seçilen Şahin Balcıoğlu, 1960'lı yılların sonunda kurulan BLC Group'un kurucusu ve yönetim kurulu başkanı. 2020 cirosu 157 milyon TL olan grubun bünyesinde Çabasan Tekstil Boya, Moteks Tekstil, ÇBS Ambalaj ve ÇBS Balcı Gıda şirketleri yer alıyor. Kahramanmaraş'a 1986 yılında ilk örgü makinesinıı getiren Balcıoğlu, bugün şirketini oğlu Aykut Balcıoğlu'yla yönetiyor. Oğlunun yurt dışı kumaş satışıyla ilgilendiğini söyleyen Balcıoğlu, yeni dönem hedeflerini şöyle anlatıyor:

İSTİHDAM AZALMADI

"Grubumuzda 5 şirket ve 4 fabrika bulunuyor. Fabrikaların tamamı Kahramanmaraş'ta ve bununla açıkçası çok övünüyoruz. Çalışıyoruz, üretiyoruz ve üretmeye devam ediyoruz. Yaklaşık 300 kişiye istihdam sağlıyoruz. Pandemiye rağmen işlerimiz oldukça iyi. Bu nedenle istihdamı azaltmadık, aksine üretimi artırdığımız için istihdamı artırdık. Hedefimiz istihdamı daha da artırmak.



"SIFIR ATIĞA ODAKLANDIK"

"En fazla sürdürülebilir üretime yatırım yapıyoruz. Sıfır atıkla üretim yapmanın yollarını arıyoruz. Geri dönüşümlü ürünlere çok büyük talep var. Ürün grubumuzda geri dönüşümlü, sürdürülebilir ürünlerin oranı çok arttı."

TALEP ARTTI

En büyük sektörümüz tekstil boya işimiz ve en hızlı da bu iş kolumuz büyüyor. Örme grubunda boyanmış kumaş satıyoruz. Pandemiyle rahat ev kıyafetlerine talebin artmasıyla ürünlerimize olan ilgi çok arttı. 2020'yi 157 milyon TL ciroyla kapattık. 2021'e iyimser bakıyoruz. Tekstilde siparişlerin Çin'den Türkiye'ye kaymasıyla bu yıl ihracat ve ciroda yüzde 50 artış bekliyoruz. Bu büyüme kârlılığımızı da artıracak. Hedefimiz, tekstil veya yeni bir sektörde Amerika'da şirket satın almak ya da kurmak."

"ÇEKİM MERKEZİ OLACAĞIZ"

3 HEDEF SEKTÖR Antalya OSB Teknoloji Geliştirme Bölgesi Akdeniz Üniversitesi, Antalya OSB, Bilim Üniversitesi ve Antalya Ticaret ve Sanayi Odası'nın birlikte kurduğu bir teknopark. Henüz inşaat aşamasında olmasına rağmen şimdiden 2 şirket Ar-Ge binalarını kurmak üzere çalışmaya başladı. Tarım, turizm ve sanayi olmak üzere 3 sektöre odaklandıklarını belirten Antalya OSB Teknoloji Geliştirme Bölgesi Genel Müdürü Dr. Aylin Tümay, şöyle konuşuyor:

ÜRETİM ODAKLI "Sanayinin içinde olduğumuz için girişimcilerin üretim, imalat odaklı olmasını ve yazılım içeren projelerle bize başvurmalarını bekliyoruz. Üretime dönük Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmaları yapan girişimler için bölgemiz çok uygun. OSB'de yer alan tarım, gıda, makine, elektrik-elektronik, plastik sektörlerinde bu anlamda ciddi gereksinimler var."

2 AR-GE MERKEZİ Tümay, "Bölgemizde Ar-Ge yatırımları devam ediyor. Sağlık alanında Antalya Yaşam Hastaneleri medikal bir cihazın Ar-Ge çalışmalarını gerçekleştirmek için Ar-Ge binasını kurdu" diyor. Tümay, Muratpaşa Belediyesi'ne ait bir şirketin de teknoparkta Akıllı Şehirler Ar-Ge merkezini hayata geçireceğini belirtiyor.



Gidilecek Çok Yol Var, Türkiye'de e-Dönüşüm **Şimdi Başlıyor!**

• Kayıtlı Elektronik Posta (KEP) • e-İmza
• e-Fatura • Kurumsal Güven Hizmetleri

- 2015 yılında başlayan e-Tebligat uygulamasında ilk üç yıl yaklaşık 8 milyon e-Tebligat, son üç yılda **52 milyon**.
- İlk 10 yılda e-Faturaya geçiş yapan mükellef yaklaşık 330.000, sadece 2021 yılında geçiş beklentisi **100.000** ve üzeri.
- TÜRKKEP 2020 yılı gelir büyümesi **%60'**dan fazla.

Dijitalleşme ve teknolojinin gelişimi ile e-dönüşüm ŞİMDİ BAŞLIYOR.



0850 470 05 37
www.turkkep.com.tr
destek@turkkep.com.tr

TÜRKKEP



THOMAS FREY

Teslimatta büyük devrim

2015 yılında teslimatlar henüz drone'larla yapılmıyorken bu konuda çözülmesi gereken sorunları konu alan bir yazı yazmıştım. O yazıda, halen çözülmeyi bekleyen 37 sorunu gündeme getirmiştim.

Drone teknolojisinin evrimi, şaşırtmayarak bu sorunların çoğunu çözebildi. Bunlar arasında dayanıklılık, menzil ve havada çarpışmayı önlemeyle ilgili sorular da vardı. Belirlenmiş teslimat iniş noktaları, drone eğitme ve "drone uçurma hakları" gibi diğer konuların azı teknikti ve daha çok sistemle ilgiliydi. Bununla birlikte drone'ların mahallelerimizde, banliyölerde ve şehirlerde yaygınlaşması için daha gidecek çok yolumuz var.

Drone'lar çoktandır yaygın şekilde ticari amaçlı kullanılıyor. Belki de en belirgin tezahürleri, haberlerde kullanılmalarında ve önemli spor etkinliklerinde keşif balonlarının yerini almalarında görülüyor. Gerçi bu sadece buzdağının görünen yüzü. Görünenin ötesinde ve başımızın üstündeki drone'lar şunlara da yardımcı oluyor:

- **Kanunların uygulanması:** Gözetleme ve gözlemler
- **Sigorta:** Mülk hasarını inceleme
- **İnşaat:** Güvenlik denetimlerini gerçekleştirme
- **Tarım:** Ekinlerin izlenmesi
- **Ordu:** Gözcülük

Şimdiye kadar ticari amaçlı drone'lar "uçan kamera" olarak kullanıldı. Ticari amaçlı drone kullanımının bir sonraki büyüme aşaması, teslimat hizmetleri için olacak. İşte o zaman tam olarak dikkatimizi çekecek ve hayatlarımızın değişmez bir parçası haline gelecekler. Analistler, global drone ile teslimat servisinin 2027'ye kadar en az 9,5 milyar doları bulacağını öngörüyor.

Peki 6 yılda ne kadar yol aldık? Federal Havacılık İdaresi teoride drone ile teslimata hazır görünüyor. Bu da sonraki önemli adımlardan biri. Geçen yılın sonlarında The Federal Aviation Administration (FAA), Amazon'un uzakta bulunan, kırsal kesimlerdeki bölgelere paket teslimatı için drone'ları kullanmasına izin verdi. Alphabet'e ait Wing Aviation ve UPS'e ait Flight Forward hizmeti de benzer izinleri aldı. Bu üç şirket, 6 yıl önce değindiğim güvenlik mevzularından çoğunu çoktan halletti.



GELECEK TRENDLERİ

Teknoloji drone'ları çok daha elverişli teslimat araçları haline gelecek şekilde gelişmeye devam edecek. Tek şarjlı lityum-metal pillerin değişerek daha büyük lityum-iyon pillere dönüşmesiyle drone'lar daha uzak menzillere gidebilecek. Güçlendirilmiş bağımsız gezinme özellikleri sayesinde daha hassas materyalleri teslim etmek üzere bir konut ya da bina içinde yollarını bulabilecekler. Sağlık sektöründe drone kullanımı artacak. Bir konutun içine girebilen, odalarda dolaşabilen ve kendi kendine yemek masasına park edebilen drone'lar ilaçları teslim ederken, dönüşte hastadan doktora numune iletebilecek. Cincinnati Üniversitesi'nden araştırmacılar tam olarak bunu yapacak bir drone prototipi geliştirdi, drone'u hastayla sağlık uzmanı arasındaki doğrudan iletişimi kolaylaştıracak kameralar ve bir ekranla donattı.

Olasılıklar sonsuz. Drone'lar uçan robotlar haline gelecek, işleri bizim yaptığımızdan daha iyi yapacak ve bizim şimdiden buna alışmamız gerek. Altı yıl önce gündeme getirdiğim 37 teslimat drone'u bağlantılı mevzuda çok yol kat ettik. Ancak hesaplamalarıma göre çok müthiş bir ilerleme kaydettiğimizi görmeme rağmen çözülmesi gereken sorunlar hala var. C


TÜRKİYE'NİN
81 İLİNDE
HER İLÇESİNDE
A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ
A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ
SIFIR
A-101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

HAZIRLAYAN: NİL DUMANSIZOĞLU ndumansizoglu@capital.com.tr

DEĞERLEME İÇİN KÜÇÜK KİTAP

New York Üniversitesi Stern School of Business'ta kurumsal finans ve öz sermaye değerleme dersleri veren finans profesörü Aswath Damodaran'ın Değerleme İçin Küçük Kitap adlı kitabı, Gedik Yatırım sponsorluğunda, Ergun Unutmaz çevirisiyle Scala Yayıncılık'tan yayınlandı. Kitap, özellikle borsanın sırlarını keşfetmek isteyenleri ihtiyaçları olan tüm bilgilerle buluşturuyor.



ASWATH DAMODARAN

OXFORD İŞLETME GRUPLARI ELKİTABI

Aslı M. Çolpan, Takashi Hikino ve James R. Lincoln'ün derlediği Oxford İşletme Grupları Elkitabı, Koç Üniversitesi Yayınları'ndan (KÜY) çıktı. Türkiye ekonomisiyle birlikte birçok yükselen piyasaya odaklanan kitap, Güney Kore, Hindistan, Arjantin, Meksika ve İsrail gibi ülkelerdeki işletme grupları hakkında analitik ve tarihsel verilere dayanan ampirik incelemelere yer veriyor.



ASLI M. ÇOLPAN
TAKASHI HIKINO
JAMES R. LINCOLN



ÖMÜR DOĞAN

BİR ÖMÜR YARATICILIK

Öğrenme tasarımcısı ve eğitmen Ömür Doğan'ın kaleme aldığı Bir Ömür Yaratıcılık-Yaratıcı Yaşam Rehberi, okuyucusunu sıradanlıktan çıkarmak için farklı bir bakış açısına davet ediyor. Sola Unitas Yayınevi tarafından yayımlanan kitap, yaşamına yaratıcılık katmak isteyen üniversite öğrencisinden iş hayatındaki stajyere, üst düzey yöneticiden çocuğunun geleceğini düşünen ebeveyne kadar geniş bir kitleye hitap ediyor.



PROF. DR.
ALİ ATİF BİR

AYIRICI MARKA VARLIKLARI İNŞA ETMEK

Araştırma profesörü Jenni Romaniuk'ın ikinci kitabı Ayırıcı Marka Varlıkları İnşa Etmek, Prof. Dr. Ali Atif Bir'in editörlüğünde okuyucuyla buluştu. The Kitap Yayınları etiketiyle çıkan kitap, markalara, ayırıcı varlıklarını inşa etmede ve devamlılıklarını sağlamada uzun dönemli bir strateji oluşturulmasına yardımcı olacak bir yol haritası sunuyor.

ŞİMDİ SENİN ZAMANIN

Arzu Tekir, kendi girişimcilik yolculuğunda edindiği deneyimleri Şimdi Senin Zamanın adlı kitapta anlattı. Kariyerini dönüştürmek ve iş yaşamında kendilerini mutlu edecek yolları bulmak isteyen kadınlara ilham vermeyi hedefleyen kitapta, Ahu Serter, Asuman Bayrak, Günseli Özen, Suzan Bayazıt gibi alanlarında yenilikçi ve ilham veren kadınlarla yapılan röportajlar da yer alıyor.



ARZU TEKİR

MUTLULUK PROJESİ

Mutluluk Projesi-Mutluluğa 53 Adım, özellikle COVID-19 zamanında yaşanan depresyonun hafifletilmesi, öfkenin azaltılması, enerjinin ve huzurun artması gibi konulara yaklaşıyor. Bu gelişmeleri de Feza Karakaş'ın uygulayıcısı olduğu The Work yöntemiyle kişinin olumsuz düşüncelerini farkına varması ve dönüştürmesiyle geleceğe daha umutla bakması için uygulayacağı yöntemleriyle işliyor.



FEZA
KARAKAŞ

CEO'LAR NE OKUYOR?



TEOMAN ALPER YİĞİT

FANUC TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ

"İŞ DÜNYASI OKUMALI"

"Seth Godin'in Poke The Box/ İş Dünyasının Bilinen Sınırlarını Aşmak adlı kitabı, değişkenliğin had safhada olduğu günümüzde, bilinen ve kabullenilmiş normların dışına çıkarak fark yaratacak, hayal gücü ve özgüveni yüksek kişileri anlatıyor."

TARİH MERAKLILARINA ÖNERİ

"Tarihe meraklı herkesin arşivinde Murat Bardakçı'nın Son Osmanlılar-Osmanlı Hanedanının Sürgün ve Miras Öyküsü kitabı mutlaka olmalı. Dünyanın her tarafındaki Osmanlı hanedan mensuplarıyla görüşülüp hazırlanan kitap, Osmanlı'nın son dönemlerine de ışık tutuyor."



MURAT KAŞIBEYAZ

KAŞIBEYAZ LEZZET GRUBU YÖNETİM KURULU BAŞKAN VEKİLİ



YASİN ÇÖREKÇİ

SİNOZ KOZMETİK CEO'SU

"BAŞUCU KİTABIM"

"Sun Tzu'nun Savaş Sanatı adlı eseri benim için bir başucu kitabı."

En çok satan 10 iş kitabı

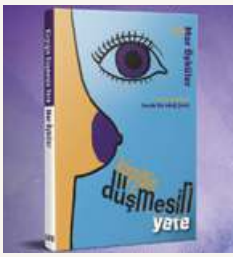
Kaynak:D&R

1	Outliers (Çizginin Dışındakiler) / MALCOLM GLADWELL	Mediacat
2	Tongue Fu-Sözlü Dövüş Sanatı / SAM HORN	Boyner
3	Zengin Baba Yoksul Baba / ROBERT T. KIYOSAKI	Alfa
4	Örneklerle Kolay Ekonomi / MAHFİ EĞİLMEZ	Remzi
5	Bazen Olmaz / ÖZLEM GÜRSES TATAR	Kronik
6	Ekonomi 101 / ALFRED MILL	Say
7	Akıllı Yatırımcı / BENJAMIN GRAHAM	Epsilon
8	Küçük Başlayın, Büyük Düşünün / STEVE JOBS	Zeplin
9	Amaç-The Goal / AYŞE BİLGE DİCLELİ/ELIYAHU M.GOLDRATT/JEFF COX	Optimist
10	Milyon Dolarlık Sözler / HALUK ZİYA TÜRKMEN	Hayykitap

İŞ DIŞI KİTAPLAR

KİRPİĞİN DÜŞMESİN YERE

Sevda Karadağ Çırak tarafından yayına hazırlanan Kirpiğin Düşmesin Yere-Mor Öyküler kitabı, Notabene Yayınları'ndan çıktı. Yirmi kadın yazarın öyküsünün yer aldığı kolektif kitabın geliri, Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı'na bağışlanacak.



SEVDA KARADAĞ ÇIRAK

"BİZ HER ŞEYİZ"



BURCU KARAKAŞ

Gazeteci Burcu Karakaş, "Biz Her Şeyiz"-Diyanet'in İşleri adlı çalışmasında, Diyanet İşleri Başkanlığı'nı masaya yatırıyor. Diyanet'in dününü, bugününü, amaçlarını, bu amaçlar doğrultusunda ilerlediği yolu mercek altına alıyor.

GÖLGEDE VE GÜNEŞTE FUTBOL

Gerçek bir futbol tutkunu olan Uruguaylı ünlü yazar Eduardo Galeano, dünya kupalarına ilişkin gözlemlerini anlattığı Gölgede ve Güneşte Futbol'un bu baskısına, 2010 Dünya Kupası bölümünü de ekledi. Yeni bölümleriyle birlikte yayımlanan kitapta, futbol, ticaret ve siyaset açısından değil, kültürel açıdan irdeleniyor.



EDUARDO GALEANO

10 SORUDA

● ASLI SÖZBİLİR asozbilir@capital.com.tr

KRİPTO PARADA SON TABLO

"Düzenleme sektörün önünü açar"



Bugün dünyada 70 milyondan fazla, Türkiye'de ise yaklaşık 3 milyon kripto para cüzdanı var. Türkiye'de kripto para borsası Thodex'le ilgili dolandırıcılık iddialarının ardından TCMB, kripto paraların Türkiye'de ödeme aracı olarak kullanılmasına 30 Nisan itibarıyla yasak getirdi. Bu gelişmeler sonrası gözler kripto para piyasasına çevrildi. BtcTurk CEO'su **ÖZGÜR GÜNERİ**, dolandırıcılık iddialarının işlem hacmini etkilemediğini söylüyor. TCMB kararını da olumlu bulan Güneri, "Kripto para platformlarının düzenlenmesi, sektörün daha da büyümesinin önünü açacaktır" diyor. Güneri ile kripto para piyasasındaki son tabloyu ve kripto paraların geleceğini konuştuk:

1 Şu anda dünyada kaç kripto para var? Kripto paralar ne tür riskler barındırıyor?

İlk kripto para Bitcoin'in haricinde 9 binden fazla kripto para üretildi. Genel olarak projelere fon sağlamak amacıyla piyasaya çıkan kripto paralar, projelerin ürün veya hizmetleriyle birlikte kullanıldıkça yaygınlaşıyor. Ancak bir soruna çözüm sağlamayan, yeni bir öneri sunmayan dolayısıyla bir topluluğun desteğini alamayan projelere ait kripto paralar bir süre sonra değerini yitirme riski taşıyor. Bunun haricinde, blok zinciri teknolojisi halen gelişmeye devam ediyor. Kodu denetlenmeyen, geliştirici ekibi aktif olmayan, blok zinciri tehditlere açık kripto para kısmen ya da tamamen kullanım dışı kalma riskini de barındırıyor.

2 Dünyada kripto paranın güncel piyasa hacmi ne kadar?

Kripto paranın piyasa büyüklüğü 2,2 trilyon dolar seviyelerine ulaşırken 24 saatlik işlem hacimleri küresel olarak 220 milyar doların üzerine çıktı. Kripto paralarla en çok işlem yapan ülkelerin başında ise Amerika ve Uzak Doğu ülkeleri geliyor.

3 Türkiye, kripto dünyasının neresinde?

Türkiye, kripto para bilinirliğinin yüksek olduğu ülkelerden biri olarak öne çıkıyor. Türk kullanıcıları kripto para alım satımı yapanlar arasında üst sıralarda yer alıyor. Türkiye'de 24 saatlik işlem hacimleri 1 ila 3 milyar dolar arasında değişiyor.

4 Türkiye'de kaç yerli kripto para borsası var? Kripto para borsası açmak için ne gibi niteliklere ihtiyaç var?

Türkiye'de 20'nin üzerinde kripto para alım satım platformu faaliyet gösteriyor. Ancak

Türkiye, kripto para bilinirliğinin yüksek olduğu ülkelerden biri olarak öne çıkıyor. Türkiye'de 24 saatlik işlem hacimleri 1 ila 3 milyar dolar arasında değişiyor.

market verilerine ulaşabildiğimiz platform sayısı çok daha az. Kripto para alım satım platformu işletebilmek için alanında uzman kişilerden oluşan, yazılım, finans, siber güvenlik ve operasyon ekiplerine ve finansal yeterliliğe sahip olmak gerekiyor.

5 Kripto para borsası dolandırıcılığını engellemek için nasıl bir düzenleme gerekiyor?

Elbette, kripto para alım satım platformlarını düzenleyen bir regülasyonun yapılması gerekiyor. Merkez Bankası ve MASAK tarafından yakın zamanda atılan adımları bu anlamda çok kıymetli görüyor ve destekliyoruz. Yapılacak düzenlemeyle birlikte kripto para alım satım platformu olabilmek için belirli kriterleri sağlamak gerekecek. Ayrıca, platformların daha sık denetlenmesi mümkün olacak. Bu sayede kullanıcıların özellikle kripto para varlıklarının karşılıklarının tespit edilmesi ve güvence altına alınması sağlanabilir.

6 Dolandırıcılık olayları, Türkiye'de kripto para piyasasını nasıl etkiler?

Bu tür talihsiz olaylar rahatsızlık oluştursa da kullanıcılar kripto para alım satım işlemlerini sürdürüyor. İşlem hacimlerinde kısa süreli düşüşler yaşansa da Bitcoin fiyatının hareketli olduğu dönemlerde hem eski kullanıcılar hem yeni kullanıcılar daha fazla işlem yapma eğilimi gösteriyor. Sektörün öncü kuruluşu olarak, 8 yıldır, 3,5 milyona yaklaşan kullanıcımızın Bitcoin ve kripto para alım satım işlemleri yapmasına aracılık ediyoruz. Bu süreçte de işlem hacimleri ya da kullanıcı sayımız seyrini korudu.

7 Merkez Bankası imzalı yönetmeliğe göre Bitcoin gibi elektronik paraların, Türkiye'de ödeme aracı olarak kullanılmasına 30 Nisan 2021 itibarıyla yasak getirildi Devletler kripto paraları yasaklayabilir mi?

Kripto paralar merkezi olmayan ağ üzerinde, doğrudan kullanıcılar arasında transfer edilebilen dijital varlıklardır. Devletler, Bitcoin ve diğer kripto paraların transfer işlemini tamamen durduramasa da dijital varlıkların kullanımını düzenleyebilir. Merkez Bankası tarafından yayınlanan ve Türkiye'deki lisanslı ödeme kuruluşlarını kapsayan düzenlemeyle, kripto para varlıklarının ödeme aracı olarak kullanılması ve ilgili kuruluşlarla kripto para alım satım platformları arasında fon aktarımı durduruldu. Böylece, ödeme sistemi kuruluşları üzerinden kripto para alım satım platformlarına para transferi yapılamayacak ve kripto paralar ödeme aracı olarak kullanılamayacak. Ancak kullanıcıların, platformlara bankalar aracılığıyla para transferi işlemlerine herhangi bir kısıtlama ya da düzenleme getirilmedi. Kullanıcılar, banka hesaplarından Türk Lirası transfer ederek kripto para almaya devam edebilecek.

8 Kripto paralar için düzenlemeler dünyada mevcut mu?

Dünya genelinde kripto paralarla ilgili fikir birliğine varılmış ortak bir düzenleme yok. Ancak Japonya, ABD ve bazı Avrupa ülkelerinde kripto para ve kripto para alım satım platfomlarını düzenleyen kanunlar çıkarıldı.

10 Kripto paralar 10 yıl sonra hayatımızda nasıl bir yer kaplayacak?

Kripto paralar dijital olmaları sayesinde kolay taşınabilir, bölünebilir, değer saklama ve ödeme aracı olarak kullanılabilir. Aynı zamanda blok zinciri teknolojisinden aldığı güçle, güvenle kullanılabilir. Dünyada pek çok sektörün dijitalleşme yolunda hızla ilerlediğini göz önünde bulundurduğumuzda kripto paraların önümüzdeki yıllarda hayatımızda biraz daha fazla yer kaplayacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Yapılan düzenlemeler, hem bireysel kullanıcıların kripto para işlemlerini kolaylaştırdı hem de kurumsal şirketlerin kripto para alabilmelerinin önünü açtı.

9 ABD'nin, kripto para piyasası kuruluşlarına ilişkin düzenleme yapma planı kripto para piyasasının geleceğini nasıl etkiler?

Kripto para alım satım platformlarının düzenlenmesi, sektörün daha da büyümesinin önünü açacaktır. Regüle piyasalarda hem hizmet sağlayıcılar hem de yatırımcılar korunur. Platformların düzenlenmesi ve denetimlerin artırılması, bireysel ve kurumsal yatırımcıların Bitcoin ve kripto para alım satım işlemlerini daha güvenle yapmalarına zemin hazırlar. C

Biden'in Çin yaklaşımı



IAN BREMMER

Eurasia Group Başkanı
@ianbremmer

"Washington'un en önemli amacı, ülkelerin Çin'in yörüngesine girmesini engelleyip mümkün olan en fazla sayıda ülkede Çin'le birlikte rekabetçi biçimde var olmak."

ABD-Çin ilişkisi karşılıklı cepheleşmeye doğru gidiyor. ABD Başkanı John Biden'a ülkede "yeniden başlıyoruz" hissini yaratması konusunda politik olarak yapılan baskının bunda etkisi büyük. Aynı zamanda Biden'ın dünyayı yönetmek konusunda Çin'in vizyonuna ciddi itirazları olması da önemli bir etken.

Kısa vadede bu durum, iki ülkenin gümrük tarifeleri ve yaptırımlar konusunda lobi yapmaya devam edecekleri anlamına geliyor. Dünyanın geri kalanının aklında ise Biden yönetiminin diğer ülkeleri Pekin ile Washington arasında seçim yapmaya zorlayıp zorlamayacağı sorusu var. Neyse ki Biden'ın ekibi oldukça pratik.

Trump yönetiminin, ülkeleri Çin donanımlarını 5G ağlarından çıkarmaya zorlamasının üzerinden daha çok zaman geçmedi. İngiltere ve Avustralya gibi bazı ülkeler, bunu zorunlu kılarken çoğu stratejik olarak bu kararı vermekten kaçınmıştı. Başka kritik nedenlerle Washington'u memnun etmeniz gerekmiyorsa bugün dünyadaki iki ekonomik süper güçten biriyle sözleşme yaparken diğerini dışarıda tutmaktan kaçınmak gerekiyor. Ayrıca çoğu gelişmekte olan ülkenin, vatandaşlarına daha iyi yaşam imkanı sunmak için Pekin tarafından sunulan parayı ve teknolojiyi geri çevirme lüksü yok. Washington ABD'yle iş yapmak için Çin'le iş yapılmamasını şart koşarsa dünyanın büyük kısmının kontrolünün Pekin'e geçmesi riskini yaratır.

KAPİTALİZMİN TEMELİNE DÖNÜŞ

Biden'ın ekibi bu durumun farkında. Trump yönetimine kıyasla ABD'nin yurt dışındaki algısına da daha çok uyum sağlamış durumda. Ülkeleri bu sancılı kararları alma konusunda zorlamaya çalışmanın sınırlarını anlıyor. Bunun yerine ABD'yi kapitalizmin en temel ilkesine geri götürüyor: Rekabet. Washington'un en önemli amacı, ülkelerin Çin'in yörüngesine girmesini engelleyip mümkün olan en fazla sayıda ülkede Çin'le birlikte "rekabetçi biçimde var olmak". ABD, fonların ve yatırımların buna en çok ihtiyacı olan ve Pekin'in çoktan peşine düştüğü Latin Amerika'da, Asya'da, Sahraaltı Afrika'da ve Avrupa'daki ülkelere dağıtımı konusunda Çin'le rekabet etmesi gerektiğinin farkında. Bu ülkeler bu denli "rekabetçi" bir ortamda her zaman Washington'un isteklerini yerine getirmeyebilir, ancak bu durum Pekin için de geçerli.

Bu "rekabetçi biçimde birlikte var olma" politikasının güdülmesi zorlayıcı olacak. Çin ekonomisi devlet tarafından yönetiliyor, bu da Pekin'in Çinli işletmeleri ve fonları doğrudan Çin'in ulusal menfaatine olacak yollarla daha etkin biçimde kullanabilmesi demek. Ancak yabancı ülkelere yardım ve özel şirketlere önemli ülkelerdeki projelere yatırım yapmaları için teşvik verme konusunda stratejik davranırsa, ABD'nin halen sunabileceği pek çok şey var. ABD mevcut nüfuzunu IMF gibi çok uluslu kuruluşları uygun vadelerle ve Çin'in sunduğundan daha şeffaf finansmanla kredi vermeye zorlamak için de kullanabilir. Ülkelerin Çin'in yeni ipek yolu projesi BRI'dan (belt and road initiative) geri çekilmeye başladığını şimdiden görüyoruz.

ABD'deki Çin karşıtı devlet adamları ABD'nin parayı Çin'le de iş yapan ülkelere yönlendirmesine karşı çıkacak. Ancak Çin'le zıtlaşma düşünülüyorsa, bu yanlış bir yol. Biden yönetimi ABD'nin özel güçlerinden yararlanarak ABD'nin Çin'le yabancı ülkelerde rekabet edebilme kabiliyeti konusunda kendine güveniyor. Daha da önemlisi, ABD'yle ortaklık yapmalarını salt talep etmek yerine, dünyaya ABD'yle ortaklık yapmanın Çin'le ortaklık yapmaktan neden daha iyi olduğunu bizzat göstermenin uzun vadede ABD'nin çıkarına olduğunun farkındalar. C



MAĞAZA İÇİ TEMASSIZ ÖDEME DENEYİMİ SUNAN NEBİM V3 PAYLINK İLE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİZİ ARTIRIN!

Nebim V3 Paylink ile mağaza içi her yerden kayıtlı kartlarla tek tıkla ödeme alarak kasada beklemelere son verebilirsiniz. Nasıl mı?

Güvenli kart saklama altyapımız **PaynetPass** ile müşterileriniz kendi kart bilgilerini markanıza özel olarak saklayarak limitlere takılmadan tüm kartlarıyla taksitli ödeme yapabilir. Ayrıca, müşterilerinize Masterpass veya banka mobil uygulamaları ile ödeme imkanı sunarak kart taşımaya gerek olmadan pürüzsüz alışveriş deneyimi yaşatabilirsiniz.

Müşteri memnuniyetini en üst seviyeye çıkaracak, yenilikçi, hızlı ve temassız bir alışveriş deneyimi için **Nebim V3 Paylink**'i keşfedin!

NEBİM | paynet

/paynetodeme



“BAU Teknoloji ve Girişim Kenti küresel bir merkez olacak”

“BAU Global Başkanı Enver Yücel, 50 yılı aşkın süredir eğitim hayatının içinde. İşini geleceği inşa etmek olarak tanımlayan Yücel, bir eğitim girişimcisi olarak girişimcilik ruhunu öğrencilerine aşılamaya çalışıyor. Yücel, “Yeni nesil bir üniversite kavramının öncülüğünü yapmaya çalışıyoruz. Teknoloji üreten, bilim üreten, ürettiği bilimi de insanlığa dokunacak bir ürün haline getiren bir ekosistem yaratmayı hedefleyerek üniversitemizin çok önemli bir yatırımını, BAU Teknoloji ve Girişim Kenti olarak kurduk. Yüksek teknoloji ve yenilik için küresel bir merkez olarak hizmet verecek olan BAU Teknoloji ve Girişim Kenti dünyanın en büyük teknoloji şirketlerine de ev sahipliği yapabilecek” diyor. BAU Global Başkanı Enver Yücel, BAU Teknoloji ve Girişim Kenti hakkındaki sorularımızı şöyle yanıtladı:

Teknoloji ve Girişim Kenti kurma fikri nasıl doğdu? Nereden ilham aldınız?

Girişimcilik ruhunu öğrencilerime elimden geldiğince aşılamaya çalışıyorum. Eğer biz ülke olarak gençlerimize bu ruhu ve heyecanı verebilirsek geri kalmamız mümkün değil. Elimden geldiğince bana gelen girişimcilik projelerinin hiçbirini geri çevirmiyorum. Gururluyuz.

Öğrencilerimiz burada seslerini dünyaya duyurabilecek ve geleceği inşa edecek. Üniversitelerimizin paradigmalarının değişmesi lazım. Biz yeni nesil bir üniversite kavramının öncülüğünü yapmaya çalışıyoruz. Teknoloji üreten, bilim üreten, ürettiği bilimi de insanlığa dokunacak bir ürün haline getiren bir ekosistem yaratmayı hedefleyerek üniversitemizin çok önemli bir yatırımını, BAU Teknoloji ve Girişim Kenti olarak kurduk.

Teknoloji ve Girişim Kenti’nin kurulma amacı, misyonu nedir?

BAU Teknoloji ve Girişim Kenti, iş dünyasının kalbi kent merkezine 10 dakika mesafede bulunuyor. Türkiye’nin uluslararası rekabet gücünü artırmak amacıyla, teknoloji ve bilimin uygulamaya aktarılmasına en uygun ortamı sağlayacak, Türkiye ekonomisinin yeni trendlerine ve teknolojik gelişimine uygun dev bir ekosistem olarak faaliyet gösterecek, bilim ve teknolojiyi girişimcilerle buluşturmayı hedefliyor. Aynı zamanda teknoloji tabanlı ürün üretme potansiyeline sahip olan yeni şirketlerin kurulmasını ve mevcut şirketlerin konumlanarak daha da büyümesini teşvik edecek. Kurulacak olan kentin teknolojik altyapısı ve mevcut imkanlarıyla sanayinin mevcut imkanları birleştirilerek bilimsel, teknolojik ve ekonomik yönden gelişmeleri için sistemli çalışmalar yürütülecek. Bu sayede teknoloji transferine yardımcı olmak ve ileri teknoloji sağlayacak yabancı sermayenin ülkeye girişini hızlandıracak.

Teknoloji ve Girişim Kenti ekosistemini nasıl tanımlarsınız?

Yüksek teknoloji ve yenilik için küresel bir merkez olarak hizmet verecek olan BAU Teknoloji ve Girişim Kenti dünyanın en büyük teknoloji şirketlerine de ev sahipliği yapabilecek. Sadece teknoloji şirketlerinin merkezini oluşturan bir bölge olarak değil, aynı zamanda hem girişimcilerin hem de yatırımcıların bulunduğu dev bir ekosistem olarak da faaliyet gösterecek. Dünyanın en iyi lojistik imkanlarına sahip Türkiye ve Türkiye’nin jeopolitik konumunun imkanlarıyla İstanbul Havalimanı’na yakın mesafede oluşu ve ‘3 saatlik uçuşla 41 ülkeye, beş saatlik uçuşla 66 ülkeye ulaşım imkanı’ mottosuyla uluslararasılaşma stratejisine uygun bir konumda yer alması yabancı sermayenin ülkeye girişini hızlandıracak. Bu sayede şirketlerle devlet ve diğer kurumlar arasında iş birliği artacak, uygun özelliklere sahip kişilere iş ve girişimcilik fırsatı verilecek. Böylelikle fikirler ve girişimler dünya çapındaki yatırımcılarla paylaşılabilecek.

Teknoloji ve Girişim Kenti şirketlere ve girişimcilere nasıl avantajlar sağlayacak?

Burası, öğrencilerimizin, akademisyenlerimizin, sektörün buluşabileceği, birlikte ürün geliştirebileceği bir laboratuvar kenti. Burada yapılacak olan eğitim öğretim interdisipliner bir ortamda gerçekleşecek. Aynı zamanda burayı dünyaya da açılan bir yer olarak görüyoruz. Artık öğrencilerimiz, üniversitelerimiz alışılagelmişin dışında bir paradigma değişimine giderek daha çok uygulamanın içerisinde bir eğitim öğretimi sürdürebilecekler.

Öncelikle hangi sektörden fikirlere fırsat tanıyacaksınız?

BAU Teknoloji ve Girişim Kenti sürdürülebilir kalkınma amaçları doğrultusunda faaliyet gösterecek. Burada faaliyete geçecek Teknopark'ta yer alacak firmalar bu bakış açısıyla seçilecek. Burada faaliyet gösterecek firmalar seçilirken öncelik yenilikçi firmalara verilecek. Blockchain merkezini, ardından big data ve yapay zeka merkezlerini ilk kuran kurumlardan biriyiz. Bu ve benzeri yeni teknolojileri hızla adapte olan ve kullanan bir ülke olmalıyız. Teknoparkımız üniversite ile çok yakın iş birliği içinde olacak.

Buradan öğrencileriniz seslerini dünyaya nasıl duyuracak?

Future Campus konumu itibarıyla çok avantajlı durumda. İstanbul Havalimanı'na çok yakın bir lokasyonda. Ürettiğiniz bir fikir, kurduğunuz bir start up, kurduğumuz bağlantılarla kolaylıkla yurt dışına açılabilecek. Sadece BAU öğrencileri değil diğer üniversitelerin öğrencileri, hatta bütün dünyanın gençleri buraya gelip start up'ını veya akademik desteğini alabilecek. Akademiyle sektörü teknoloji kentiyle bir araya getiriyoruz. Onun için de buraya BAU Teknoloji ve Girişim Kenti dedik. Böyle bir yaşam, böyle bir şehir, böyle bir merkez inşa etmiş oluyoruz.

Türkiye'deki diğer teknoparklardan farkı ne olacak?

Girişim Kenti'nin diğer bir özelliği ise şu an ülkemizdeki diğer teknoparklardan farklı olarak üniversiteden ayrı değil, üniversite ile bütünleşik bir yapıda çalışacak olması.



Dolayısıyla artık üniversitenin kendisi bir girişim merkezi oluyor. Bu disiplin henüz Türkiye'de uygulanmadı. Bizim aslında başarmak istediğimiz konu bu. Müfredatı da buna göre yapılandıracağız. Burada kaçıncı sınıfta olursa olsun öğrencilerimiz gelerek çalışabilecek, geliştirme yapabilecek. Teknoparkta yer alan şirketlerin yöneticilerinin de derslerin bizzat içinde olmalarını, ders vermelerini isteyeceğiz. Eğitimde olduğu gibi girişim konusunda da uluslararası bir yapı kurma gayretindeyiz.



“Kendi markamızı yaratamadım”

NİLÜFER GÖZÜTOK ÜNAL
ngozutok@capital.com.tr

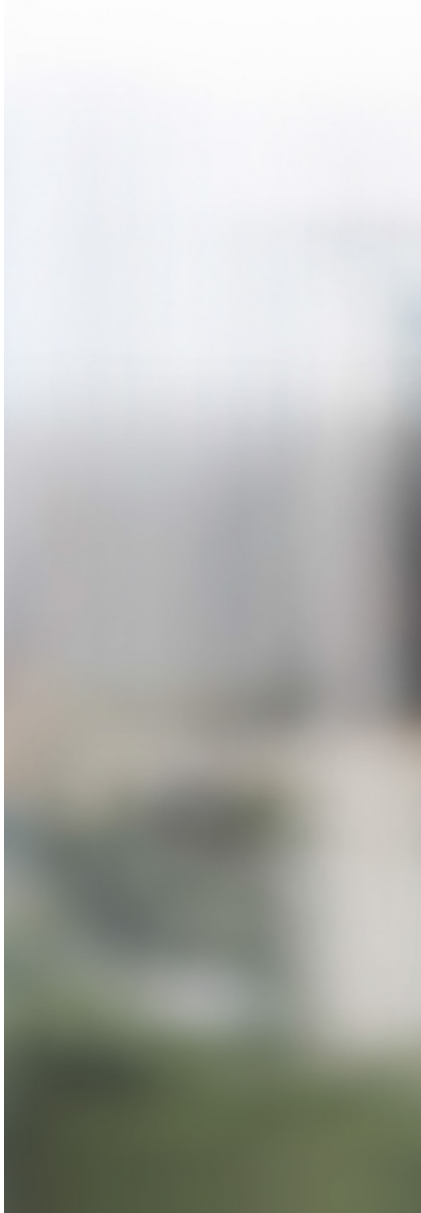
Hüsnü Özyeğin, Türk iş dünyasının son 50 yılda tanık olduğu en büyük başarı hikayelerinden birisini yazdı. Sıfırdan dev bir grup yaratan, 13 ülkede 100 şirket kuran Özyeğin’in en büyük sermayesi aldığı iyi eğitim oldu. Farklı coğrafyalarda daha önce hiç kimsenin yapmadığı işleri yapmak, en iyi insan kaynağıyla çalışmak ve onlara erken yaşlarda yetki vermek de onu sıra dışı bir girişimci olarak başarıya taşıdı.

Pandeminin başlangıcından 5 ay önce Fiba Grubu’ndaki görevlerini çocuklarına devreden ve onursal başkanlığa geçiş yapıp kendisi için çok özel bir yeri olan Özyeğin Üniversitesi’ndeki işlerine odaklanan Özyeğin, yeni hayatından ve çocuklarının performansından oldukça memnun. Oğlu Murat Özyeğin ve kızı Ayşecan Özyeğin’in eğitim ve şahsiyet olarak aldıkları sorumluluğa hazır olduklarını belirten Özyeğin, “Belki bu devri, birkaç yıl önce yapmalıydım. Devredeli 1,5 yıl oldu ve işleri benden daha iyi idare ediyorlar” diyor.

Bugünlerde tüm zamanını üniversiteye veren duayen ismi iş insanıyla uzun bir aradan sonra bir araya geldik. Girişimcilik hikayesinden başarıya bakışına, iş dünyasının yaşadığı değişimden pişmanlıkları ve hayallerine birçok konuyu konuştuk. İşte detaylar...

● Öncelikle son bir yıl nasıl geçti? Hayatınızda nasıl değişiklikler oldu?

■ Yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen gündelik rutinlerimiz içinde keyifli anlar yaşadığım bir yıl oldu. Uzun zamandır sınırlı olarak yaptığım bazı şeyleri doya doya yapabildim. Kitap okudum, film izledim,



Hiç kuşkusuz HÜSNÜ ÖZYEĞİN, iş dünyasının en sıra dışı iş insanlarından biri. Onun özgünlüğü, girişimciliğinden ve yenilikçiliğinden geliyor. 1,5 yıl önce görevini çocuklarına devrederek Özyeğin Üniversitesi'ne odaklanan Özyeğin, yeni hayatından ve çocuklarının performansından memnun. Hatta "Bu devri birkaç yıl önce yapmalıydım. İşleri benden daha iyi idare ediyorlar" diyor. Kariyeri boyunca 13 ülkede 100 şirket kuran duayen iş insanının önemli bir keşkesi var: "Kendi markamızı yaratabilseydik, Türk ekonomisine daha fazla faydamız olurdu. Hep düşündüm, hep hayal ettim, ama yapamadım."

DUAYENİN YENİ HAYATI



işlerimi de Zoom üzerinden yürüttüm. Keyifli, verimli bir yıldı. Şükrediyorum ki ben ve eşim Ayşen hastalanmadan bu noktaya geldik. Aşılarımı da oldum, o nedenle mutluyum.

● Pandemiden 5 ay önce iş hayatınızın 50'nci yılında Fiba Grubu'ndaki sorumluluklarınızı iki çocuğunuza devrettiniz. Bu kararı nasıl aldınız?

■ Bu görev teslimi hemen olmadı. Çocuklarım çok iyi hazırlandı. Oğlum Murat, Carnegie Mellon Üniversitesi sonrasında Harvard Business School'a gitti. Yurt içinde ve yurt dışında tecrübeler edindi. Kızım Ayşecan, Duke Üniversitesi mezunu. Stanford Üniversitesi'nde MBA yaptı. Mezuniyetin ardından 3 yıl benim yanımda çalıştı. Dolayısıyla aldıkları eğitim ve şahsiyet olarak çok hazırdılar. Belki bu devri birkaç yıl önce yapmalıydım. Devredeli 1,5 yıl oldu ve işleri benden daha iyi idare ediyorlar.

Benim çocuklarımın en önemli özelliklerinden biri mütevazı olmaları. Hiçbir zaman benim ve Ayşen'in çocukları gibi yaşamadılar. Burada en büyük rol eşim Ayşen'in. Çünkü ben çok yoğundum, çocuklarımızı Ayşen yetiştirdi. Onların üniversite tahsilleriyle beraber devreye girerek tecrübelerimi aktarma fırsatım oldu. İş hayatında da her zaman, her işimde yanımdaydılar. Dolayısıyla bu devir benim için çok kolay ve keyifli oldu. Bunu arkama hiç bakmadan yaptım.

● İş hayatınızda yarım asrı geride bıraktınız. Bugüne kadar kaç şirket kurdunuz? Kendinizi nasıl bir girişimci olarak tanımlıyorsunuz?

■ Bugüne kadar 13 ülkede, 100 şirket kurdum. Benim girişimciliğim belki Türkiye'de hiç kimseye benzemeyen çok farklı bir girişimcilik oldu. Çok farklı coğrafyalarda işler yaptım. Mesela Hollanda, İsviçre, Ukrayna ve Rusya'da bankacılık yaptım ve bunu benim dışımda hiçbir Türk bankacı yapmadı. Yapanlar da geri çekildi. Bense 24 yıldır Rusya'da bankacılık yapıyorum. Şimdiye kadar 10 milyon Rus'a bireysel kredi verdik. 1,5 milyon kredi kartımız var. Bunlar, "Türk insanı niye bankacılıkta Rusya'da, İsviçre'de de başarılı olmasın" iddiasıyla yapılmış işler. Yurt dışında sigorta, leasing şirketleri, operasyonel araba kiralama şirketi kuran tek girişimci de benim. Öte yandan Bükreş'teki ilk AVM'yi biz yaptık. Moldova'da AVM ve otel yaptık. Çin'de AVM yatırımı gerçekleştirdik. Bu yatırımla Çin'deki en büyük Türk yatırımını hayata geçirmiş olduk.

● Çin'e ilk yatırım yapan Türk siz misiniz?

■ Evet, bu boyutta başka bir yatırım yok. Bilfiil en büyük sermayeyi biz götürdük. Çok harika bir iş yaptık diye söylemiyorum. Başarısızlıklarımız da oldu, çok önemli dersler edindik. Ama sonunda orada yüzde 98'i dolu bir AVM yaptık. Tüm bu örnekleri de alışılmadık bir girişimcilik grubu olduğumuzu anlatmak için veriyorum. Mesela yurt dışına Türkiye'den giyim perakendeciliğini ilk götürenlerdeniz. 15 yıl önce Marks&Spencer, GAP, Banana Republic markalarıyla Rusya'ya girdik. Tabii kendi markamızı yaratabilseydik Türk ekonomisine daha fazla faydamız olurdu. Ama bu yabancı markalarla da yurt dışında yaptığımız kârları Türkiye'ye getiriyoruz. O bakımdan Türkiye'ye faydamız oluyor.

● Neden kendi markanızı yaratmadınız?

■ Hep düşündüm, hep hayal ettim ama yapamadım. Hayal edip de yapamadığımız işlerden biri diyebilirim. Halbuki giyim perakendeciliğinde çok değerli insan kaynağımız var. Onu da yapabilirdik. Bir ortakla yapmaya çalıştık, çok denedik. Hala bakıyoruz. Bazı şeyler şu ya da bu sebepten yapılamıyor. Belki yapmadığımız da hayırlı oldu, bilmiyorum.

● Neyi çok iyi yaptığınız için bu başarıyı yakaladığınızı düşünüyorsunuz?

■ Her şeyden önce çok çalıştım. Oğlum Murat planlanandan üç gün erken doğdu. O sırada Bağdat'taydım. İstanbul Yeşilköy'e indiğimde oğlumun olduğunu beni almaya gelen şoförden duydum. Kızım doğduğu zaman Libya'daydım. Pazartesiden cumaya Türkiye'de, cumartesi pazar Arap ülkeleri açık olduğu için oralarda çalışırdım. Yedi gün çalıştığım bir tempom vardı.

ÖZYEĞİN'İN SIRRI

1 Her şeyden önce çok çalıştım. Yedi gün çalıştığım bir tempom vardı.

2 İkincisi, çok değerli elemanlar seçtim. İlk defa Türk bankacılık sistemine Boğaziçi ve ODTÜ'lüleri soktum.

3 Üçüncü önemli nokta, işe aldığım kişilere çok erken yaşlarda yetki vermek. Genel müdürlerim Onur Umut, Ömer Aras, Sinan Şahinbaş 35, 36 yaşında genel müdür oldu.

4 Bugün girişimci olsam mutlaka dijital ekonomide olmak isterdim. Bütün büyüme potansiyeli orada.

5 Endüstri ya da elektrik elektronik mühendisliği gibi dijital ekonomiye daha yakın bölümlerde okurdum.





İkincisi, çok değerli elemanlar seçtim. İlk defa Türk bankacılık sistemine Boğaziçi ve ODTÜ'lüleri soktum. Sonra hepsi banka genel müdürü oldu. Bunlardan en önemlileri Vural Akışık, Akın Öngör, İbrahim Betil, Burhan Karaçam, hepsi yıldız oldu. Pamukbank ve Yapı Kredi'de yaptıklarımdan sonra Finansbank'ı kurduğumda ekmek yediğim bankalara zarar vermemek için oralardan hiç eleman almadım. İşin enteresan tarafı biz Finansbank'ta 24 kişiyle işe başladık, 15 kişiyi Citibank'tan aldım. Citibank'tan aldığım elemanlarla 8 milyon dolar sermayeli bir banka kurdum. 19 yıl sonra Finansbank'ı satmaya kalktığımda en yüksek ikinci teklifi Citibank verdi. Citibank bana 4,5 milyar dolarlık bir teklif yaptı. Fakat National Bank of Greece 5,5 milyar dolarlık bir teklif yapınca bankayı onlara sattım. Kaderin cilvesine bakın. Citibank'tan aldığım insanlarla bankayı bu kadar değerli hale getirmek çok değişik bir duygu.

Üçüncü önemli nokta işe aldığım kişilere çok erken yaşlarda yetki vermek oldu. Mehmet Emin Karamehmet beni 29 yaşında Pamukbank Yönetim Kurulu Üyesi tayin etti, 32 yaşında genel müdür oldum. Benim bütün genel müdürlerim Onur Umut, Ömer Aras, Sinan Şahinbaş 35, 36 yaşında genel müdür oldu. Benim için en keyifli olan şey, onlarla takım halinde bankayı büyütmekti. Bu, iş yaptığımız tüm sektörler için geçerli oldu.

● Bugünün koşullarında sıfırdan girişimci olsaydınız nasıl hareket ederdiniz?

■ Tabii ki bugün girişimci olsaydım mutlaka dijital ekonomide olmak isterdim. İlk ve tek sektör olurdu. Bütün büyüme potansiyeli orada. Üniversitede inşaat mühendisliği değil endüstri ya da elektrik elektronik mühendisliği gibi dijital ekonomiye daha yakın bölümlerde okurdum. Ben kendimi bir şey kaçırmış gibi görmüyorum. Gençlere eğitim veriyorum. Özyeğin Üniversitesi'nde o konulara önem veriyorum. Türkiye'de ilk yapay zeka, veri tabanı programı konusunda master programını başlatan üniversite olduk. Öğrencilerimizi bugüne değil geleceğin mesleklerine hazırlamak için büyük bir çaba sarf ediyoruz.

● İçinde bulunduğumuz dönem iş dünyası da büyük bir dönüşüm içinde. Siz yaşanan dönüşümü nasıl gözlemliyorsunuz?

■ Türk iş insanını çok takdir ediyor ve güveniyorum. Türk iş insanları mucizeler yaratmış bir grup. Ben bu olayları başından beri yaşadım. Türk iş insanını ilk Libya'daki müteahhitlerle tanıdım. Libya'da iş almalarına benim de naçizane katkım oldu. Pamukbank'ta onlara çok teminat



"EN BÜYÜK ŞANSIM"

"HEM İŞ HEM EŞ BULDUM"

Ben iyi bir eğitim aldım ama şanslıydım da... Her açıdan kendimi çok şanslı görüyorum. Amerika'dan ilk bursu almam, orada ilk ayımda yanında kaldığım Amerikalı ailenin daha sonra bana Harvard eğitimimde destek olması bir şans. Mehmet Emin Karamehmet'le 10 yaşında Robert Koleji'nde yatakhane arkadaşı olmam çok büyük bir şans. Karamehmet ile aradan geçen 12 yıldan sonra İstanbul'da karşılaşmam sonucu Çukurova bünyesinde 29 yaşında banka yönetim kurulu üyesi, 32 yaşında genel müdür olmam da aslında 10 yaşındaki kurduğum ilişki sonucu. Karamehmet'in şirketinde işe başladığımda Çukurova'da çalışanlardan biri de eşim Ayşen'di. Aynı yerde hem iş hem eş buldum. Ayşen ise hayatımın en önemli şansı diyebilirim. Çok çalışmak, iyi bir eğitim almak önemli ama gençler networking yapmalı. Her türlü toplantı ve konferansa gitmeli. Her üniversitede müthiş faaliyetler var. İnanılmaz toplantılar, konuşmalar yapılıyor. Biraz da kendi şansını yaratmak gerekiyor.

"VEZNEDAR OLARAK ÇALIŞTI"

Çocuklarımla onlar küçükken meşgul olamadım ama tatillerde birlikteydik. Kayak tatillerine gittik, Avrupa ve Amerika'da bir hafta süren araba gezileri yaptık. Çocuklarımı yetiştirirken de hayatı tanımalarını sağlamaya çalıştım. Oğlum yazları Finansbank'ta veznedar olarak çalıştı. Bankada maçlar yapılıyordu. Murat, veznedar takımındaydı. Kızım da her üniversite mezununun geçtiği MT dediğimiz "yönetici adaylığı" eğitiminden geçti. 1,5 yıl Finansbank'ta sonra da bankanın Sirkeci şubesinde banko elemanı olarak çalıştı. Sirkeci şubesi Etiler Ulus şubelerinden farklı. O dönem Ayşecan 22 yaşındaydı.

MUTLU OLMANIN YOLU

Türk esnafının temsil edildiği bölgelerde çalıştı. Amerika'da okumak güzel bir şey ama Türkiye'de insan psikolojisini anlamazsanız Türkiye'de iş yapamazsınız. Çocuklarımı yetiştirirken bütün vakıf işlerinde onlara birçok sorumluluk verdim. Murat özellikle üniversitede sorumluluk aldı. Ayşecan AÇEV'de güzel işler yapıyor. Çocuklarımızın sadece para kazanan işlerde değil hayır işlerinde de olmasına çok önem veriyoruz. Aile olarak, bizim kadar şanslı olmayan insanlara yardım etmeyi ve mutsuz insanlar için iyi bir şeyler yapmayı hep bir zorunluluk olarak görüyoruz. Bizim hayat felsefemiz bu. İnsanlar mutlu olmadan biz mutlu olamıyoruz.

mektubu verdim. Hatta bir bankanın almaması gereken riskleri aldım ama çok şükür haklı çıktım. Bir ara Libya'da 125 Türk müteahhidi vardı. Bugün dünyanın her yerinde Türk müteahhitleri faaliyet gösteriyorsa Libya'da kazandıkları tecrübe sayesindedir. O büyük bir örnek. Rahmetli Sezai Türkeş ve Fevzi Akkaya, 1971 yılında Libya'da STFA olarak yaptıkları Tripoli Limanı inşaatından sonra bütün dünyaya yayıldı. Onları tabii ki çok büyük isimler takip etti. Rahmetli Şarık Tara, Rusya'da Doğu Bloku ülkelerinde inanılmaz başarılı işler yaptı. İyi ve hızlı yaptığı projeler diğer Türk müteahhitlerine muazzam bir referans oldu. Tüm bunlar Türk girişimcisine, Türkiye'ye büyük katkıda bulundu. Türk iş insanı korkmadan, çekinmeden benim gibi gidip her ülkede şansını deniyor ve başarılı oluyor.

Şimdi pandemiyle zor bir dönemden geçiyoruz. Ama Türk insanı bunu da gayet güzel aşmaya çalışıyor. Geçtiğimiz günlerde Abdullah Kiğılı'nın bir röportajını izledim. "Türkiye'de işlerimiz çok kötü, dükkanlar kapalı. Ben dışarı açıldım. Dışarıda bu yıl yüzde 80 büyüyorum" dedi. Herkes, her sektör kendine göre doğru yolu buluyor, doğru şeyleri yapıyor. Salgının daha az etkili olduğu ülkelere gitmek şu anda yapılacak en iyi iş diye düşünüyorum ve onu yapıyorlar.

● Önümüzdeki süreçte hangi gelişmelerin etkili olacağını düşünüyorsunuz?

■ Türkiye'nin ve dünyada belirli ekonomilerin makul şekilde büyümesi bekleniyor. Amerika sıfır faizle, hatta Avrupa eksi faizle finansman yapıyor, devlet bonoları alıyor. Şimdi İtalya'yı da ayağa kaldıracaklar. Eski AB Merkez Bankası Başkanı Mario Draghi İtalya Başbakanı oldu. Ülkede hukuku da hızlandıracaklar. Avrupa da büyüyecek. Dünya ekonomilerinin gelişmesinde Amerika'nın da rolü var. Umarım Biden döneminde Amerika Çin ilişkileri Trump döneminde olduğu gibi inişli çıkışlı olmaz. Rusya ile Amerika haziran ayında görüşecek. Onlar da bir yerde anlaşırsa Amerika Rusya'ya karşı fazla yaptırım uygulamaz. Bu politikaların ekonomiye önemli etkisi oluyor.

Türkiye'ye geldiğimizde... Maalesef birçok ülke gibi aşı takviminde geride kaldık. Şimdi 240 milyon aşı hazirandan itibaren geldiğinde hızlı bir şekilde tatbik edilecek. Eylül sonuna kadar bu beladan büyük ölçüde kurtulacağız. Ne kadar kapanırsanız kapanın aşılanmadan bu salgınla mücadele etmek zor. Bunun için de eylülü bekleyeceğiz gibi görünüyor

● Üniversitenin sizin için önemi nedir?

■ Finansbank'ı sattıktan sonra Türkiye'de önemli bir iş yapmak istedim. Üniversiteyi de

ÇOK ÇALIŞTIK ZİRVEYE YAKLAŞTIK!

"Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" araştırmasında

66 basamak birden yükselerek 264. sıraya yerleştik.

Bu büyük başarıya ortak olan tüm paydaşlarımıza teşekkür ederiz.



TÜRKİYE'NİN
500 BÜYÜK SANAYİ
KURULUŞU
2020

ankutsan.com

böyle kurdum. Üniversite çok kalıcı bir kurum, önemli bir sorumluluk. Özyeğin Üniversitesi'ni kurma fikri ilk olarak Bilkent Üniversitesi Mütevelli Heyeti Üyesi olduğum dönemde oluştu. Bugün Türkiye'de ne kadar vakıf üniversitesi varsa hepsi Bilkent Üniversitesi'nin kurucusu İhsan Doğramacı sayesinde kuruldu. Maalesef Türk insanı Doğramacı'yı çok tanımıyor. Ben çok iyi tanırım. 16 yıl Bilkent'in mütevelli heyetinde bulundum. Orada bulunup da maddi imkanlara da kavuşunca üniversite kurmamak olmazdı.

İlk yıl 200 öğrenci, ikinci yıl 500 öğrenciyle bugünkü 9 bin gence eğitim veren noktaya geldik. Bir üniversitenin kaliteli bir eğitim vermesi için birkaç faktör önemli.

Bunlardan en önemlisi iyi hocalar. Biz hocalarımızı da dekanlarımızı da yurt dışından ve ağırlıklı olarak Amerika'da eğitim görmüş doktorasını almış, orada ders vermiş hocalardan seçtik. İkinci olarak uluslararası standartlarda bir kampüs yaptık. Öğrencilerin üniversite hayatını dolu dolu yaşaması için mutlaka bir kampüs olmalı. Üniversitede 3 bine yakın yataklı yurdumuz var. Her fakültenin ayrı binası var. Ben üniversite eğitimimi Amerika'da burslu gerçekleştirdim ve öğrenci birliği başkanı olarak Amerika'nın her yerinde üniversite kampüsü ziyaret ettim, gördüğüm o kampüs ruhunu Özyeğin Üniversitesi'nde yaratmayı çok arzu ettim. İnanılmaz spor tesislerine sahibiz.

● Üniversiteyle ilgili hayallerinizin ne kadarını gerçekleştirdiniz?

■ Hayallerimin bir kısmı gerçekleşti. Türkiye'de bugün vakıf üniversiteleri arasında Özyeğin Üniversitesi hep ilk üniversiteler arasında akla geliyor. Biz bunu 12 yılda yaptık. Diğer vakıf üniversiteleri 25-30 yaşında. Osmangazi Üniversitesi öğrenci memnuniyeti konusunda bir araştırma yaptı. Orada da Özyeğin Üniversitesi tüm üniversiteler arasında birinci. Bir araştırma kuruluşu üniversite mezunlarının ne kadar sürede iş bulduklarıyla ilgili bir araştırma yaptı. Bu konuda da Özyeğin Üniversitesi birinci oldu. Öğrenci memnuniyeti ve iş bulma benim için ilk günden itibaren en önemli konular arasındaydı, bu nedenle geldiğimiz noktadan mutluyum. Üniversitemizde öğrencilerimize öğrencilikleri sırasında 2,5 not ortalama tutturmaları şartıyla staj bulma mecburiyetimiz var. Bizden mezun olan bir öğrenci üç dört yerde çalışmış oluyor. Aslında staj yapmıyor, çalışıyor. Grubumuzun bütün şirketleri öğrencilerimize açık.

● Bundan sonraki hayaliniz nedir?

■ Bugüne kadar 100 şirket kurmama rağmen hiçbirine kendi ismimi, soyadımı vermedim. Sadece üniversiteye verdim. Çünkü üniversitenin tüm sorumluluğunu benliğimde hissediyorum. İstiyorum ki bu sorumluluğu oğlum, kızım ve altı torunum da hissetsin. Üniversitenin nesilleri aşan bir kurum olmasını istiyorum. C

"KEŞKE YAPMASAYDIM DEDİKLERİM"

"BİRÇOK ŞEY VAR"

Keşke yapsaydım ya da yapmasaydım dediğim birçok şey var. Kuruluş aşamasında fırsatım varken Turkcell'e ortak olsaydım. Rusya'da lisan okulu başlatmasaydım.

"TECRÜBE KAZANDIRIYOR"

Özyeğin Üniversitesi'nde Türkiye'deki ilk başarısızlık konferansını yaptım. Sağ olsun Ali Sabancı, Emre Kurttepeli de geldi. Ben de başarısızlıklarımı anlattım. Öğrencilerin, gençlerin bizim başarısızlıklarımızdan öğrenecekleri daha çok şey var. Ben Finansbank'ı nasıl kurduğumu anlatırsam çok faydası yok ama başarısızlıklarımı anlatmak ve onun örneklerini vermek bence gençlere daha güzel bir tecrübe kazandırıyor.





Sage

EVDE HAZIRLANAN KAHVELERDE **BARİSTA UZMANLIĞI**

Hazırlayacağınız enfes kahveler için mutfağınızda sizi bekleyen bir barista olduğunu düşünün. Böyle bir uzmanlık; dünyaca ünlü kahve makinelerinin, bir baristanın elinden çıkmışçasına lezzetli kahveleriyle **Enplus'ta sizleri bekliyor.**

#TadınaVar



ENPLUS
Since 1975

• AQUA FLORYA • AKBATI • AKMERKEZ • CEVAHİR • FORUM İSTANBUL • İSTİNYEPARK • PALLADIUM • AKASYA • MALL OF İSTANBUL • LEVENT CENTER • VADİ İSTANBUL •
• TEPE NAUTILUS • CADDEBOSTAN • BAĞDAT CAD. • CAPITOL • CADDEBOSTAN • BUYAKA • BURSA-KORUPARK • İZMİR-BORNOVA • İZMİR-MAVİBAHÇE AVM • LARUS PALAS GÖKTÜRK •

DEVLERE KUR DOPİNGİ

Onlar, Türkiye ekonomisinin en büyük grupları. Toplam 865,8 milyar TL'lik ciro yaratıyor, 736 bin kişiye istihdam sağlıyorlar. Peki yeni dönemde bu grupların performansı ne durumda? Dünya ekonomisinin daraldığı, Türkiye ekonomisinin yüzde 1,8 büyüyebildiği bir ortamda birçok dev grup, yılı iyi geçirdi.



39 grubu kapsayan araştırmamızda, 27 grup çift, 5 grup tek haneli büyüme performansıyla dikkat çekti. Sektör ve ülke çeşitlemesi ile artan döviz kurları grupların bu performanslarında etkili oldu. Bu yıl ise devlerin odağında "nakit akışı" var.

NİLÜFER GÖZÜTOK ÜNAL ● **ngozutok@capital.com.tr**

2020 yılında dünya ekonomisinin yüzde 2,7, Türkiye ekonomisinin yüzde 5 büyümesi bekleniyordu. Ancak pandemi tüm dengeleri alt üst etti. Dünya ekonomisi IMF tahminlerine göre geçtiğimiz yıl yüzde 3,5 daralırken, Türkiye ekonomisi yüzde 1,8 büyüdü. Bu ortamda Türkiye'nin en büyük grupları bir kez daha önemli bir direnç göstererek farklı sektör ve ülkelerde faaliyet göstermenin avantajıyla büyümeyi başardı.

Koç Holding'den Sabancı'ya, Yıldız Holding'den Anadolu Grubu'na ciro, kârlılık ve istihdam açısından Türkiye ekonomisinin lokomotifi niteliğindeki 39 gruptan 27'si en zorlu yıllardan biri olan 2020'yi çift haneli, 5'i tek haneli büyüyerek geride bıraktı. 7 grup ciroda küçülme yaşadı. Kârlılığı odağına alan gruplar, bu konuda da oldukça iyi bir performans sergiledi. Araştırmamızda verisi yer alan 19 gruptan sadece 2'si kâr hanesine zarar yazarken, 7'si üç, 7'si de iki haneli kârlılık artışı yakaladı.

Hatta bazı gruplar hedeflerinin de ötesinde bir performans ortaya koydu. Bu gruplardan biri de Akkök oldu. 2020'de yüzde 9-10 arası büyümeyi beklerken dengeli ve temkinli bir stratejiyle yüzde 14 ciro artışı sağladıklarını belirten Akkök Holding İcra Kurulu Başkanı Ahmet Dördüncü, "Önlemlerin zamanında alınması ve çeşitlendirilmiş şirket portföyümüz sayesinde bu zor yılı ciro ve kârlılıkta büyümeyle kapatabildik. Özellikle kimya ve enerji grubu şirketlerimiz, zoru başarıp FAVÖK'lerini yüzde 40-70 büyüttü" diyor.

GRUPLARIN KARNESİ

Geçtiğimiz yılın belirsiz ortamında dev grupların önceliğini proaktif bilanço yönetimi, nakit akışı yaratma ve verimlilik oluşturdu. Öncelik haline getirip odaklandıkları konulardaki performansları da onlara büyüme ve kârlılık getirdi.

2020'de konservatif ve proaktif bilanço yönetimiyle pozitif serbest nakit akımı yaratma, atıl varlıkların değerlendirilmesi ve sıkı işletme sermayesi yönetiminin en kritik öncelikleri olduğunu belirten Anadolu Grubu İcra Başkanı Hurşit Zorlu, "Finansal stratejilerimizdeki başarının yanı sıra güçlü operasyonel performansımızla 2020 yılını geride bıraktık. Belirsizlik ve risklere rağmen beklentilerimiz doğrultusunda yılı konsolide net satışlarda yüzde 21,5 artışla 62,1 milyar TL'yle tamamladık" diyor.

Tosyalı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Fuat Tosyalı, kendilerine yüzde 27,3'lük ciro artışı getiren uygulamalarının başında özellikle nitelikli çelik ve yassı çelikte dikkat çeken büyümeler olduğunu

Pandemide nasıl büyüdüler?

	Holding/Grup	Ciro (Milyon TL) 2019	Ciro (Milyon TL) 2020	2019-2020 değişim (%)
1	KOÇ	153.516	183.777	19,7
2	YILDIZ	65.000	75.000	15,4
3	SABANCI	54.774	65.487	19,6
4	ANADOLU	51.700	62.100	20,1
5	KİBAR	33.189	35.050	5,6
6	ZORLU	30.700	35.000	14,0
7	RÖNESANS	31.710	31.670	-0,1
8	LİMAK	26.082	31.545	20,9
9	TURKCELL	25.100	29.100	15,9
10	TÜRK TELEKOM	23.657	28.289	19,6
11	BORUSAN	22.800	26.100	14,5
12	TOSYALI	19.278	24.535	27,3
13	ŞİŞECAM	18.059	21.341	18,2
14	LC WAİKİKİ	21.100	18.200	-13,7
15	EREN	13.699	17.665	29,0
16	IC HOLDİNG	18.000	17.000	-5,6
17	ALARKO	11.163	14.400	29,0
18	TEKFEN	14.603	11.730	-19,7
19	ENKA	10.733	11.617	8,2
20	YILDIRIM	9.526	11.356	19,2
21	ECZACIBAŞI	9.500	11.100	16,8
22	DOĞAN	13.254	10.768	-18,8
23	SANKO	9.300	10.500	12,9
24	INDEX	5.303	10.255	93,4
25	YILDIZLAR YATIRIM	8.200	10.000	22,0
26	NUROL	9.100	9.000	-1,1
27	KASTAMONU ENTEGRE	6.438	8.205	27,4
28	YAŞAR	6.000	7.500	25,0
29	SARKUYSAN	5.780	6.742	16,6
30	AKKÖK	5.600	6.200	10,7
31	ACIBADEM SAĞLIK	5.200	5.700	9,6
32	KALE	2.700	4.000	48,1
33	İNCİ	3.668	3.971	8,3
34	TAV HAVALİMANLARI	4.756	2.415	-49,2
35	AKFEN	1.520	2.068	36,1
36	FARK HOLDİNG	1.712	2.008	17,3
37	NUH ÇİMENTO	1.200	1.700	41,7
38	GLOBAL YATIRIM	1.441	1.629	13,0
39	POLİSAN	1.031	1.051	1,9

NOT: 2019 yılı ortalama dolar kuru 5,67, Euro kuru 6,34, 2020 yılı ortalama dolar kuru 7,01, Euro kuru 8,03 olarak alınmıştır.

ifade ediyor. Tosyalı, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Yurt dışı operasyonlarımızda ise Avrupa, Kuzey Amerika ve Afrika'daki daralmaları öngörerek işletme verimliliğine öncelik verdik. Bu sayede hedeflerimizin üzerinde sonuçlar elde ettik."

Bazı gruplarsa pandeminin yarattığı olağanüstü taleple sıra dışı bir büyüme yaşadı. Bu gruplardan biri Index. Grubun genel müdürü Banu Sürek, yıla yüzde 50'ye yakın büyüme hedefiyle girdiklerini, ciroda yüzde 93,4, net kârda yüzde 54 büyüdüklerini söylüyor. Sürek, yıl içinde önceliklerinin ciro gelişimini sağlamak, alacak ve stok risklerini doğru yönetmek olduğunu ifade ediyor. Turkcell de beklentilerinin üzerinde büyüdü. Turkcell CEO'su Murat Erkan, "Gelirlerimizi yüzde 15,8 büyüterek 29,1 milyar TL'ye çıkardık. Yatırımlarımız 9 milyar TL'ye ulaştı. Müşteri sayımızı 1,1 milyon yükselttik" diyor.

İstihdam nasıl etkilendi?

	Holding/Grup	Çalışan sayısı 2019	Çalışan sayısı 2020	2019-2020 değişim (%)
1	KOÇ	93.000	100.641	8,2
2	ANADOLU	77.008	81.538	5,9
3	RÖNESANS	69.165	75.118	8,6
4	YILDIZ	63.500	65.000	2,4
5	SABANCI	62.051	63.412	2,2
6	LC WAİKİKİ	47.700	48.000	0,6
7	TÜRK TELEKOM	32.180	34.748	8,0
8	ZORLU	30.102	32.059	6,5
9	TURKCELL	21.813	24.238	11,1
10	ACIBADEM SAĞLIK	23.000	23.000	0,0
11	ŞİŞECAM	21.886	21.475	-1,9
12	ENKA	17.972	20.053	11,6
13	TEKFEN	17.094	18.444	7,9
14	SANKO	14.000	14.000	0,0
15	YILDIRIM	13.000	14.000	7,7
16	TAV	15.275	13.221	-13,4
17	NUROL	14.117	12.395	-12,2
18	BORUSAN	11.397	11.774	3,3
19	ECZACIBAŞI	11.603	11.400	-1,7
20	EREN	8.500	8.800	3,5
21	DOĞAN *	8.000	8.000	0,0
22	KASTAMONU ENTEGRE	6.178	6.431	4,1
23	AKKÖK	5.238	5.325	1,7
24	YILDIZLAR YATIRIM	4.500	4.500	0,0
25	ALARKO	4.722	4.432	-6,1
26	AKFEN**	6.352	3.919	-38,3
27	İNCİ	2.812	3.000	6,7
28	FARK HOLDİNG	2.550	2.400	-5,9
29	SARKUYSAN	1.729	1.761	1,9
30	GLOBAL YATIRIM	1.510	1.534	1,6
31	POLİSAN	1.447	1.249	-13,7
32	NUH ÇİMENTO	1.212	1.205	-0,6
33	INDEX	478	470	-1,7

* Doğan Holding iştirakleri ve Doğan Aile Şirketleri dahil Doğan Grubu toplam çalışan rakamıdır. Sözleşmeli ve taşeron çalışanlarla sayı 12.500'dür.

** Çalışan sayısı olarak 2020 yılında hisse devri yapılan TAV Yatırım'daki 2.611 kişilik personel sayısı, 2020 yılındaki sütundan eksiltilmiştir.

2021 HEDEFLERİ

OECD'ye göre 2021'de dünya ekonomisi yüzde 5,6, Türkiye ekonomisi yüzde 5,9, IMF'ye göre de hem dünya hem Türkiye yüzde 6 büyüyecek.

Türkiye'nin dev grupları da bu yıl büyüme konusunda oldukça iştahlı. LC Waikiki yüzde 78, Alarko yüzde 41,6, Nurol yüzde 30-35, Borusan yüzde 30, Global Yatırım yüzde 25-90, Akkök, Index, Kastamonu Entegre ve Yıldızlar Yatırım Holding yüzde 25 büyümeyi hedeflerken, Doğan ve Zorlu Holding yüzde 20 büyümeyi planlıyor.

Birçok grup yılın ilk çeyreğinin de bu hedefler doğrultusunda geçtiğini belirtiyor. Yılın ilk çeyreğinde oldukça güçlü bir performans sergilediklerini dile getiren Zorlu Holding CEO'su Ömer Yüngül, büyümelerini yine ihracatın sürükleyeceğini söylüyor. "Pandemi kaynaklı kısıtlama ve kapamalar nedeniyle iç pazarın görece daha sınırlı katkı suna-

Kârlılık performansı (net kâr)

	Holding/Grup	Kâr (Bin TL) 2019	Kâr (Bin TL) 2020	2019-2020 değişim (%)
1	KOÇ	4.391.159	9.272.570	111,2
2	SABANCI	3.779.736	4.767.573	26,1
3	ENKA	3.888.760	4.505.060	15,8
4	TURKCELL	3.200.000	4.240.000	32,5
5	TÜRK TELEKOM	2.407.000	3.178.000	32,0
6	ŞİŞECAM	2.700.000	2.825.000	4,6
7	BORUSAN	1.900.000	2.600.000	36,8
8	RÖNESANS	1.640.000	1.820.000	11,0
9	DOĞAN	592.933	1.444.081	143,5
10	AKFEN	134.000	673.000	402,2
11	AKKÖK	1.100.000	600.000	-45,5
12	NUH ÇİMENTO	160.700	570.300	254,9
13	NUROL	157.700	352.000	123,2
14	SARKUYSAN	88.937	249.000	180,0
15	INDEX	92.531	143.346	54,9
16	POLİSAN	63.200	126.600	100,3
17	TEKFEN	1.414.859	67.398	-95,2
18	GLOBAL YATIRIM	-130.967	-298.608	-128,0
19	TAV HAVALİMAN.	2.368.497	-2.283.284	-196,4

NOT: 2019 yılı ortalama dolar kuru 5,67, Euro kuru 6,34, 2020 yılı ortalama dolar kuru 7,01, Euro kuru 8,03 olarak alınmıştır.

cağını öngörüyoruz. Aşılama yaygınlaşırsa yılın son çeyreğinden itibaren ekonomide yeniden canlanma olabileceğini ve bunun iç pazarı hareketlendirebileceğini düşünüyoruz" diyor. Borusan Holding CEO'su Erkan Kafadar, ilk çeyrekte tüm şirketlerinin olumlu katkısıyla geçen yıla göre yüzde 35'in üzerinde büyüme gerçekleştirdiklerini söylüyor. "Bu yıl otomotiv, beyaz eşya ve inşaat sektörlerindeki büyüme öngörülerimize paralel olarak bütçemizde yüzde 30 büyüme hedefliyoruz" diyor. Bu yıl yüzde 10-15 büyüme planlayan Yaşar Holding, ilk üç ayda turizm hariç diğer iş kollarında beklentilerine ulaşmış görünüyor. Yaşar Holding İcra Başkanı Dr. Mehmet Aktaş, "Turizm ve ev dışı tüketim pandemiden en çok etkilenen sektörler oldu. Yılın devamında aşılamanın artmasıyla bu sektörlerin de büyümeye geçeceğini öngörüyoruz" diye konuşuyor.

BÜYÜTECEK FAKTÖRLER

Turkcell de her yıl olduğu gibi bu yıl da 1 milyon faturalı yeni müşteri hedefliyor. Turkcell Genel Müdürü Murat Erkan, "Bu yıl yüzde 14-16 gelir büyümesi ve 14 milyar TL FAVÖK hedefliyoruz" diyor. 2020 yılında yüzde 10 büyüme hedefi olmasına rağmen pandemiden dolayı tonaj bazında yüzde 10 küçülme yaşayan Sarkuysan, buna rağmen iyi bir yıl geçirdi. Sarkuysan Yönetim Kurulu Başkanı Hayrettin Çaycı, tonaj bazında daha az üretim yapmalarına rağmen gerek döviz kurlarının devamlı yükselişi gerek LME bakır fiyatlarının artışıyla hem cironun hem kârlılıklarının olumlu etkilendiğini söylüyor. Çaycı, bu yıl yüzde 8 büyüme hedefleri olduklarını açıklıyor. "Bu yılın ilk çeyreğinde tonajda yüzde 2 büyüme yaşadık. Ancak ciroda, döviz kurlarında ve bakır fiyatlarındaki aşırı yükselmeden dolayı geçen yılın ilk çeyreğine göre artış yüzde 60 oldu. Bu bir rekor" diyor.





İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Neşe Gök, bu yıl yüzde 28 büyüme hedeflediklerini paylaşıyor. İlk çeyrekte bütçelerinin üzerinde bir büyüme gerçekleştirerek bu hedeflerine bir adım yaklaştıklarını dile getiriyor. Kastamonu Entegre Genel Müdürü Haluk Yıldız bu yıl iç talepte artış öngördüklerini ve yüzde 25 büyüme planı yaptıklarını anlatıyor. Fark Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve CEO'su Ömer Burhanoğlu, otomotiv sanayinin pandemiden çok ciddi etkilendiğini hatırlatıyor. Avrupa'da sektörün yüzde 25 daraldığını, Türkiye'de de yüzde 20'ya varan üretim düşüşü olduğunu ifade eden Burhanoğlu, bu durumun büyüme planlarına etkisini şöyle anlatıyor: "2020'yi bütçemizin yüzde 15 altında kapattık. Bu yıl yüzde 10 büyüme öngörüyoruz."

ÖNCELİK LİSTESİ

Grupların bu yılki önceliklerine gelince… Sürdürülebilir büyümeyi yakalamak, ciro ve kârlılığı artırmak, nakit akışına odaklanmak, pandemiyle yavaşlayan yatırımları hızlandırmak öncelikler listesinde ilk sıralarda geliyor.

Nuh Çimento Grubu CEO'su K. Gökhan Bozkurt, yurt dışı büyümesiyle ciro ve kârlılığı en üst seviyeye çıkarmak için çalışmaya devam edeceklerini söylüyor. "Yurt içi ve yurt dışı yatırımlar için fırsatları değerlendiriyoruz" diyor. Rönesans Holding, bu yılın kayıpları telafi edecekleri bir yıl olmasını umuyor. Rönesans Holding yetkilileri, bu nedenle önceliklerinin pandemi nedeniyle yaşadıkları büyüme kaybını, kârlılıktan feragat etmeden telafi etmek olduğunu açıklıyor. Dev grup, faaliyet göster-

"2 MİLYON YENİ MÜŞTERİ KAZANDIK"

ÜMİT ÖNAL

TÜRK TELEKOM CEO'SU



GELİRLER ARTTI

2020'de sabit genişbant gelirlerimiz yüzde 25 arttı. Halka arzdan bu yana en yüksek yıllık büyümeyi kaydettik. Bu alanda 2 milyonun üzerinde yeni müşteri kazanarak son 12 ayda elde edilen en yüksek net abone sayısına ulaştık. 2021 için yaklaşık yüzde 14'lük büyüme öngörümüz bulunuyor. 2021'de satış, müşteri hizmetleri, network yönetimi ve kurulum hizmetlerinde dijitalleşme sürecinin hızlanmasını öngörüyoruz.

7,7 MİLYAR TL'LİK YATIRIM

Sürdürülebilir büyüme için, FAVÖK ve yatırımın yanı sıra tüm hizmet alanlarımızda sağlıklı abone kazanımı ve ARPU (abone başı ortalama gelir) büyümesiyle birlikte hizmet çeşitliliğini artırmaya yönelik hedeflerimiz var. 2021 için yaklaşık 7,7 milyar TL seviyesinde yatırım harcaması öngörüyoruz.

diği coğrafyalarda şirket satın alımlarıyla inorganik büyüme fırsatlarını da kollamayı sürdürüyor.

Polisan CEO'su Mehmet Hacıkamiloğlu, bu yıl üç öncelikleri olduğunu belirtiyor. Bu öncelikleri şöyle sıralıyor: "Porföyümüzü daha çok değer yaratacak şekilde gözden geçiriyoruz, arz avantajımız bulunan ve marka gücüne sahip olduğumuz işlere daha olumlu bakıyoruz. Nakit akışımızı kuvvetlendirmek için önlemler alıyoruz. Grubumuzu geleceğe taşıyacak ve büyüme ivmemizi artıracak yatırımları önceliklendirdik ve temellerini bu yıl atıyoruz."

ODAKTA NAKİT AKIŞI VAR!

Birçok grup özellikle nakit akışını yakın markaja almış durumda. Nurol Holding CFO'su Kerim Kemahlı, sürdürülebilir nakit akışını sağlamanın bu yıl öncelikleri olacağını söylüyor. Üretim ve taahhüt bazlı çalışan şirketlerinin üretim ve teslimat süreçlerinin aksamadan yürümesi için nakit akışını sağlamanın önemli olduğunu dile getiren Kemahlı, "Türkiye'de bankacılık sektörünün küçülme eğiliminde olması, artan faaliyetlerimizi ek işletme sermayesi doğurmayacak şekilde yürütmemizi hedeflemeye yol açtı" diye konuşuyor.

Zorlu Holding CEO'su Ömer Yüngül de aynı şekilde pandemi etkisi devam ettiği için nakit akışına odaklanmaya devam edeceklerini açıklıyor. Yaşar Holding İcra Başkanı Dr. Mehmet Aktaş, grubun öncelik listesini şöyle paylaşıyor: "2021'de nakit yönetimi, piyasa risklerinin yakından takibi, stokların optimize edilmesi, verimlilik ve çalışma sermayesinin etkin yönetimi öncelikli konularımız arasında yer alıyor. Esnek ve çevik davranarak tüketici ihtiyaçlarını dinlemek, anlamak, karşılamak ve tedarik zincirimizi en iyi şekilde yönetmek de önceliklerimiz arasında olmaya devam edecek."

Öte yandan borçlarını azaltmayı öncelikler listesinde ilk sıraya yerleştiren gruplar da var. Global Yatırım Holding bunlardan biri. Global Yatırım Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Kutman, bu yıl önceliklerinin borçluluğu azaltmak olduğunu belirttikten sonra sözlerini şöyle sürdürüyor: "En son sermaye artırımını Centricus stratejik ortaklığıyla 2017'de yapmıştık. Ondan sonra hep borçla büyüdük. 2021, borçları temizleme yılımız olacak. Holding seviyesinde borçluluğu 'sıfıra' indirmek istiyorum. Artık hiç borcumuz kalmasın ya da 10-20 milyon dolar gibi küçük miktarlar kalsın."

YATIRIM AJANDASI

Geçtiğimiz yıl birçok grup yatırımları askıya aldı ya da yavaşlattı. Bu yıl grupların yatırımlara bakış açısı farklı. Bazıları yine temkinli hareket etmek taraftarıyken bazıları hızlan-

2021'de ne kadar büyüyecekler?

	Holding/Grup	2021'de ne kadar büyüyecekler? (%)
1	LC WAİKİKİ	78
2	ALARKO	41.6
3	NUROL	30 - 35
4	BORUSAN	30
5	İNCİ	28
6	GLOBAL YATIRIM	25 - 90
7	AKKÖK	25
8	INDEX	25
9	KASTAMONU ENTEGRE	25
10	YILDIZLAR YATIRIM	25
11	DOĞAN	20
12	ZORLU	15 - 20
13	RÖNESANS	15
14	NUH ÇİMENTO	15
15	POLİSAN	15
16	TURKCELL	14 - 16
17	TÜRK TELEKOM	14
18	YAŞAR	10 - 15
19	EREN	10*
20	FARK	10
21	AKFEN	10
22	SARKUYSAN	8
23	SANKO	7

* Dolar bazında büyüme hedefi


MEHMET HACIKAMİLOĞLU

"ORGANİK BÜYÜYECEĞİZ"

MEHMET TÜTÜNCÜ YILDIZ HOLDİNG CEO'SU



6 BİN YENİ İSTİHDAM

2020'yi çift haneli büyüme hedefimizi gerçekleştirerek 75 milyar TL ciroyla kapattık. Perakendedeki şirketlerimiz başarılı performanslarını sürdürürken, yaklaşık 6 bin kişiye yeni iş imkanı sağladık. 2021 yılında gıda ve perakende sektörlerindeki işlerimizi büyütmeye devam edeceğiz. Portföyümüzü sadeleştirerek organik büyümeye odaklanacağız. Ulaştığımız ülke ve pazar sayısını artırmayı hedefliyoruz.

800 MİLYON TL'LİK YATIRIM

2020 yılı için Türkiye'de ortalama 800 milyon TL yatırım yapmayı planlamıştık, bu rakama ulaştık. Buna yurt dışı yatırımlarımızı da eklediğimizde 2020'nin toplam yatırım tutarı 1,1 milyar TL'yi aştı. 2021'de yatırımlarımızı artırarak devam ettiriyoruz. Özellikle Ar-Ge, inovasyon ve dijitalleşme yatırımlarımızı sürdüreceğiz.

SANAYİ MERKEZİ

model KAPAKLI



2021 TESLİM

İSTER SATIN AL İSTER KİRALA

Konumu, konsepti ve mimari yapısıyla Model Sanayi Merkezi, işletmelere 100 m²'den 11.000 m²'ye kadar alternatifler sunan, 5 bloktan oluşan bir projedir. İsteğinize bağlı olarak iç tasarımı tamamlanmış veya işinize uygun olarak kendinizin tasarlayabileceği, 12 metre yüksekliği, 9,5 metre genişliği ile ister imalathane, ister depolama, isterseniz de ofis olarak kullanabileceğiniz alanlar Çerkezköy'e komşu sanayinin kalbi **Kapaklı**'da sizleri bekliyor.

modelsanayimerkezi.com

inno

444 74 13

mayı planlıyor. Anadolu Grubu temkinli olan tarafta. Zorunlu olmayan yatırımları zamana yayan bir yaklaşımla ilerleyeceklerini belirten Anadolu Grubu CEO'su Hurşit Zorlu, "Fakat müşterilerimize kesintisiz olarak en iyi ve hızlı hizmeti sunmak için gerekli altyapı çalışmalarımızı ve yatırımlarımızı yapıyoruz. Hatta bu süreçte kritik fonksiyonlarımız için ekstra işe alım da yapıyoruz" diyor. Mevcut işlerinde yeni normale uyum sağlayarak ortaya çıkan fırsatları kullanmayı ve büyüme alanlarını geliştirmeyi hedefleyen Akfen Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve CEO'su Selim Akın, yeni yatırım için yılın ikinci dönemini görmeyi bekliyor. Akın, "Hala nasıl bir dünya olacak, hangi sektörler öne çıkacak, hangi sektörlere yatırım yapılacak belirsizliği devam ediyor" diyor. Nuh Çimento Grubu, üretimi artırmaktan çok maliyeti düşürücü yatırımlara yönelmiş durumda. Nuh Çimento Grubu CEO'su K. Gökhan Bozkurt, burada da önceliklerinin geri dönüşü kısa sürede olan yatırımlar olduğunu söylüyor. İnci Holding, portföyünün değerini artıracak projeler kapsamında, global ortaklarıyla büyüme ve yatırım planları yapıyor. İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Neşe Gök, "Yatırım planlarımız arasında ürün gruplarımızı genişleteceğimiz, mevcut üretim kapasitemizi artıracağımız ve dijital dönüşümü hızlandırdığımız projelerimiz yer alıyor. Bu yıl 340 milyon TL tutarında bir yatırım öngörüyoruz" diye konuşuyor. Yaşar Holding İcra Başkanı Dr. Mehmet Aktaş, "2021'in maliyetlerin ve yatırımların anlık gelişmeler doğrultusunda just-in-time değerlendirilerek gerçekleştirileceği bir yıl olacağını öngörüyoruz" diyor.


HURŞİT ZORLU


AHMET DÖRDÜNCÜ

"FIRSATLARI TAKİP EDİYORUZ"

ÇAĞLAR GÖĞÜŞ
DOĞAN HOLDİNG CEO'SU

"KÂRIMIZ ARTTI"

2020 ciro büyümesinden daha çok nakit akışı ve kârlılığa odaklandığımız bir yıl oldu. Ciro büyümemiz konsolide mali tablolarımızda eksi yüzde 19 gözükmesine rağmen 2019 yılında elektrik ticareti iş kolundan çıktık. Karşılaştırılabilir şekilde bunun etkisini arındırdığımızda 2020 yılı büyümemiz yüzde 2 oldu. Buna rağmen brüt kâr yüzde 20 artarak 1,29 milyar TL olurken, FAVÖK yüzde 32 artarak 899 milyon TL'ye yükseldi.

2021 HEDEFİ

2021 yılına yüzde 20'lere varan bir büyüme hedefiyle girdik. İlk çeyrekte yüzde 18'lik büyüme yakaladık. Bu yıl büyüme beklediğimiz iş kollarımız, enerji üretimi, sanayi ve ticaret, otomotiv ve internet eğlence iş kollarımız. Ayrıca hem organik hem inorganik olarak büyüme fırsatlarını değerlendiriyoruz. Önceliğimiz yurt içi olmakla beraber yurt dışı yatırım fırsatlarını da yakından takip ediyoruz.

HIZLANANLAR

Yatırım konusunda iştahı artan gruplar da var. Rönesans Holding bu yıl 2 milyar doları aşan bir yatırımı stratejik ortaklarıyla hayata geçirmeyi planlıyor. Yurt içinde devam eden yatırımların yanında yurt dışında konut ve kamu özel sektör iş birliği modeliyle gerçekleşecek potansiyel projelere hayat vermeyi planlıyor.

Zorlu Holding de her yıl ortalama 2 milyar TL yatırım gerçekleştiriyor. CEO Ömer Yüngül, "Bir süre önce önümüzdeki dönemde iş hacmimizde beklenen büyümeyi karşılamak için toplam 160 milyon Euro'luk bir yatırım kararı aldık. Bu yatırım, ana ürün gruplarını kapsayacak ve üç yıl içinde kademeli olarak devreye alınacak" diye konuşuyor. Sanko Holding, 250 milyon dolarlık yatırım planına sahip. Sanko Holding Yönetim Kurulu Başkanı Adil Sani Konukoğlu, bu yatırımın adresini şöyle açıklıyor: "Yenilenebilir enerji ve sürdürülebilirlik konularında yatırımlar artırılacak. Tekstil ve ambalajda yenileme ve kapasite artırımı olacak. Çimento ve yapı grubunda yatırımlarımız devam edecek, lojistik ağını güçlendireceğiz. 2021'de tüm gruplarımızda teknoloji, Ar-Ge ve inovasyon yatırımları hızlandırılacak."

Akkök, yatırım ajandasına iki kritik şirket satın alma ve birleşmesi eklemiş durumda. İlkinin yılın başında tamamlandığını belirten Ahmet Dördüncü, "Diğer stratejik satın alma ise yılın ortasında tamamlanacak. Organik yatırımlarımız da hız kesmiyor. DowAksa 120 milyon dolarlık yeni yatırımına başladı" diyor. Kastamonu Entegre de Samsun'un ardından Balıkesir'de büyük bir yatırımı hayata geçirmeye hazırlanıyor. Bu yatırımın 1,3 milyar TL değerinde olduğunu açıklayan Kastamonu Entegre CEO'su Haluk Yıldız, "2021 yılında 1,5 milyar TL'nin üzerinde yatırıma imza atmış olacağız" diye konuşuyor. C

En İyi İşverenler™
Great Place To Work.
TÜRKİYE 2021

Bilimin öncü gücüyle

TÜRKİYE'NİN EN İYİ İŞVERENLERİ LİSTESİ'NDEYİZ!

Gelişime olan tutkumuzla başarılarımıza her geçen gün yenilerini ekliyoruz. AstraZeneca Türkiye olarak **Türkiye'nin En İyi İşverenleri - Great Place to Work** listesine 4. kez adımızı yazdırmış olmaktan gurur duyuyoruz.

Bilimin sınırlarını zorlayarak hastaların hayatlarında anlamlı bir fark yaratmak için ilk günkü heyecanımızla çalışmaya devam edeceğiz.

AstraZeneca

www.astrazeneca.com.tr

AstraZenecaTurkiye AstraZenecaTurkiye AstraZenecaTurkiyeKariyer AstraZenecaTurkiye AstraZeneca

Sapiens'ten COVID-19'a



YİĞİT KULABAŞ

yigit@redesignbusiness.com

"Kurgu bir şeyi hayal edebilmemizi ve o konuda kolektif davranışlar sergilememizi sağlıyor. Gelin bu yazıda COVID-19 kurgularına kafa yoralım."

Yuval Noah Harari, Sapiens'te, insanı farklılaştıran en önemli yeteneklerinden birini "kurgu" olarak tanımlar. Kitaptaki örneğe gönderme yapalım: "Bir maymunu, ölümden sonra gideceği maymun cennetindeki sınırsız muzla kandırarak elindeki muzu vermeye asla ikna edemezsiniz." Bugün modern hayatın neredeyse tamamı, artık kurgu olduğu dahi sorgulanmayan temeller üzerine kurulu: Para, ülke, şirket, marka ve daha niceleri…

Kurgu bir şeyi hayal edebilmemizi ve o konuda kolektif davranışlar sergilememizi sağlıyor. Kitaba göre hayali düzenlerin kabullenilmesini sağlayan üç temel etmen var:

- Hayali düzen fiziksel dünyaya gömülüdür.
- Hayali düzen davranışlarımızı şekillendirir.
- Hayali düzen kişiler arasındadır.

Gelin bu yazıda COVID-19 kurgularına kafa yoralım.

HASTANEDE 10 GÜN

Geçtiğimiz ay hiç beklemediğim bir zamanda, beklemediğim bir şiddette COVID-19'a yakalandım. Beslenmeme, hayat tarzıma ekstra önem gösterdiğimi söyleyebilirim. Ancak hastalık nedeniyle on gün boyunca hastanede yatmam gerekti. İnsan hastanede tek başına kalınca sorgulamadığı kurgu kalmıyor. Hazırsanız başlayalım.

1 Virüsün varlığı: Artık azınlığa düşse de özellikle ilk dönemde bunun sıradan bir hastalık olduğunu iddia eden önemli bir kitle vardı. Onlara göre bu virüs hayali bir kurguydu. Gripten de her yıl binlerce kişi ölüyordu. Hastalığı taze geçirmiş biri olarak şunu net söyleyebilirim: Bu yaklaşım aslana kedigillerden diyerek ona kedi muamelesi yapmaya benziyor.

2 Maske, hijyen, mesafe: Neyse ki virüse inanmayanları dahi bu üç kelimeyle kontrol altına almayı başardık. Bu üçlünün kesin çare olmadığını bilsek de inanmayı tercih ettik.

3 Sürü bağışıklığı: Birkaç ülkede çare olarak "sürü bağışıklığı" kurgusuna sığınıldı. Bu yaklaşım binlerce kişinin kaybıyla sonuçlandı.

4 Var mı yok mu? Bulaşın engellenebilmesinin tek çaresi, virüs taşıyanların gündelik hayattan uzak tutulmasıydı. Hayali düzen bu sefer fiziksel dünyanın içine ateş ölçerlerle gömüldü. Ateşi olanları tespit edip edip plazalara, mağazalara, restoranlara sokmadık. Halbuki virüsü taşıyan kişilerin önemli bir kısmında ateş görülmüyordu. İnanmak istedik, hepimiz için ateş ölçer güzel bir nesneleştirme oldu. Aynı durum testler için de geçerli… Testin pozitif çıkması, kişinin yüksek ihtimalle hasta olduğunu gösterse de negatif sonucun doğruluk payı yazı-turaya yakındı. Yine de sevdik bu ihtimali, inandık, sorgulamamayı tercih ettik.

5 Yasaklar: Kimisi manalıydı yasakların kimisi absürt... Ülke bağımsız uygulanan yasakları mantıklı yasaklara yazabiliriz: Kapalı ortamlar ve mekanlarla ilgili düzenlemeler, sosyal buluşmaların kısıtlanması akla ilk gelenler… Absürt olanlar ise ayrı bir yazı konusu.

Bugün birkaç ay öncesine göre çok farklı bir noktadayız. Aşı bulunmuş ve kendini ispat etmiş durumda. Aşı salgını durdurmakla kalmıyor, ölümcüllüğünü törpülüyor. Öyle olunca dünya da yüzleşmeye başlıyor bu "-mış gibi" önlemlerle.

Pek çok ülke seri aşılamayla salgını durdurmayı başardı. Şu an için önemli olan acilen aşıya ulaşmak. Güzel haberleri bizzat BioNTech kurucularından Uğur Şahin'den duyduk. Türkiye'ye gösterdikleri özen ve önem için ayrıca teşekkürü hak ediyorlar. BioNTech'le gurur duyuyoruz. Her şey beklendiği gibi giderse Türkiye'nin de birkaç aylık seri bir dönüşümle normalleşmesi mümkün.

Bir an önce sahte kurgulardan kurtulmamız dileklerimle.

AÇIĞA SATIŞ *nedir?*

Sahip olunmayan sermaye piyasası araçlarının satılması veya satışına ilişkin emrin verilmesidir.



www.borsaistanbul.com

/ borsaistanbul

BORSA İSTANBUL



“İki dipli resesyon olası”

Nobel ödüllü ünlü ekonomist ROBERT J. SHILLER’in yeni döneme ilişkin önemli uyarıları var. Bugün hem COVID-19 salgınının hem de salgın etrafında oluşan hikâyelerin bulaşıcılığıyla mücadele ettiğimizi söylüyor. COVID-19’un mutasyonları sonucu yayılan kaygıların harcamalarda azalmaya sebep olabileceğine dikkat çekerken, “Bu da yeni bir daralmayla iki dipli bir resesyona yol açabilir” diyor. Shiller, son dönemde hızla iyimserleşen piyasa anlatılarıyla gelen yatırım heyecanına da vurgu yapıyor ve “İkinci bir ‘Kükreyen 1920’ler’ döneminde gibiyiz. İlki 1929’da hisse senedi piyasaları kriziyle sona ermişti” diye konuşuyor.

ASLI SÖZBİLİR ● **asozbilir@capital.com.tr**

Robert J. Shiller, "varlık fiyatları analizleriyle" 2013'te Nobel Ekonomi ödülünü almış bir isim… Halen Yale Üniversitesi'nde Sterling Ekonomi Profesörü olan Shiller, son dönemde dünyada büyük etki uyandıran "Anlatı Ekonomisi: Hikâyeler Nasıl Viral Oluyor ve Büyük Ekonomik Olaylara Yön Veriyor" (Narrative Economics: How Stories Go Viral & Drive Major Economic Events) adlı kitabın da yazarı.

Shiller kitabında, piyasa oyuncularının rasyonel hareket ettiğini kabul eden modern finans teorisinin aksine tezler öne sürüyor. İnsanların çoğunlukla "doğruluğunu irdelemeksizin kulaktan kulağa yayılan hikayeler ve aktarılan özet bilgilerle" harekete geçtiğini savunuyor. Hatta konut sektörü veya hisse senedi gibi varlıklarda oluşan balonların nedeninin genellikle sağlam temele oturmayan "bulaşıcı anlatılardan" kaynaklandığını söylüyor.

Son dönemin "gözde" yatırımlarından Bitcoin'in yükselişini de bulaşıcı hikâyelerin gücüne bağlıyor ve şöyle diyor: "Bitcoin hayranlarıyla karşılaştığımda hemen işin temelindeki teorileri soruyorum. Genel olarak aldığım cevap boş bakışlar oluyor. Bitcoin'in gizemli biri tarafından bulunması, bir manifestoyla ilan edilmesi, devrim vaat etmesi gibi nedenlerden dolayı insanlar bu anlatıma kapılıyor."

2006'da ABD'de gayrimenkul fiyatlarının "yatırımcıların irrasyonel davranışlarıyla" aşırı derecede şiştiğini belirleyip 2008'deki gayrimenkul krizini öngören Shiller, pandemi sonrası için de uyarısını yapıyor. Pandemi sürecinin bu son döneminde "kötümserden hızla iyimsere" dönen anlatılarla yatırım heyecanının fazla alevlendiğini belirtiyor. Ve yatırımcıları "hisse senetleri, bonolar ve gayrimenkul"deki olası fiyat düşüşleriyle ilgili uyarıyor. "İkinci bir 'Kükreyen 1920'ler' döneminde gibiyiz" diyen Shiller ile salgın etkisi altında global ekonominin gidişatını konuştuk:

● Son kitabınızda popüler hikâyelerin nasıl bireysel ve kolektif ekonomik davranışı şekillendirip ekonomik olaylara yön verdiğini anlatıyorsunuz. Bunu somut bir örnekle açıklayabilir misiniz?

■ 2007-2009 arasında ABD ve diğer ülkelerde yaşanan emlak krizi, ev fiyatlarında eşi benzeri görülmemiş bir yükselişin ardından geldi. Pek çok şehirde ev fiyatları iki hatta üç katına çıktı ve sonra eski fiyatlarına geri döndü. Peki, fiyatlar neden böyle davrandı? Size rahatlıkla söyleyebilirim ki fiyatların uçmasının nedeni düşük faizler değildi. Zaten faizler o dönemde o kadar düşük de değildi. İnşaat maliyetlerinin ya da nüfusun artışı da nedenler arasında değildi. Peki, ne oldu? Kitabımda bunun "ev alımları", "ev sahibi olmak" ya da "Amerikan rüyası" hakkında başlayan bir anlatının sonucu olduğunu anlatıyorum. Bu anlatı kendi içinde, "fiyatların daha fazla yükseleceği" ve "tek evle yetinmeyen, iki hatta üç ev alarak büyük vurgun yapan pek çok insanın bulunduğu" fikrini barındırıyordu. Fakat insanlar bir emlak balonundan ve emlak piyasasına yatırım yapanların aptallığından bahsetmeye başlayınca birden evlere yatırım yapmak utanç verici hale geldi. Anlatı değişince, fiyatlar da çöktü. Kısaca takip eden büyük resesyon önemli oranda konutla ilgili popüler anlatının değişimi sonucu gerçekleşti.

Büyük Buhran döneminde de anlatıların benzer etkisi görülüyor. Ekim 1929'da hisse piyasalarının çöküşünün ardından "Buhran öncesi 1920'lerde aşırı lüks bir yaşam sürüldüğü" savı kulaktan kulağa yayılınca insanlar dine, mütevazılığa döndü. Büyük Buhran sırasındaki bir diğer popüler anlatı da "makinelerin insanların işlerini sonsuza dek elinden alacağı" yönündeydi. "Teknolojik işsizlik anlatısı"nın yaydığı korku insanları yatırım harcamalarını kısmaya iterken, "tutumluluk anlatısı" da onları tüketim harcamalarını azaltmaya yöneltti.

● Peki, yaşanan ekonomik krizin sonucu olarak COVID-19 pandemisinin etrafında oluşan kolektif hikâyeler neler?

■ Birçok eski anlatı pandemiyle beraber geri

"İKİNCİ BİR 'KÜKREYEN 20'LER' DÖNEMİNDE GİBİYİZ"

RİSKLER VE ZORLUKLAR

2021 ve sonrasında üç varlık sınıfında da özellikle ABD'de, hemen olmasa da er geç bir fiyat düşüşü riski olduğunu düşünüyorum: Hisse senetleri, bonolar ve gayrimenkul. İkinci bir "Kükreyen (19)20'ler" (Roaring Twenties: 1920-1930 arasında Batı'da ekonomik ve sosyal hayatın çok canlandığı yıllar) döneminde gibiyiz. İlki 1929'da hisse senedi piyasaları kriziyle sona ermişti.

YATIRIMA DİKKAT!

1918-1919'daki büyük İspanyol gribi salgınını takip eden ilk Kükreyen 20'lerdeki gibi normal hayata dönüşün verdiği bir coşku var ve bu normale dönüşün çok ötesine geçebilir. Görünen şu ki her iki "Kükreyen 20'ler"de birçok tecrübesiz yatırımcı piyasalara para koydu ve yatırım yapmak, insanları heyecanlı bir spor oyunundaymış gibi hissettirmeye başladı. Elbette bu durum bitene kadar…

geldi. Mesela hisse senedi fiyatlarındaki düşüşler hakkındaki Büyük Buhran dönemi anlatısı, 2020 ilkbaharında tekrar konuşulur oldu. Pandemi konusundaki sıkıntıların sorumluluğunu yerel hükümetlere yıkan, hükümetlere güvenilmeyeceğine dair anlatılar çoğaldı. Ancak bu anlatılar zamanla zayıfladı. Yerlerini 2007-2009 arasındaki büyük durgunluğun sona erdiği dönemdekine benzeyen ve merkez bankaları arasındaki iş birliklerini anlatan pozitif hikâyeler aldı. Aşıların keşfi ve halkın ertelenmiş bir taleple normale geri dönme isteği üzerine anlatılar yaygınlaştı.

● Şu andaki anlatılarla şekillenen yeni davranışlar ekonomi için ne anlama geliyor?

■ Pandemi; ekonominin dışında kalan, büyük ölçüde biyolojik bir fenomendi. Öte yandan etrafında oluşan hikâyeler yaşanan ekonomik sarsıntıyı kötüleştirdi.

● Pandeminin başlarında ekonomik durumu Büyük Buhran'ın yanı sıra İspanyol gribi döneminde yaşananlarla kıyaslayanlar da vardı. COVID-19'un tetiklediği global krizi önceki krizlerle karşılaştırdığınızda nelerin farklı olduğunu görüyorsunuz?

■ 1918-1919'da yaşanan ve İspanyol gribi adı verilen salgın, yaşandığı dönemde sadece hafif bir resesyona neden oldu. Fakat sonradan, pandemi biter bitmez çok sert bir resesyon yaşandı.

Bugünkünden farkı; 1918'de, I. Dünya Savaşı ve hemen ardından savaşın kötü sonuçlarıyla meşgul olunması ve o dönemde bulaşı durdurmak için ekonomiyi kapatma konusunda göreceli zayıf girişimler yapılmasından kaynaklanmış olabilir.

Kısaca İspanyol gribi, I. Dünya Savaşı'nın yarattığı büyük yıkımın hemen ardından geldiği için insanlar salgın sonucu yaşanan ölümlere karşı biraz duyarsızdı. Bu da o dönemde salgına bugün gördüğümüzden farklı bir etki yüklüyordu. Bir diğer önemli fark da sokağa çıkma yasaklarının o dönemde salgına karşı bir önlem olarak düşünülmemesiydi. Bu yüzden ülkeler kapanmadı. Yani bugün sadece korkunç bir salgın yaşadığımız için değil, bu salgınla agresif bir şekilde mücadele ettiğimiz için, bu kriz önceki diğer krizlerden farklılık gösteriyor.

● Bir yandan aşı süreci devam ederken diğer yandan birçok ülkede pandeminin ikinci, üçüncü dalgaları yaşanıyor. Durum buyken global ekonominin görünümünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

■ Dünyada şu anda en çok konuşulan konular Hindistan'daki salgının kötü durumu ve pandemiden daha o kadar fazla etkilenmemiş diğer ülkelerdeki salgınlar. Herkesin aklındaki kaygı yeni dalganın bir mutasyona yol açıp durumu daha da kötü hale getirmesi ve dünyaya yayılması. Bu kaygılar harcamalarda azalmaya sebep olarak 2020'deki daralmanın hemen ardından bir resesyona ve dolayısıyla da iki dipli bir resesyona yol açabilir.

TÜRKİYE EKONOMİK KRİZİ NASIL AŞABİLİR?

ÖNCE AŞILAMA

En acil iş ülkenin hepsinin aşılanması... Türkiye korona virüs aşısı konusunda birçok ülkeden daha iyi durumda ama hala gidecek yolu var. Türkiye'nin Suriye'deki yıkıcı savaşın etkilerini sona erdirmek için yapacağı her şey tüm bölgenin dengelenmesine yardımcı olur. Tüm dünyadan gelen veriler iç savaşların savaşa dâhil olmayan komşu ülkelerin ekonomik büyümesini bile negatif etkilediğini gösteriyor.

"İKİ SALGIN BİTİNCE"

Dünya zaten Türkiye'nin Suriyeli milyonlarca mülteci için yaptıklarını takdirle izliyor ama duyduğumuz kadarıyla pandemi bu mültecilere yardım etmeyi zorlaştırmış durumda. Bu iki salgın da (korona virüs salgını ve iç savaş salgını) biterse veya bittiği zaman Türkiye'nin ekonomik büyümesinin güçlenmesini bekliyorum.

● İyimser tahminler 2020'nin 2'nci yarısından itibaren V şeklinde bir toparlanma öngörüyordu. Sizin toparlanma senaryonuz ne?

■ Şu anda ne olması gerektiğine dair geçmişten bir ders çıkarmak zor. Bu, alışılmadık bir kriz ve çöküş de toparlanış da 20'nci yüzyıldaki resesyonlara göre daha hızlı oluyor. Dünya Bankası GSMH verisi 2009'daki dipten 1 yıl içinde çıktığımızı gösteriyor. Eğer pandemi hızlı sonlandırılabilirse krizden çıkabilir ve 2022 itibarıyla 2019'daki rakamları geçebiliriz. Ama pandemi hakkında tahminde bulunmak zor.

● Toparlanma noktasından ne kadar uzaktayız?

■ Bu resesyon, üzerinde ekonomistlerin tahmin yürütemeyeceği büyük ölçekli biyolojik bir fenomenden kaynaklanıyor. Eğer aşılar başarılı olur ve pandemi hakkında olumlu haberler almaya başlarsak 1 yıla kalmadan toparlanma gerçekleşir.

● Toparlanmaya hangi bölge ya da ülke liderlik yapacak?

■ Kapsamlı bir şekilde aşılama gerçekleştirdikleri ve açılmaya hazır oldukları için ilk olarak ABD ve Avrupa ekonomilerinde toparlanmaya şahit olacağız.

● Salgından önce çoğu ekonomist global ekonomi için en büyük risklerin Çin'de sert bir ekonomik yavaşlama ve ticaret savaşları olduğu-



nu söylüyordu. Ancak şu anda Çin, ABD ve AB'ye göre daha iyi durumda görünüyor. COVID-19, Çin'in global güç dengesindeki pozisyonunu değiştirecek mi?

■ Çin'in vatandaşlarını COVID-19'dan korumaktaki göreceli başarısı Çin hükümetine bugün dünyada yeni bir prestij sağladı. Bunun sonucunda da hükümet uluslararası arenada güven kazandı. Güven başarılı ticaretin mihenk taşıdır.

● Finansal piyasaların pandeminin başından beri performansı nasıl? COVID-19 sonrası piyasalarda neler beklemeliyiz?

■ ABD hisse senedi piyasaları aylık reel getiri bazında Mart 2020'deki dibe göre neredeyse iki kat değerlenmiş durumda. Sezonsallıktan arındırılmış fiyat kazanç rasyosuna (CAPE) bakarsak aslında şu anda çok daha iyi performans göstermemesi gerek. Ama yine de eğer pandemi bir sürpriz yapmazsa ABD bonolarından daha iyi performans gösterecekler.

● Yatırımcılar pandemi sonrası döneme hazırlanırken piyasalarda nerelere odaklanmalı? Hangi sektörler ve ülkeler daha potansiyelli görünüyor?

■ Benim de yıllardır kullanılmasını savunduğum CAPE rasyonuna göre ABD hisse senetleri dünyanın en pahalısı. Yeni datayla bakıldığında ABD hisse senetlerinin CAPE rasyosu 37'yken Türkiye'ninkiler sadece 8, yani ABD hisse senetleri Türk muadillerine göre de çok daha pahalı. Yine de portföy çeşitlendirmesi amacıyla pahalı ABD hisse senetlerine bir miktar yatırım yapılabilir.

● 2018'de kripto paralar hakkında şüpheleriniz olduğunu yazmıştınız. Hala aynı fikirde misiniz? Kripto paralar sizce gerçek bir yatırım potansiyeline sahip mi?

■ Bitcoin anlatısı fazlasıyla bulaşıcı oldu. Merkez bankalarının bastığı stabil para birimlerine kötü bir alternatif olmasına rağmen Bitcoin'in

fiyatı uçtu. Kripto para ilginç bir fenomen ve gelecekte gerçekten iyi ekonomik kurumlar yaratabilir ama şu anda piyasada olan türleri daha gerçek ekonomik nişlerini bulmadı. Ancak Bitcoin'in fiyatının son zamanlardaki yükselişinin asıl nedeni Bitcoin'e talebi artıran çeşitli pandemi anlatılarının bir araya gelmesi.

İlk Bitcoin anlatısı Satoshi Nakamoto adında birini Bitcoin'in mucidi olarak tarif ediyordu ama onu gördüğünü söyleyen herhangi biri yok. Gizemli bir karakter, nerede olduğu hakkında süregelen bir hikâye ve sahte Nakamoto'lar var. İnsanlar içinde bir miktar gizem barındıran hikâyeleri sever. Bitcoin anlatısı anarşist hislere olan bağlantısı ve devletlere duyulan tepki üzerinden inşa oluyor, çünkü başlarda devletlerin Bitcoin'e el koyamayacağına veya alım satımını durduramayacağına inanılıyordu. "Hacker ahlak anlayışı"nın yakın zamanda Bitcoin milyonerlerinden oluşan kozmopolit bir toplumun oluşmasına destek verecek kadar gelişebileceğine dair pozitif bir hikâyesi vardı. Bu bulaşıcı hikâyeler COVID-19 salgınının dalgalarına benzer şekilde art arda viral olabilecek özellikler içeriyordu. Kısaca, Bitcoin fiyatları zaman içinde COVID-19 salgınına benzer dalgalarla hareket ediyor. İkisi de bulaşarak yaygınlaşıyor.

● OECD, ABD Başkanı Biden'ın açıkladığı 4 trilyon dolara varan mali yardım paketinin global toparlanmaya ciddi bir destek vereceğini söylüyor. Sizce Biden'ın başkanlığı global ekonomik görünümü ve güç dengelerini nasıl değiştirecek?

■ Başkan Biden 28 Nisan 2021'de Kongre'deki konuşmasında ABD için eğitim, altyapı, küresel ısınmayı önleme ve Ar-Ge konularında ciddi destek içeren ve dünya ekonomisini de canlandırabilecek iddialı bir plan açıkladı. Ama aynı zamanda şu cümleyi de söyledi: "Amerika İş Planı kapsamında yapılacak tüm yatırımlara tek bir prensiple karar verilecek: Amerikan malı satın almak." Bu şart, dünyanın geri kalanında ticareti baskılayarak ekonominin aleyhine bir durum oluşturabilir.

● Pandemi sonrasında Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin kaderini nasıl görüyorsunuz?

■ Pandemi sonrasında da gelişmekte olan ülkelerin hızlı büyümesine şahit olmamız muhtemel. Bu tecrübeden hepimiz ders çıkardık ve pandemi sonrası daha da iyi olacak. Gelecek yüzyılda tarihçiler şu anda yaşadığımız zamanları kapsayıcı ekonomik büyüme devri olarak görecek. Şu anda gördüğümüz video konferans gibi iletişim hizmetlerindeki yaygınlaşma tarihi bir olay ve tüm dünyadan insanların birbirleriyle arkadaşlık ilişkileri ya da profesyonel ilişkiler kurmasına mümkün kılıyor. C

"YAPAY ZEKÂ ANLATISI PİYASALARI ETKİLEYEBİLİR"

ENDİŞE VERİCİ

Son dönemde "yapay zekânın herkesin işini elinden alacağı" anlatısından dolayı endişeliyim. Yapay zekânın insanların refahı ve gelecekteki işsizlik oranları üzerindeki etkisini tahmin etmek imkânsız... Ancak yapay zekâ hakkındaki anlatıların ekonomik yükselişlere ve çöküşlere neden olma ve bu konudaki siyasetleri yönlendirme potansiyeli var.

RİSK AVRUPA'DA

Bu anlatı an itibarıyla toksik hale gelmedi. Nedeni ABD'nin bilgisayar bilimlerinin merkezi olması ve bizim de konunun buradaki inovasyon yansımalarından memnun olmamız olabilir. Bahsettiğim anlatı daha yüksek işsizliğin olduğu Avrupa ülkelerinde, özellikle de Güney Avrupa'da kök salıyor olabilir. Bu anlatı yerleşirse emlak ya da hisse senedi gibi spekülatif piyasaları etkileyebilir. Bu, dikkatle izlememiz gereken bir durum.





Işığınla fark yarat.

Yeni TUCSON.

Göz alıcı Parametrik LED Gündüz Farları, şerit değiştirmeyi çok daha güvenli bir hâle getiren Kör Nokta Görüntüleme Asistanı, teknolojisiyle üstün bir konfor sunan Elektronik Vites Paneli (Shift By Wire), yeni Çok Noktalı (Multi-Air) Havalandırma Sistemi ve daha fazlası, tasarım ve donanım özellikleriyle fark yaratan Yeni TUCSON'da.

HYUNDAI

5 YIL 100.000 km Üretici Onarım Güvencesi

Shell HELIX Motor yağları

Hyundai TUCSON modellerinin resmi ortalama CO_2 emisyonu (715/2007/EC) 151-167 g/km, ortalama yakıt tüketimleri ise 5,7-7,3 l/100 km arasındadır. Hyundai modelleri 2 yıl ya da 60.000 km yasal garanti kapsamındadır. Ayrıca yasal garantinin dolmasından sonra, araçların ilk tüketiciye teslim tarihinden itibaren 5 yıl ya da 100.000 km'ye kadar üretim kaynaklı arızaların onarımları Hyundai üretici onarım güvencesi kapsamındadır. Detaylı bilgi garanti kitapçığında ve hyundai.com.tr'de bulunmaktadır. İlanda yer alan aracın donanımları Türkiye'de satışta olan araçların donanımlarından farklılık gösterebilir.

ZORLU MÜCADELE

Artan hammadde fiyatları, çip krizi, lojistik sorunları, korumacı global politikalar, yeni tebliğ ve düzenlemeler... Liste böyle uzayıp gidiyor. Bugün pek çok sektör benzer nedenlerle olması gerekenin çok altında performans gösteriyor. Hatta bu engeller sektördeki oyuncuları iflas, üretimi durdurma gibi çok olumsuz sonuçlarla yüzleştiriyor. İşte 27 sektörü zorlayan başlıklar ve nedenleri...



● **ÖZLEM AYDIN AYVACI**
oaydin@capital.com.tr

İş Bankası Genel Müdürü Hakan Aran, geçtiğimiz ay Capital'e verdiği söyleşide şu an bankacılık sektörünü en zorlayan konunun net faiz marjlarının tarihi dip seviyelere gelmesi olduğunu söylemişti. Aran, "Bankalar bilançolarını yabancı para, TL ve faize karşı koruyan finansal enstrümanlar kullandığı için bu araçlardan kazanılanlar, net faiz marjıyla kaybedilenlerle dengelenebilir" demişti.

EY Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Damla Harman, takipteki kredi sorununa dikkat çekerek, "Sorunlu kredilerdeki artış, bankaları başta finansal planlama, sorunlu alacak yönetimi, risk yönetimi ve yeni kredi tahsisi olmak üzere birçok alanda zorluyor. Ayrıca faiz marjlarının daralması da bu dönemde sektörü zorlayan unsurlar arasında" diyor.

Bankacılık sektöründe kredilerin NPL oranı 2020 sonu itibarıyla yüzde 4,08 seviyesinde. İkinci grupta izlenen, yakın izlemedeki kredi miktarı önceki yıla göre yüzde 23 artarak 370 milyar TL oldu. İkinci grupta izlenen kredilerin toplam kredilere oranı ise yüzde 10 seviyesinde. Harman, BDDK'nın tebliğ ettiği COVID-19 esnetmelerinin kaldırılmasına dikkat çekiyor. Bu kredilerin bir kısmının da ilerleyen dönemde üçüncü gruba intikal potansiyeli nedeniyle NPL rasyosunu artırma ihtimalini yüksek gördüğünü söylüyor. Harman, "Sağlıklı ekonomilerde NPL rasyosunun yüzde 3'ün altında olduğunu gözlüyoruz" diyor.

Bankacılıkta tablo böyle. Otomotiv, makine ve konut alanlarında finansman maliyetlerinin artması sektörleri zorluyor. Diğer sektörlerde ise zorlayan rakamlar farklılık içeriyor. İşte 27 sektörü zorlayan başlıklar...



ÇİP FATURASI AĞIR

Dünya otomotiv sektörünün gündeminde, dönüşüm ve pandemi olmak üzere iki önemli konu var. Beyçelik Gestamp Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik, sektörün geleceğinin elektrikli, birbiriyle bağlantılı, sürücüsüz ve paylaşılan araçlar olmak üzere 4 yeni gelişim alanına doğru gittiğine dikkat çekiyor ve ekliyor:

"Otomotiv yan sanayinin yeni nesil ürünleri şekillendirebilecek ve üretebilecek kapasiteye yüzde 100 hazır olmaması sektörü zorluyor. Pandeminin de etkisiyle şu anda sektörün gündeminde ilk sırada yer alan yarı iletken çip krizi üretimde ciddi bir düşüş yaşanmasına neden oldu. IHS Markit verilerine göre çip krizi nedeniyle 2021 ilk çeyrekte beklenen üretim kaybı küresel çapta 1,26 milyon adet araç olacak. 2020 yılında tedarik ihracatında düşüş yüzde 10 civarında kalırken, ana sanayide daha yüksek oranda düşüş yaşandı."

Coşkunöz Holding CEO'su Erdem Acay da çip krizine dikkat çekiyor. Acay, 2000'li yıllarda bir otomobilin toplam maliyetinin yüzde 20'sini elektronik parçaların oluşturduğunu, bugün ise bu oranın yüzde 40'lara ulaştığını söylüyor. Pandemi nedeniyle otomobil talebi artarken sektörün tedarik edebildiği çip miktarınınsa azaldığına dikkat çeken yönetici, "Üreticiler zaman zaman üretime ara vermek zorunda kalıyor. Sektör global bir krizin içine girdi. Benzer sıkıntıların 2022 yılına kadar devam edeceğini tahmin ediyorum" diyor.

EY Türkiye Mobilite Sektör Lideri Serdar Altay ise otomotiv pazarını zorlayan kredi faizlerine dikkat çekerek, "Türkiye'nin son 10 yıllık ortalama kredi faiz oranlarıyla aynı dönemdeki satış oranlarını karşılaştırdığımızda 2017 ve 2019 arasındaki faizdeki yüksek artışlar, bu dönemde gerçekleşen satışları olumsuz etkiledi. Ortalama faiz, yüzde 10-15 aralığında seyrederken satışlar artıyor, yüzde 25'lere çıktığında ise düşüyor" diyor.

BOYADA SORUN NE?

BOSAD Başkanı ve Akçalı Boya CEO'su M. Akın Akçalı, boya ve reçine üretiminde kullanılan Toluen, White Spirit gibi hammaddelerde uygulanan yüzde 45 ÖTV ve teminat mektubu uygulamasının sektörü zorladığını açıklıyor ve tabloyu şöyle anlatıyor:

"Bu hammaddelerin ithalatında ton başına 2,49 TL ÖTV ve teminat mektubu uygulaması var. Örneğin üreticiler, 100 ton solvent ithalatı için 70 bin dolar bedel karşılığı 250 bin TL, yani yaklaşık 30 bin dolar nakit olarak ÖTV'yi yatırıyor ve ayrıca

İNŞAATTA NELER OLUYOR?



FİNANSMAN İHTİYACI

Türkiye Müteahhitler Birliği Başkanı ERDAL EREN, inşaat sektörünü en çok zorlayan konu ve rakamları şöyle sıralıyor: "COVID-19 ile demir, çimento gibi temel girdi fiyatlarında yaşanan yükseliş zorluyor. Salgın tedbirleri kapsamında iş programları aksadı, yurt içi ve yurt dışı projelerde önemli yavaşlamalar yaşanıyor. Yurt dışında da Türk müteahhitlerin üstlendiği proje tutarı 2019 yılında 20 milyar dolarken 2020 yılında 15 milyar dolar seviyesinde kaldı. İnşaat sektöründe, finansal ve operasyonel sorunlar büyüdü. Ayrıca yurt dışında rekabet ve finansman ihtiyacı arttı."



"STOĞA ODAKLANDIK"

Nef Yönetim Kurulu Başkanı ERDEN TİMUR, artan maliyetler ve konut kredi faizlerinin sektörü zorladığını söylüyor ve tabloyu şöyle aktarıyor: "Konut satış maliyetleri artınca kâr marjları düşüyor. Buna yüksek kredi faizi nedeniyle azalan satışları ekleyince konut geliştiriciler, yeni proje geliştirmek yerine eldeki stoğa odaklanıyor. Yeni yatırımların olmayışı da tabii ki istihdamı etkiliyor. Bu zorlukların aşılması için öncelikle arsanın projedeki payının Avrupa'daki gibi yüzde 15-30 aralığına gerilemesi gerekiyor. 1 milyon dolar değerinde bir konut için uygulanan vergi Avrupa'da yüzde 3,8, dünyada yüzde 3,3, Türkiye'de ise yüzde 4 seviyesinde. Bu oranlar düşmeli."


BARAN ÇELİK


ERDEM ACAY


SERDAR ALTAY


M. AKIN AKÇALI

27 sektörde en çok zorlayan rakam

Sektör	En çok zorlayan konu	Nasıl zorladı?
Ağaç bazlı panel	Hammadde fiyat artışı	İthal hammaddede yüzde 100, yerli odunda yüzde 40 fiyat artışı
Ambalaj	Atık ithalatı	Atık ithalatı sıfır olmalıyken aksine Avrupa birincisi olundu
Bankacılık	NPL sorunu	NPL rasyosu yüzde 3'ün altında olmalı, ancak şu an yüzde 4,08
Boya	Ek ÖTV ve teminat mektubu	30 günde verilmesi gereken beyanname süresi 15 gün
Bilişim	Nitelikli insan kaynağı sıkıntısı	Nitelikli yazılımcı bulma oranı yüzde 50'den yüzde 20'ye düştü
Çimento	Konut talebinde düşüş	Kişi başına çimento tüketimi yıllık 65 - 70 milyon ton olmalıyken 8 - 10 milyon tonun altında
Değerli maden	Tebliğ ve mevzuat değişikleri	Altın ithalatı geçen yılın ilk çeyreğine göre yüzde 55 düştü
Demir çelik	Korumacılık önlemleri, fazla ithalat	Çelikte ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 150'lerden yüzde 92'ye geriledi
E-ticaret	Teslimat kapasitesi	2018'de teslimat süresi 2,59 günken 2020 yılında 3,19 güne çıktı
Franchising	Kapanma	Ciroda kayıp oranı yüzde 70'lere ulaştı
Gıda dışı perakende	Kapanma	2020'de yüzde 18, 2021 ilk çeyrekte yüzde 25 seviyesinde gerileme
Hazır beton	Yeni siparişlerin ivme kaybetmesi	410-420 aralığında olan Türkiye'nin risk priminin 275 - 300 aralığında olması gerekiyor
Hijyen ürünleri, ıslak mendil	Ana hammaddede tedarik sıkıntısı	Tedarikte yüzde 30 daralma
İnşaat	Pandemi ve hammadde fiyat artışları	Yüzde 3,5 küçülme ve yurt dışındaki proje tutarında yüzde 25 azalma
Karayolu taşımacılığı	Pandemi belirsizlikleri	Seferlerdeki gidiş-dönüş doluluk farkları yüzde 5 - 10'dan yüzde 40'a çıktı
Konut	Artan maliyetler ve konut kredi faizleri	Vergi oranı dünyada yüzde 3,3, Türkiye'deyse yüzde 4
Kozmetik	Hammadde fiyat artışı ve tedarik sıkıntısı	Yerli üretici bile yüzde 25 ithalata bağımlı
Makine	Finansman maliyetinin ikiye katlanması	Yüzde 10'un altında olan yıllık finansman maliyeti yüzde 19
Otomotiv	Kredi faizleri	Yüzde 10'u geçmemesi gereken faiz yüzde 15 bandında
Otomotiv yan sanayii	Yarı iletken çip krizi	2021 ilk çeyrekte beklenen üretim kaybı küresel çapta 1,26 milyon adet araç
Sağlık hizmetleri	Maliyet artışı ve gelir kaybı	İlaç kutu satış hacmi yüzde 6 - 7 küçüldü, sağlık harcamaları 2020'de 60 milyar TL arttı
Sirke	Tağşiş	Haksız rekabet yaratanların fiyatları olması gerekenin yüzde 50 altında
Tekstil	Hammadde fiyat artışı ve tedarik sıkıntısı	Üretim 3-4 aylık planlanabiliyorken bugün 2 aylık planlanabiliyor
Tıbbi cihazlar	Lojistikte yaşanan gecikmeler	1 - 3 gün aralığında olması gereken nakliye süresi 3-7 güne uzadı
Turizm	Turist ve gelir kaybı	Sektörün gelirleri 2020'de yüzde 69,1 geriye düştü
Un	Konteyner sorunu ve tarımsal emtia fiyatlarındaki artış	Karayoluyla ihracat yüzde 50 düştü
Züccaciye	Hammadde fiyatlarındaki artışlar	Hammaddede yüzde 85'e varan ithalata bağımlılık

bankaya bu bedel karşılığı teminat mektubu veriyor. Üretim hacmine göre bu rakamlar milyon TL'lere ulaşıyor. Son düzenlemelerle belli kriterler çerçevesinde özellikle büyük üreticilere, ISO 27001 belgesine sahip kuruluşlara bazı kolaylıklar sağlandı, ancak hala yeterli değil. 15 günlük periyotlar halinde verilen ÖTV beyannameleri, mükelleflerin iş yükü, finansman maliyeti ve vergi dairelerinin yoğunluğu anlamında bariyer oluşturuyor. Halihazırda 15 günlük periyotlar halinde verilen ÖTV beyannamelerinin, diğer beyannamelerde olduğu gibi aylık periyotlar halinde verilmesine yönelik düzenleme yapılmalı. Böylece mükelleflerin iş yükü, finansman maliyeti ve vergi dairelerinin yoğunluğu azalır."

DYO Boya Fabrikaları Genel Müdürü Mehmet Mutlu Uysal da pandemi kaynaklı ana hammaddelerdeki arz sıkıntılarına dikkat çekiyor ve "Or-

talama büyüme hızının yüzde 3-5 arasında olacağı tahmin ediliyor. Ancak kurdaki dalgalanmadan etkilenmeyen sürdürülebilir bir büyüme için Türkiye boya sektörünün dışa bağımlılığı azaltılmalı" diyor.

HAMMADDE PROBLEMİ

27 sektörü kapsayan araştırmamızda, pek çok sektörü zorlayan başlıklar arasında hammadde tedariki ve artan hammadde fiyatları yer alıyor.

Bu alanlardan biri de kozmetik. Kopaş Kozmetik Genel Müdürü Gökhan Özkurt, yurt içi pazarda tedarik imkanının kısıtlı olduğuna dikkat çekiyor. Bu nedenle sürekli stoklu çalışmak zorunda olduklarını aktaran Özkurt, "Bu da finansal açıdan önemli bir stok maliyeti yüküne katlanmayı gerektiriyor. Dövizdeki artış maliyetleri de artırıyor. Yerli üretici olmamıza rağmen üretimde yüzde 25 hammaddeye ve ambalajda ithalata bağlıyız. Bu da üretim hattımız ve kapasitemiz uygun olsa bile kısıtlı üretim yapmamıza neden oluyor" diyor.

BLC Group ve Çabasan Tekstil Yönetim Kurulu Üyesi Aykut Balcıoğlu, tekstil ihracatçıları olarak



TEDARİK PROBLEMİ

Ağaç bazlı panel sektöründe yaklaşık yüzde 30-40 oranında, metanol, melamin, üre, dekor kağıdı gibi hammadde ihtiyaçları, ithal kaynaklardan karşılanıyor. Bu girdilerin birçoğunun fiyatı son dönemde çok arttı ve pandemi sürecinde bu ürünleri tedarik etmek zorlaştı. İthal edilen hammaddelerin yanı sıra odun temininde de sıkıntılar yaşandı. İhale usulü satışlarda odun fiyatları ciddi oranda arttı. Pazarda artan talebi karşılamakta zorlanıyoruz.

SIKINTI YARATTI

Kimyasal hammadde fiyatlarında son 6 ayda Euro bazında yüzde 100'ün üzerinde artış yaşandı. Ayrıca Euro'nun TL karşısındaki hareketliliği, TL bazında maliyetlerimizi çok artırdı. Orman Genel Müdürlüğü yılbaşında yaptığı yüzde 15'lik zam oranına ilave olarak son dönemlerde ihalelerde yaşanan fiyat artışlarına istinaden yüzde 25 ek bir zam daha yaptı. Hem ithal ürünlerde yüzde 100'ü aşan maliyet artışları hem yerli odun fiyatında yaşanan yüzde 40'lık artış, panel ve mobilya sektörünü çok zor durumda bıraktı.





hammadde tedariki ve hammadde fiyatlarından dolayı zorlandıklarını söylüyor ve şöyle değerlendiriyor:

"Geçen yıl bu aylarda 50 dolar bandında işlem gören pamuk bugünlerde 85-90 dolar bandında seyrediyor. Elastan fiyatları 5-6 dolar bandında fiyatlanırken bugün 16-19 dolar bandında fiyatlanıyor. Polyester, akrilik gibi ürünlerde de benzer bir tablo var. Yükselen fiyatları ödemeyi göze aldığımızdaysa bu sefer hammadde yok. Bu da arz talep dengesini bozuyor."

ZÜCDER Başkanı Mesut Öksüz de benzer zorluklardan bahsediyor. Öksüz, "Hammaddeler üzerinde paslanmaz çelikte yüzde 12, plastikte yüzde 6,5 olan ek gümrük vergilerinin bir an önce kaldırılması, yurt içinde üretimlerinin yapılabilmesi için gerekli yatırımların desteklenmesi, komisyonların sabitlenmesi, lojistik sorunlarının çözülerek navlun fiyatlarının düşürülmesi önem arz ediyor" diyor.

Sapro Yönetim Kurulu Başkanı Ceyhun Zincirkıran ise ıslak mendil ve hijyen ürünlerinde global lojistik maliyetlerinin artması nedeniyle kumaşta maliyet artışı olduğunu söylüyor.

DEĞİŞİKLİKLERİN ETKİSİ

Korumacılık önlemleri, fazla ithalat ile mevzuat ve tebliğ değişiklikleri iki sektörü zora soktu. Türkiye Çelik Üreticileri Derneği Genel Sekreteri Veysel Yayan, Mart 2018'de ABD'nin çelik ithalatına yüzde 25 gümrük vergisi uygulamaya başlamasının küresel piyasalarda üretim ve ticaretin gelişmesini olumsuz yönde etkilediğini söylüyor ve şöyle anlatıyor:

"Ardından AB de çelik sektörünü korumaya devam ediyor. Sektörümüzün uluslararası piyasada, rekabet gücünün korunması açısından mütekabil tedbirlerin alınması önem taşıyor. Gereğinden fazla ithalat yapılması da sektörü zorluyor. Çelik sektöründe ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 150'lerden 92'ye geriledi."

Troy Kıymetli Maden Yönetim Kurulu Üyesi Ali Ercan Bütün, değerli maden sektörünün ana gün-


48 YILDIR KİMYAMIZDA MÜKEMMELLİK VAR.
Daima en iyiye ulaşmak için önce kalbimizi verdik.
Ustalaşmak için zamanımızı, Sınırları aşmak için emek, ilerlemek için fikir verdik.
İyi baktık memleketimize... Çevremize değer, hayata renk verdik.
Kale gibi sağlam durduk, 80 ülkede bizi tercih edenlere güven verdik.
Biz yapı kimyasallarına adımızı işte böyle verdik.
Kalekim
YAPI KİMYASALLARININ ADI
kalekim.com

BİLİŞİMDE TABLO NASIL?



BEYİN GÖÇÜ

TÜBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı LEVENT KIZILTAN, konumlandırma ve yetkin insan kaynağı konularında zorlandıklarını söylüyor. Sektörün stratejik olarak görülmemesinin bu alanda yapılan yatırımları da etkilediğine dikkat çeken Kızıltan, şöyle konuşuyor: "Daha hızlı istihdam yaratacak alanlara eğilim tercih ediliyor. Nitelikli insan kaynağı bilgi ve iletişim sektörümüzü besleyen ana damarlardan biri. Bu konuda yaşanan açık, sektörümüzün istenilen büyüklüğe ulaşmasının ve gelişmesinin önündeki engellerden en önemlisi. Yetkin insan kaynağında yaşanan açık ve yetişen beyinlerin ise beyin göçü ile kaybedilmesi sektörün gelişmesine ket vuruyor."

YETKİNLİK AZALIYOR

Kron Finanstan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı FUAT ALTIOĞLU, "Teknoloji sektörü beyin göçü nedeniyle son 5 yıldır oldukça zorlanıyor. Çalışan devir hızı yüksek olan sektörde, bu oranların minimum yüzde 50'si beyin göçü nedeniyle gerçekleşiyor. Beş yıl önce başvuruların en az yüzde 50'si yetkinlik ve teknik bilgi bakımından yeterli adaylara ulaşmayı sağlarken bugün bu oran yüzde 20 civarında" diyor.



BAKIŞ AÇISI

Micro Focus Türkiye ve Yunanistan Genel Müdürü DENİZ KIRCA, uzaktan çalışma döneminde çalışanların sadakatinin sağlanmasının da zorlaştığına vurgu yaparken şöyle devam ediyor: "İkinci bir nokta ise Türkiye'de teknoloji yatırımına maliyet odaklı bakış açısının hakim olması. Bu bakış Türkiye pazarını globalde fiyat rekabetinin en yüksek olduğu ülkelerden biri haline getiriyor. Bunun sonucunda bazı global oyuncular pazardan çıkıyor ve kalanlar limitli bütçelere sığan projeler teslim ediyor."

deminde Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Karara İlişkin tebliğ ve mevzuat değişikleri yer aldığını anlatıyor. Getirilen bazı değişikliklerin, uluslararası kıymetli maden ticaretini yapma şeklini zora soktuğuna dikkat çeken Bütün, değerlendirmesine şöyle devam ediyor:

"Ülkemize getirilen kıymetli madenlerin karşılık bedellerinin 60 gün içinde geri gitme zorunluğu ülkemizde uluslararası kıymetli maden ticareti yapanları lokal bir oyuncuya çevirdi. Bir diğer yeni düzenlemedeyse kıymetli madenlerin ithalatı için Borsa İstanbul'dan 3 iş günü öncesinden izin almak gerekiyor. Üç gün önceden izin alma süreci ticareti yavaşlatıyor. İstanbul, uluslararası kıymetli madenler piyasasında oyun dışı kalmakla karşı karşıya. Bunun en çarpıcı göstergesi ise geçtiğimiz yıl ilk çeyrekte yaklaşık 75 ton olan ithalat, bu yıl ilk çeyrekte 33 tona düştü."



MUSTAFA DELİVELİ

İFLASLAR KAÇINILMAZ

2019'da GSMH içindeki payı yüzde 4 ile son yıllardaki en yüksek orana ulaşan turizm gelirlerinin pandemi nedeniyle daralması ve ana kaynak pazarlardan gelen ziyaretçi sayılarının büyük oranda düşmesi sektörün bugün temel gündem maddesi. Sektördeki sorunlar üzerine geniş bir çalışma yapan ve bunları açıklayan Emre Hotels CEO'su Mustafa Deliveli, şöyle anlatıyor:

"Kriz yılları hariç son yıllarda 50 milyon ziyaretçi bandını yakalayan Türkiye turizmi, 2019 yılında yurt dışından 51,7 milyon ziyaretçi ağırladı. Bir önceki yıla göre toplam ziyaretçi sayısında yüzde 12,2 oranında artış sağlandı. 2020 yılında Türkiye, yurt dışından 15,9 milyon ziyaretçi ağırladı. Bir önceki yılla kıyasladığımızda yabancı ziyaretçi oranında yüzde 71,7, yerli ziyaretçi oranında yüzde 51,6 düşüşle 2020 yılını toplam yüzde 69,1 kayıpla kapattık. Düşen ziyaretçi sayılarıyla beraber turizm gelirimiz, 2020 yılında bir önceki yıla göre yüzde 65,1 azalarak 12 milyar 59 milyon dolara geriledi. 2021 sezonuna da büyük kayıplarla başladık. TÜİK verilerine göre turizm geliri yılın ilk çeyreğinde bir önceki yılın aynı çeyreğine göre yüzde 40,2 azaldı."

Deliveli, yaşanan gelir kaybının kredi kullanımına da yansıdığını söylüyor ve "Sektörün kredi kullanımı son 1 yılda ikiye katlandı ve 29 milyar TL'ye yükseldi" diyor. Eylül 2020 döneminde yatırım teşvik belgesi iptal edilen konaklama tesisi ve otel projelerinin sayısının da 44'e ulaştığına dikkat çeken Deliveli, "Gelir ve ziyaretçisi sayısı olarak 2020 yılının bir benzerini yaşamamız durumunda birçok otelin kredilerini ödeyemeyeceğini ve iflasların kaçınılmaz olduğunu öngörüyorum" diyor. C

Pratik gurmelerin sağlıklı seçimi

Lezita Aç Ye Izgara Dilimli Piliç Fileto



Lezita

iyi besler bizi

“Liderliğimizi güçlendireceğiz”



AYÇE TARCAN AKSAKAL • aaksakal@capital.com.tr
FOTOĞRAFLAR: GÖKHAN ÇELEBİ



Sütaş, yüzde 20'lik pazar payıyla süt ve süt ürünleri pazarının lideri. Yeni yatırımlarla lider oldukları kategorilerde daha da güçlenmeyi hedeflediklerini söyleyen Sütaş Yönetim Kurulu Başkanı MUHARREM YILMAZ, "Pazarda lider olmadığımız diğer kategorilerde de pazar payımızı artırmak istiyoruz" diyor. Yılmaz, yurt dışında ise Çin ve Pakistan pazarlarına odaklanıyor.

Türkiye'nin en büyük süt üreticilerinden Sütaş, 2020'yi 4,4 milyar TL ciroyla kapattı. Şirket, her gün 2,5 milyon litre süt işleyerek 6,5 milyon paket süt ürünü üretiyor.

Süt ve süt ürünlerinde yüzde 10, markalı ürünler pazarındaysa yüzde 20 ciro payıyla pazarın lideri konumunda. 80 farklı grupta üretim yaptıklarını söyleyen Sütaş Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Yılmaz, Türkiye'de her 10 sofranın 8'inde bir Sütaş ürünü bulunduğunu belirtiyor.

"Çiftlikten Sofralara" olarak adlandırdığı entegre iş modeli sayesinde son 4 yılda cirolarını 2 kattan fazla artırarak 2,1 milyardan 4,4 milyar TL'ye çıkardıklarını açıklayan Yılmaz, yeni yatırımlarla pazardaki liderliklerini güçlendireceklerini ifade ediyor.

Yılmaz, "Hedefimiz, lider olduğumuz kategorilerde liderliğimizi güçlendirmek, diğer kategorilerde de pazar payımızı artırmak" diyor.

15. TÜSİAD Başkanı Yılmaz'ı bugünlerde en çok heyecanlandıransa haziran ayı sonunda açılacak 1 milyar 115 milyon TL'ye mal olacak Bingöl'deki 4'üncü entegre tesis yatırımı. Sütaş'ın bugüne kadar yaptığı en büyük entegre tesis yatırımıyla Bingöl'ün

kaderinin de değişeceğini söyleyen Yılmaz, "Bingöl Türkiye'nin önde gelen bitkisel yem üretimi ve hayvancılık cazibe merkezlerinden biri haline gelecek" diyor.

Yılmaz, yurt dışında ise Pakistan'da büyük bir yatırıma hazırlandıklarını söylüyor.

Sektörü ve Sütaş'ın süt ve süt ürünleri pazarındaki yeni yatırım planlarını Sütaş Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Yılmaz'la konuştuk:

● Nasıl bir yapılanmanız var? Günde ne kadar süt üretiyorsunuz?

■ Aksaray, Karacabey ve Tire'deki 3 entegre tesisimizle her gün 2,5 milyon litre süt işleyerek 6,5 milyon paket süt ürünü üretiyoruz. 80 farklı ürün grubunda üretim yapıyoruz. Toplam 5 bin çalışanımız bulunuyor. İş ortaklarımızla 7 bin kişiye ulaşıyoruz.

● Pazar payınız nedir? Hangi kategorilerde pazar liderisiniz?

■ Süt ve süt ürünlerinde yüzde 10, markalı ürünler pazarındaysa yüzde 20 ciro payıyla lider durumdayız. Ayrıca ayran, peynir ve yoğurt lider marka olduğumuz kategoriler. Diğer kategorilerde de ilk 3'te bulunuyoruz. Hedefimiz lider olduğumuz kategorilerde liderliğimizi güçlendirmek, diğer kategorilerde de pazar payımızı artırmak.

● Son dönemde pazar payı kazanma anlamında en iyi performansı hangi kategorilerde sergilediniz?

■ Ev içi tüketilen ürünlerimizde daha iyi büyüdük. Ağırlıkla ev dışında satılan ürünlerimizde ise küçülmeler yaşadık. Örneğin ayranın ev içinde satılan boylarında büyüme sağlarken, ev dışına hitap edenlerde küçülme gördük. Aynı şey yoğurtta da peynirde de geçerli.

● Son 5 yılda ne kadar büyüdünüz?

■ Organik büyüyen, yatırımlarına durmaksızın devam eden bir grubuz. 5 yıl önce 2,1 milyar TL olan ciromuz 2018'de 3,3 milyar TL'ye, 2019'da 3,9 milyar TL'ye yükseldi. 2020 yılında gerçekleştirdiğimiz iş hacmiyse 4,4 milyar TL ciroya ulaştı.

● Geçen yıl nasıl geçti?

■ 2020'yi pandemi etkisinde geçirdik. Bu dönemde perakende satışlarımızda artışlar olsa da ev dışı kanalı pandemiden çok etkilendi. Yine de pek çok sektöre göre şanslıydık. Yüzde 12,5'lik bir büyüme sağlayabildik. Ancak hala ülkemizde süt ürünlerinde kayıt dışı problemleri ve bunun yol açtığı haksız rekabet koşullarını yaşıyoruz. Haksız rekabetin önlenmesiyle markalı ve kayıt altına alınan ürünlerin pazardaki payının hızla artacağına inanıyorum.

● Bu yıl için büyüme hedefiniz nedir?

■ 2021'de büyümeye devam edeceğimizi öngörüyorum. Yavaş yavaş Bingöl'deki 4'üncü entegre tesisimizin devreye girmesiyle yüzde 20'nin üzerinde bir büyüme gerçekleştirebileceğimizi umuyorum. Bu, biraz da pandeminin gidişatına bağlı.



SÜTAŞ'IN AJANDASI

1. 5 yılda ciromuz 2,1 milyar TL'den 2020 yılında 4,4 milyar TL'ye ulaştı.
2. 2020'de yüzde 12,5'lik bir büyüme sağlayabildik.
3. 2021'de Bingöl'deki tesisimizin devreye girmesiyle yüzde 20'nin üzerinde büyürüz.
4. Bingöl süt ürünleri tesisimiz, bize 1.000 tonluk ilave bir kapasite artışı getiriyor.
5. Pakistan'ın en büyük grubuyla orada ortak bir yatırımın hazırlıklarını sürdürüyoruz.
6. 28 ülkeye ihracatımız sürüyor.
7. Çin pazarına ihracata başladık. Düzenli ve kalıcı ticaret için çalışıyoruz.

TRENDLER HIZLANDI

Pandemi geleceği baştan yaratmıyor. Halihazırda mevcut olan trendleri hızlandırıyor. Şu dönemde çokça konuştuğumuz konular pandemiyle doğan bir trend değil, pandemi etkisiyle ilerleyişi hızlanan konular oldu.

TEDARİK ZİNCİRİ

Tedarik zinciri entegrasyonu önem kazanıyor. Tedarik zincirini, sürekliliği garanti altına alacak ve verimliliği artıracak şekilde geliştirmeye ihtiyacımız var. Örneğin tarım-gıda tedarik zincirinde ortalama kayıp oranı yaklaşık 3'te 1 seviyesinde. Bu seviyeleri sürdüremeyiz. Dijital teknolojilerden yararlanmanın önemini hep birlikte gördük.

"5 YILLIK MESAFEYİ KAT ETTİK"

KOLAY BULUNABİLİRLİK

McKinsey'nin son verilerine göre, tüketiciler ve iş dünyası olarak dijitalleşme konusunda, 5 yılda alınabilecek mesafeyi kat ettik. Kolay bulunabilirlik, etkili ve verimli şekilde tüketiciye ulaşım kabiliyeti geliştirmeye ihtiyacımız var. Tüketicinin evine kadar gitmeye hazır olmalıyız.

ÇEVRE ETKİSİ

Kaynak kullanımı, kullanım verimliliği ve çevreye etkiyi her gün daha fazla düşünmek zorundayız. Şirketlerin çevreye etkilerinin sorumluluğunu üstlenmesi ve buna yönelik çözümler geliştirmesi, tüketici beklentileri arasına girdi. Şirketlerin amacı, artık salt kârlılıktan öte olmalı. Şirketler sosyal ve çevresel boyutu da iyi düşünmeli.

● Pandemi sektörü nasıl etkiledi?

■ Pandemi döneminde tüketicinin ilk tepkisi, gıda güvencesi refleksi oldu. Yeterli gıdaya ulaşamama kaygısıyla stok yaptı, kendini garanti altına almaya çalıştı. İlk günlerin paniği kısa sürede atlatılarak güven sağlanınca da gıdanın güvenilirliği gündeme geldi.

Süt sektörünün pandemi döneminde üzerine düşeni yaptığını düşünüyorum. Süt ürünlerinde hiçbir arz sıkıntısı yaşanmadı. Gerek süt üretimi gerek süt ürünlerinin tüketicilere ulaştırılması hususlarında başarılı bir sınav verildi. Üretici de sanayi de özveriyle davrandı, maliyet artışları fiyatlara yansıtılmadı.

● Tüketici trendleri nasıl değişti?

■ Sağlıklı beslenme ihtiyacı arttı, gıda tercihleri daha sağlıklı, besleyici, hijyenik ürünlere doğru kaydı. Süt ve süt ürünleri bu dönemde hızlı tüketim sektörü ve gıda ortalamasından daha fazla büyüdü. Ayrıca üretim süreci ve üreticiyle ilgili şeffaflık ve güven arayışımız arttı.

Açık süt oranının bu dönemde düştüğünü gördük. Tüketicinin dikkati biraz fiyattan gıda güvenilirliğine doğru dönünce ve gıda güvenliği konusunu romantik tercihlerden uzaklaşarak, daha rasyonel bir şekilde değerlendirmeye başlayınca, büyük güvenilir markalara doğru yönelme oldu. Tüketicinin sosyal mesafe ve güvenlik beklentileriyle gıda alışverişinde ilk defa online alışveriş bir ihtiyaç ve öncelik haline geldi. Biz de bu dönemde 4 yıldır devam ettiğimiz e-ticaret kanalımız Sutas.market'i hızla geliştirdik. Ayrıca değişen tüketici alışkanlıkları ve ihtiyaçlarına göre pazarı takip edip hızla yeni ürünler ekledik. Pandemi dönemi ürün geliştirmeye ve yeni ürünlere önem verdiğimiz bir dönem oldu.

● Bingöl'deki yatırımınız ne durumda?

28 ÜLKE

Yurt dışının şimdilik toplam büyüklüğümüz içindeki payı yüzde 5'le sınırlı. Pandemi döneminde özellikle ev dışı ve endüstriyel ürünlerde dünya ticareti çok yavaşladı. Ancak bizim 28 ülkeye düzenli ihracatımız devam etti. Yıl ortasında Çin pazarına yönelik ihracat engellerinin kalkması ve ihracatın serbestleşmesiyle Türkiye'den Çin'e yönelik ilk ihracatı haziran ayında gerçekleştirdik. Çin pazarında hem perakende hem ev dışı kanalda düzenli ve kalıcı ticareti oluşturmak üzere çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

"ÇİN PAZARINA ODAKLANDIK"

"SORUMLUYUZ"

İhracat açısından baktığımızda Türkiye'nin hem şansı hem sorumluluğu olduğunu düşünüyorum. Sadece ülkenin değil, bölgenin sütçüsü olma yükümlülüğümüz var. Komşularımız süt tedarikini kendi doğal koşulları içerisinde karşılama olanağına sahip değil. Bizim doğal kaynaklarımız ve kabiliyetimiz, bölgenin ihtiyacını hatta bu sınırların ötesini karşılama potansiyeli veriyor. Bingöl entegre tesisimizin ihracatımız açısından önemli bir katkı oluşturmasını hedefliyoruz.

■ Oradaki çiftliklerimizde büyükbaş hayvan sayımız 4 bini aştı. Doğumlar ve süt üretimi de başladı. İki yıldır bölgede deneme olarak sözleşmeli yem bitkileri üretimi yaptırıyoruz. Deneme üretimlerinden üreticilerimize 2020 yılında 4,3 milyon TL ödeme yaptık.

● Şimdiye kadar Bingöl'e ne kadar yatırım yaptınız? Tesis ne zaman açılacak?

■ Bingöl'e 750 milyon TL harcadık. Süt ve yem fabrikalarında üretim haziran sonunda tesisin açılmasıyla başlayacak. Tam kapasiteye ulaştığında, 1.012 kişiye doğrudan istihdam sağlayacağız.

● Neden Bingöl'e odaklandınız?



TALEBİN YÖNÜ NASIL DEĞİŞTİ?

SAĞLIKLI ÜRÜNLER
Güvenilir ve sağlıklı ürünlere yönelme görüyoruz. Ambalajlı gıdaya yönelme bunun bir boyutu. Öte yandan ev dışı tüketim azaldığı için ev dışı ürünlerle sokakta tüketilen atıştırmalık ürünler küçüldü.

KEYİF VE LEZZET
Evde yemek yapma sıklığı ve oranı arttığı için hane tüketim ürünleri ve yemek yardımcısı olan ürünlere talep arttı. Ayrıca keyif lezzet ürünleri dediğimiz, peynir çeşitlerinde artışlar oldu.

DENGELİ BESLENME
Süt ürünlerinin, sağlıklı ve dengeli beslenmede en önde gelen seçenek olduğu, bu dönemde bir kez daha ortaya çıktı. Tüketicilerin süt ürünlerine taleplerinin arttığını ve bu ürünlerde güvenilir bulduğu markaları tercih ettiklerini görüyoruz.

■ Bingöl tesislerimiz bizim için olduğu kadar bölge için de Türkiye için de önemli bir yatırım.

"Çiftlikten Sofralara" iş modelimizle hayata geçirdiğimiz Karacabey, Aksaray ve Tire entegre tesislerimiz, kendi bölgelerinde yarattıkları ekonomik ve sosyal etkilerle bölgelerinin kalkınmasına önemli katkılarda bulunan başarılı örnekler haline geldi ve bu bize modelimizi çoklamak ve yatırımlarımıza devam etmekle ilgili cesaret verdi. Bu örneklerden edindiğimiz bilgi, tecrübe ve destekle Bingöl'de 4'üncü entegre tesis yatırımımıza başladık. Toplam 1 milyar 115 milyon TL'ye mal olacak yatırımın ilk etabını, 3 bin 200 dekar büyüklüğünde arazide gerçekleştiriyoruz. Arazinin yarısı tesisler için kullanılırken diğer yarısı da yem bitkileri üretimi ve mera olarak değerlendirilecek.

● Entegre tesiste neler olacak?

■ Süt fabrikası, yem fabrikası, çiftlikler, enerji ve gübre tesisleri hepsi bir arada olacak. Güzel bir entegrasyon ve sürdürülebilirlik örneği oluştu. Ayrıca eğitim merkezinde süt hayvancılığı yatırımı yapmak isteyen yatırımcılara, yatırımlarını büyütmek isteyen üreticilere ve genç girişimcilere ücretsiz hayvancılık eğitimi vereceğiz. Günlük 600 ton kapasiteli yem fabrikası ise hem çiftliklerimizdeki ineklerin hem bölgenin yem ihtiyacını karşılayacak.

Biogaz tesisimizdeyse sıcak su, buhar ve tesislerimizin ihtiyacını karşılayacak elektriği üreteceğiz.

● Yatırım bittiğinde bölgeye katkısı ne olacak?

■ Yatırımımızın bölgede yılda 1 milyar 554 milyon TL hayvancılık hasılası ve 905 milyon TL bitkisel üretim hasılası oluşturacağını öngörüyoruz. Prof. Dr. Erinç Yeldan ve Bölgesel Kalkınma Uzmanı Kamil Taşcı'nın raporuna göre 2033'te Bingöl'ün GSYH'sinin yüzde 61'ine denk gelen 1,3 milyar dolarlık kısmı, Sütaş'ın doğrudan ve dolaylı etkileri sonucunda oluşacak. Bingöl, Türkiye'de fert başı gelir açısından 73'üncü sıradan 38'inci sıraya yükselecek. Yine Sütaş'ın oluşturacağı 1 kişilik istihdam, bölgede 8 kişilik ilave istihdam oluşturacak.

● Yeni yatırım Sütaş'ı nereye taşıyacak?

■ Öncelikle Bingöl süt ürünleri tesisimiz bize 1.000 tonluk ilave bir kapasite artışı getiriyor. Türkiye'nin her yerinde, ürünlerimizi en fazla 8 saat içinde satış noktalarında tüketicilerle buluşturabilecek organizasyona kavuşmuş oluyoruz. Ayrıca ihracatımız için önemli bir katkı oluşturacak. Bingöl'deki tesisimiz sayesinde doğu ve güneydoğu komşularımıza daha fazla yaklaşacağız.

● Yurt dışında yatırım planlıyor musunuz?

■ Yurt dışında Balkanlar'daki ve Avrupa ülkelerindeki tüketicilerimize erişmemizde bir köprü niteliği gören Üsküp tesisimiz önemli bir işlev görüyor. Makedonya, Kosova, Arnavutluk pazarlarına da bu tesislerimizden Sütaş ve Yovita markalarıyla ulaşıyoruz.

Balkanlar'daki yatırımlarımızın yanı sıra şu anda Pakistan'da süt sektöründe büyük bir potansiyel olduğunu biliyoruz ve Pakistan'ın en büyük grubuyla orada ortak bir yatırım yapıyor, bunun hazırlıklarını sürdürüyoruz. C

AKARYAKIT SEKTÖRÜNDE EN HIZLI BÜYÜYEN MARKA TÜRKİYE PETROLLERİ

Türkiye Petrolleri, 2020 EPDK verilerine göre, benzin ve motorin satışlarında Türkiye'nin en hızlı büyüyen akaryakıt şirketi oldu.

Bizi tercih eden müşteri ve bayilerimize teşekkür ederiz.



TÜRKİYE PETROLLERİ

ENERJİK
BAKIŞ

Sağlıklı yaşam



MEHMET ÖĞÜTÇÜ

m.ogutcu@globalresourcespartnership.com

"Vücut enerjisini gereksiz yerlerden tasarruf edip ihtiyaç duyulan organlara göndermek sağlıklı beslenmeyle mümkün."

Ömrünün önemli bir kısmını enerji dünyasına vakfetmiş birisi olarak "Vücut enerjisinin yüzde 60'ının sindirim sistemi tarafından emildiğini" öğrenmek benim için yılın uyanışı oldu. Bunun anlamı şu: "Az yiyerek, mümkünse bir süre oruç tutarak, her daim sindirimi zor ağır gıdalardan uzak durarak sindirim sisteminin çalışmasını yavaşlatabilir, açığa çıkan enerjiyi başta beyin olmak üzere başka organlarımıza aktarabiliriz." Aynen enerji verimliliğinde olduğu gibi vücut enerjisini gereksiz yerlerden tasarruf edip en çok ihtiyaç duyulan organlara göndermek ve bunu bilinçli, sistematik şekilde yapmak önem taşıyor. Bu konularda sohbet edilecek ilk isim, bence doğru yolu kendisinin 2003'te başlayan bir uyanışla 18 yılda bulabildiğini söyleyen Ersin Pamuksüzer... Kurduğu LifeCo detoks merkezleri dünyanın en iyileri arasında. Pamuksüzer'le yaptığım sohbeti sizlerle de paylaşmak istedim:

- 46 yasında emekli ettim kendimi, sağlıklı yaşamı bilinçle uygulamayı Koh Samui adasında bir programda öğrendim. Başarılı bir iş adamı olmaya çalışırken yemeği çiğnemeyi, doğru yürümeyi, nefes almayı yeterince bilmediğimi orada fark ettim.
- Sonra yaşamımı hep kendime göre planladım. Her gün kendime 4 saat bakım zamanı ayırıyorum. Vücut doğayla uyum ve denge içinde olmalı.
- Fiziki ve zihinsel zehirlenmelere açığız hep. Vücut, önlem almazsanız kendi kendine sürekli zehir biriktiriyor. Aslında yavaş yavaş ölüyoruz.
- Eskiden evlere, iş yerlerine genellikle yürüyerek gidilirdi, yollarda yeni tanıştığımız insan sayısı bir elin parmaklarını geçmezdi. Bugün binlerce insanın negatif enerjisi bize siniyor. İlişkilerde ötekileştirme, taraf tutma, kendi doğrularına aşık olma durumları yaşanıyor.
- Bugün yüzde 95 sahte, yüzde 5 hakiki gıda ürünleriyle besleniyoruz. Ocak ayında yediğiniz domates gerçek olamaz.
- İyi yaşamaya 100 puan verirsek, çoğu insan ne yazık ki 20'de yaşıyor. İyi yaşamın farkında bile olmadan göçüp gidiyor. İki kat merdiven çıkınca nefes nefese kalıyorsanız, günde 1 saat bile keyifli vakit geçiremiyorsanız, sürekli kilodan şikayet ediyorsanız, hangi yüzde içinde yer aldığınıza siz karar verin.
- Aslında vücudun mükemmel bir yaşam ve hataları ortadan kaldıran bir doğal tahliye sistemi var. Yüzde 70 sağlıklı, yüzde 30 zehirli yaşama alışkın. Ama bu oran çoğu zaman tersine dönüyor. O zaman da vücut tıkanıyor, pes ediyor.

Peki ne yapmak gerekiyor?

National Geographic dergisi, 5 yıllık çalışmanın sonrasında ortalama 100 yaşının üzerinde uzun ve sağlıklı yaşayan toplulukların bulunduğu 'Blue Zone' bölgelerini belirleyerek yayınladı.

Bunların ortak özellikleri şöyle: Doğal hareketlilik, sebze ağırlıklı beslenme, amaca yönelik yaşam, aile ve iyi arkadaşlar, rahatlamaya önem vermek…

Pamuksüzer, bunlara bir de şunu ekliyor: "Şükretmeyi, affetmeyi bilmek de gerekiyor, tabii ki."

İş insanlarına neler tavsiye ettiğini de sordum: "Hayatınızın mevcut halinin fotoğrafını çekip bir düşünce haritası çıkarılmalı, sonra da ne yapmayı istediğinizi, neler hayal ettiğinizi boş bir kağıda yazmalı" diyor. Buradaki sır, ikisi arasındaki dengeyi kurmak, hangisinin yerine neyi koyacağınızın muhasebesini yaparak hayata devam etmek.

İlginç başka bir tavsiyesi daha var Pamuksüzer, son iki yıldır kaybetmeyi öğreniyormuş. Hep kazanmaya odaklı hayatımızda ilişkiyi, parayı, zamanı, dostları kaybetmeyi de bilmeli, onlara hazırlıklı olmalıyız.

BASF
We create chemistry

BASF Türkiye İnovasyon Merkezi

BASF'nin Türkiye'de bulunan ve bir çok endüstriyel sektöre çözüm sağlayan uygulama laboratuvarları, İnovasyon Merkezi çatısı altında bir araya gelerek, Teknopark İstanbul yerleşkesinde faaliyete geçti.

Merkezde, BASF'nin global bilgi birikimi ve yerel yetkinlikleri bir araya getiriliyor, Türkiye coğrafyasının özellikleri gözetilerek müşterilere özel çözümler oluşturuluyor.

Sürdürülebilir bir gelecek için kimya yaratıyoruz.

Farklı iş birimleri ve dijital çözümler tek çatı altında

- Tohum çözümleri
- Otomotiv tamir boyaları
- Gıda çözümleri
- Mühendislik plastikleri ve poliüretan
- İnşaat ve endüstriyel boyalar
- Evsel bakım ve endüstriyel temizlik
- Bebek bakımı
- Kişisel bakım
- Dijital çözümler



Hemen her sektörde daha çevreci, sağlıklı, ekonomik ve fonksiyonel ürünlere kayış yaşanıyor. Gıdada organik ve vegan ürün pazarı hızla büyürken mobilyada oturma grubu, aksesuar ve yatak ürünlerinin satışı artıyor. Gayrimenkulde talep az katlı, bahçeli konutlara kayarken beyaz eşyada derin dondurucu satışları yükselişte. Evde geçirilen sürenin artmasıyla küçük ev aletleri satışlarının da 3 katına çıkması bekleniyor.

KAYIŞ HANGİ ALANA?



AYÇE TARCAN AKSAKAL
aaksakal@capital.com.tr

Pandemiyle müşterilerin marka algısı ve tüketim alışkanlıkları dönüşüme uğradı. Hemen her sektörde tüketici talebinde önemli değişimler yaşanıyor.

Metro Türkiye'nin verilerine göre son 3 ayda pandemiden önceki aynı döneme göre organik ürün talebi yüzde 34, bitkisel bazlı vegan ürünlere olan talep ise yaklaşık 3 kat arttı. Ülker Bisküvi CEO'su Mete Buyurgan, atıştırmalık pazarında tekli ürünlerden paylaşımlı ürüne kayış yaşandığını belirterek bu ürünlere olan talebin devam edeceğini söylüyor.

Bilişim pazarında, uzaktan çalışma ve online eğitimin yaygınlaşmasıyla video konferans platformlarıyla güvenlik yazılımları ve bulut kullanımında artış yaşanıyor. Pandemi öncesi Türkiye'de Microsoft Teams kullanımı 100 binin altındayken geçtiğimiz ocak ayında 1,5 milyonu geçti. Teams üzerinden yapılan toplantılar 75 milyondan 120 milyona yükseldi. Gayrimenkulde, çok katlıdan az katlı yapılara kayış yaşanırken süt pazarında fonksiyonel ürünler, mobilyada ise oturma grubu, aksesuar ve yatak ürünleri satışı artıyor.

SAĞLIKLI ÜRÜNLER YÜKSELİŞTE

Pandemiyle doğal kaynak kullanımına daha fazla dikkat çekilmesi gıda pazarında alternatif proteine duyulan

Talebin yönü nasıl değişiyor?

Şirket	Sektör	Kayış hangi alana?	Potansiyel
Armada Foods	Gıda	Sağlıklı protein	Cirodaki payı yüzde 50 oldu. Bunun yüzde 50'yi geçmesi bekleniyor.
Biotrend Enerji	Enerji	Yenilenebilir enerji	2021 sonuna kadar kapasite yatırımları 2 katına yakın artacak.
Boğaziçi Dağıtım	Elektronik	Kişisel bakım, robot ve dikey süpürge	Son 1 yılda yüzde 100'ün üzerinde büyüdü, büyüme trendi devam edecek.
BSH	Beyaz eşya	Derin dondurucu, küçük ev aletleri	Küçük ev aletleri pazarı 3 katına çıkacak. Derin dondurucu talebi artacak.
Doğanlar Yat. Hold.	Mobilya	Yatak, koltuk grubu	Toplam satışlardaki payı yüzde 50'den 60'a yükselecek.
Eker	Süt ve süt ürünleri	Probiyotik ürünler	1 yılda ürün sayısı 3 katına çıktı. Ürün sayısı çeşitlenerek artacak.
İndeks Bilgisayar	Bilişim	Dizüstü bilgisayar, tablet, akıllı telefon	Bu pazarlarda çift haneli büyümeye devam edecek.
Mercedes-Benz Türk	Otomotiv	Ağır ticari araç, çekici	Ağır ticaride yüzde 100, çekicide yüzde 200'ün üzerinde büyüme bekleniyor.
Mesa	Gayrimenkul	Bahçeli, az katlı konut	Yüzde 50 oranındaki büyüme devam edecek. Az katlı proje sayısı artacak.
Metro Türkiye	Perakende	Bitkisel bazlı vegan ürün	1 yılda vegan ürün talebi 3 kat arttı. Cirodaki pay daha da artacak.
Microsoft	Bilişim	Bulut yazılım, video konferans platformu	Video konferans kullanımı bir yılda 2 kat, yazılım talebi yüzde 40 arttı.
Özyurtlar	Gayrimenkul	Az katlı, bol yeşil alanlı konut	Toplam satış içindeki payı yüzde 20. Bu oran yüzde 50'ye çıkabilir.
Pınar Süt	Süt ve süt ürünleri	Fonksiyonel süt ürünleri	Pazar payı toplam süt ürünleri pazarının yüzde 5'ine ulaşacak.
Polisan	Boya	Antibakteriyel, antiviral ürün	Bir önceki yıla göre yüzde 45 büyüdü, bu oran yüzde 50'yi geçecek.
Ülker Bisküvi	Atıştırmalık	Paylaşımlı ürün grubu	Atıştırmalıkların pazar payı yüzde 37'ye yükseldi, liderlik devam edecek.
Yeşim Grup	Hazır giyim	Spor, organik ve geri dönüşümlü ürünler	3 yıl daha hızlı büyüme devam edecek. Talep 2 katına çıkacak.
Yünsa	Tekstil	Rahat, esnek, casual kumaş	Yeni ürün grubuyla kârlılık 2 katına çıktı. Ciroda yeni ürün payı artacak.

Not: Şirketler alfabetik olarak sıralanmıştır.

ihtiyacı gündeme getiriyor. Metro Türkiye Satın almadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Deniz Alkaç, bitki bazlı proteinlerin üretiminde, hayvansal proteinlerin üretimine oranla daha az kaynak kullanılmasının pandemi sonrası bitki bazlı beslenme eğilimini artırdığını belirtiyor.

Çevresel hassasiyetler ve hayvan refahını koruma nedeniyle vegan yaşam biçimini tercih edenlerin sayısının giderek arttığını söyleyen yönetici, pazardaki bu trendin geçici değil kalıcı olacağına inanıyor.

Alkaç, "2021 sonuna kadar tüm ürün kategorilerimizde vegan ürünler bulundurmayı ve organik ürünlerin sayısını artırmayı hedefliyoruz. Bu da doğal olarak bu ürünlerin ciro ve satış içindeki payını önümüzdeki yıllarda daha da yükseltecek" diyor.


DENİZ ALKAÇ

Sağlıklı protein kaynaklarına yönelimin hızlandığını belirten Armada Foods Genel Müdürü Zahit Çetin, 2020'de bulgur, nohut ve mercimek satışlarının yüzde 73 arttığını söylüyor. Bulgur, nohut ve mercimek gibi ürünlerin ev yemekleri menüsündeki yerini sağlamlaştırdığını belirten Çetin, "Bunların toplam satış içindeki payı yüzde 50'yi geçti. Bu yıl da bu ürünlerin cirodaki payı yüzde 50 civarında olacak. Talepteki artışı karşılamak için organik tesis yatırımını devreye aldık" diyor. Yeni alanlara kayışın kalıcı olacağına ve hayvansal gıdaların sepet içindeki payının azalacağına dikkat çeken Çetin, ürün gamının bitki bazlı ürünlere kayacağını vurguluyor ve "Sektöre yapılan yatırımlar çığ gibi büyüyor" diye konuşuyor.



KAYIŞIN NEDENLERİ

CEO ve iş insanlarına göre son bir yılda talepteki değişimin en önemli nedenlerinden biri evde geçirilen zamanın artması. Evde kalmanın yoğunlaştığı bu dönemde tüketicilerin mutfağı, beyaz eşyayı, mobilyayı ve ev tipi bilişim ürünlerini yeniden keşfettiği görülüyor.

Evlerde geçirilen zamanın uzamasıyla mobilya sektörünün bu dönemi büyüyerek geçirdiğini söyleyen Doğanlar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Davut Doğan, pandemiyle oturma grubu ve aksesuar talebinin arttığını belirtiyor. Doğan, sağlıklı uyku ve hijyenin de önem kazandığını vurgulayarak "Yıkanabilir petli yataklar, özel hijyenik kumaş kullanımları, kapsül teknolojisi kullanılarak uykuda enzimlerinizi yenileyen yataklarımız büyük ilgi gördü" diyor.

Beyaz eşya pazarında ise uzun süreli gıda depolamak için artan derin dondurucu ihtiyacı ön plana çıkmış durumda. BSH Türkiye CEO'su Gökhan Sığın, tüketicinin hijyen ve temizlik odağının artmasıyla bulaşık, çamaşır, kurutma makinesi ve süpürgenin kullanımının da sıklaştığını belirtiyor.

Evde yaşam ve çalışma ev tipi bilişim ürünleri talebini de artırıyor. Bu ürünlerin satışının 2020'de bir önceki yıla göre yüzde 85 arttığını söyleyen Boğaziçi Dağıtım Yönetici Ortağı Gürkan Şengil, "Kulaklık, taşınabilir bilgisayar, tablet ve çevre birimlerinde yüzde 90'ın üzerinde büyümeler gözlemledik" diyor. Kişisel bakım, robot ve dikey süpürge, hava temizleme cihazlarının satışının da bir önceki yıla oranla yüzde 100'ün üzerinde büyüdüğünü belirten Şengil, önümüzdeki dönemde bu kategorilerdeki talep artışının devam edeceğini söylüyor.

NE KADAR ARTTI?

Karantinalar nedeniyle evde daha çok vakit geçiriyor olmak tüketicileri evlerini daha konforlu ve keyifli bir hale getirmeye yöneltiyor. Evden çalışmanın artmasıyla tadilatların hızlandığını söyleyen Polisan Kansai Boya Pazarlama ve Kanal

"YENİ KANAL STRATEJİLERİ OLUŞTURUYORUZ"

GÖKHAN SIĞIN / BSH TÜRKİYE CEO'SU



DİJİTAL ETKİLEŞİM HIZLANDI

Dijital etkileşimin hızlanmasıyla 4-5 yılda kat edilmesi öngörülen yol 6 ayda hızla geçildi. Bu geçişin etkisini hem kanalların yeniden yapılaşmasında hem çoğu sektörde tüketiciye ulaşma noktalarında hissediyoruz. Dijital etkileşimin hızlanmasıyla doğrudan tüketiciye ulaşılan kanal stratejileri gündemimizin en üst sırasında yer alıyor.

DEĞİŞİM KALICI OLACAK

Bu dönemin yeni müşterileri, kalıcı davranış değişiklikleriyle sisteme dahil oldu. Online alışverişe yatkın, hijyen beklentisi yüksek ve sağlıklı yaşam tarzını bir yaşam standardı haline getirmiş tüketiciler artık daha büyük bir segment oldu. Pandemiyle küçük ev aletlerinde önümüzdeki dönemde büyümenin 3 kata kadar çıkacağını öngörüyoruz.

"FONKSİYONEL ÜRÜN PAZARI BÜYÜYOR"

GÜRKAN HEKİMOĞLU / PINAR SÜT GENEL MÜDÜRÜ



"DİNAMİKLER DEĞİŞİYOR"

Pandemiden önce de artış eğiliminde olan sağlıklı yaşam trendiyle fonksiyonel süt pazarı gelişimini hızlandırdı. 2020'de tonajda süt kategorisinin yüzde 2,8'ini, yoğurt pazarının ise yüzde 1,1'ini oluşturan yetişkin fonksiyonel ürünler, henüz yüksek pazar paylarına sahip olmasa da yıllık çift haneli büyüme oranlarıyla pazar dinamiklerinin değiştiğini gösteriyor.

"YÜZDE 5'E ULAŞIR"

Fonksiyonel ürünlerin hayatımızda daha fazla yer alacağı öngörüsüyle fonksiyonel süt ve süt ürünlerinin 3 yıl sonra toplam pazar içindeki payının yüzde 5 seviyelerine ulaşabileceğini öngörüyoruz.

TREND KALICI OLACAK

Sağlıklı yaşam trendine uygun ürünler geliştirmenin sonraki yıllarda da önemli olacağını düşünüyoruz. Bu alanda ise pazarda inovasyon gücü yüksek markalar tercih sebebi olacak.

Strateji Direktörü Nur Azade Yazgan, bu durumun dekoratif ve anti bakteriyel boya talebini artırdığını belirtiyor.

2020'de antibakteriyel ürün satışlarının bir önceki yıla göre yüzde 45 büyüdüğünü belirten Yazgan, "Evde yeni uğraşlar edinme isteği de hobi boyalarına olan talebi artırdı" diyor.

Evden adım attığımız anda dış dünyayla aramıza koyduğumuz 1,5-2 metrelik mesafe, hijyen ve korunaklı kalabilme duygusu da otomotiv sektöründe tüketim eğilimlerini değiştiriyor.

Mart 2020'den bu yana sıfır otomobil satışlarında ciddi yükselişlere ve neredeyse her ay kırılan rekorlara şahit olunduğunu ifade eden Arabam.com Pazarlama Direktörü Dr. Naim Çetintürk, "2021 Ocak ve Şubat ayları önceki döneme göre yaklaşık yüzde 20-40, 2021 Mart ayı ise geçtiğimiz yıla göre yüzde 90'lık muazzam bir satış artışı getirdi" diyor.

İkinci el araçlarda da hem talep hem sirkülasyonun artığını söyleyen Çetintürk, özellikle daha erişilebilir olan 100 bin TL ve altı araçlara olan talebin arttığına dikkat çekiyor.

Sadece binek araçlarda değil pandeminin başlamasıyla hemen her ülkede otomotiv pazarı daralırken Türkiye ağır ticari araç pazarı ise bu anlamda ayrışarak büyüyen sayılı iç pazarlardan biri oldu. Ağır ticari araç segmentinde, seyahat kısıtlamaları nedeniyle şehirlerarası otobüs grubu daha çok etkilenirken, günlük hayatın devamlılığını sağlayan tedarik zincirinin en önemli yapı taşı olan kamyon hareketliliğinde ise özellikle yurt içi faaliyet gösterenlerde azalma olmadı.

Mercedes-Benz Türk İcra Kurulu Başkanı Süer Sülün, "Kamyon pazarı 2020'yi 2019'a göre yüzde 112, şehirlerarası otobüs pazarı ise yüzde 80 artışla tamamlandı" diyor.

"ERTELENEN TALEP SİPARİŞE DÖNDÜ"

SÜER SÜLÜN / MERCEDES-BENZ TÜRK İCRA KURULU BAŞKANI



LOJİSTİK İHTİYACI

Kamyon ürün grubunda 2021, ertelenen taleplerin siparişe döndüğü, ihraç ettiğimiz araç sayılarında geçmiş yıllara göre artış gözlemlediğimiz bir dönem oldu. Ticari faaliyetlerdeki hareketliliğin lojistik ihtiyacını artırmasıyla kamyon üretimi geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 105 arttı.

FİLO YENİLEME YATIRIMI

2020 ve 2021 yıllarında ağır ticari araç pazarındaki satışların çoğu son 4 yıldır daralan pazarın etkisiyle araç parkı yaşlanan filoların araç yenileme ihtiyaçlarının yüksek olmasından kaynaklandı. Devletin kredi teşvikleri de pazarın büyümesinde önemli bir etken oldu. Özellikle çekici pazarının çok daha fazla artış gösterdiğini gözlemledik.

AYNI KALACAK

Bu yıl pazardaki talebin aynı şekilde devam edeceğini öngörüyoruz. Araç parkı yaşlanan filoların araç yenileme ihtiyaçlarını öngörüp üretimini buna göre adapte eden ve model karışımını pazarın talebi yönünde revize etmiş olan firmaların avantaj sağlayacağını düşünüyoruz.



ŞENOL ŞANKAYA



BANU SÜREK

DEĞİŞİM KALICI OLACAK

CEO ve iş insanları pek çok sektörde gözlenen yeni alanlara kayışın süreklilik arz edeceğini ve buna ayak uyduramayan şirketlerin zorlanacağını belirtiyor. Bu şekilde düşünenlerden biri de Yeşim Grup CEO'su Şenol Şankaya. Talepteki değişim ve dönüşüm dalgasına göğüs geremeyen şirketlerin ayakta kalmasının son derece zor olacağını belirten iş insanı, pandemi sonrası hazır giyimde spor giyim ürün talebiyle geri dönüşümlü ve organik ürün talebinin ciddi oranda arttığını söylüyor.

Evden çalışma düzeninin uzun yıllar devam edeceğini ve buna bağlı olarak spor giyimin popülaritesini 3 yıl daha koruyacağını ifade eden Şankaya, şöyle konuşuyor: "Eskiden tek bir modelden binlerce adet sipariş geçilirken, yakın gelecekte baskılarla çeşitlendirilmiş daha kişisel ürünler halinde daha küçük adetlerle siparişler gündeme gelecek. Ayrıca gelecekte özellikle geridönüşümlü ürün talebinde artışların daha da artacağını düşünüyoruz."

BİLFEN
OKULLARI

ONLINE EĞİTİMDE DE SINIR TANIMIYOR!

İz bırakan, fark yaratan
öğrenciler yetiştirmeye
devam ediyor.



Sanal sınıf sayısı
27.401

Online ders sayısı
2.791.421

Offline içerik sayısı
23.264

Online ders süresi
83.742.630
(dakika)

Online sınav soru sayısı
16.938.882

Online sınav süresi
45.201.648
(dakika)

Platforma gelen istek sayısı
118.066.811

www.**bilfen**.com

Tabloda kullanılan sayısal değerler,
16 Mart 2020 - 17 Mayıs 2021 tarihleri arasını kapsamaktadır.

İndeks Bilgisayar Genel Müdürü Banu Sürek de teknoloji sektöründe mobilite eksenli ürün ve altyapı hizmetlerine talebin artarak devam edeceğini söylüyor. 2020'yi evde uzaktan erişimi sağlamak için elzem uç ürünlerin talebinde yaşanan satış patlamasıyla yüzde 93'lük büyüme ve 10,3 milyar TL'lik konsolide ciroyla kapattıklarını belirten Sürek, "Mobilite çözümlerine yatırım yapmayan teknoloji markaları büyüme ve bir süre sonra sektörde kendilerine yer edinme konusunda önemli sıkıntılar yaşayacak" diyor. Sürek, 2021 ve sonrasında bilişim sektöründe büyümenin başta kişisel bilgisayarlar olmak üzere oyun bilgisayarları, IOT, robotlar, otonom araçlar, akıllı cihazlar, giyilebilir teknolojiler ve yapay zekâ ürünlerinde de devam edeceğini söylüyor.

GELECEK PLANLARI

Pek çok şirkette talepteki kayma Ar-Ge, yatırım ve tedarik planlarında değişikliklere neden oluyor. Tüketici ihtiyaçlarının belirlenmesi için Ar-Ge ve pazar araştırması departmanları düzenli trend takibi yaparken potansiyel gördükleri alanlarda uygun hedef kitleye yönelik yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine odaklanıyorlar.

Dedeman Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rıfat Dedeman, turizmde butik hizmet veren otellere kayış olduğunu belirterek bu nedenle turizm sektöründe kişiselleştirilmiş butik hizmetlere yatırım yaptıklarını söylüyor. Dedeman, "Bunun ilk ayağı teknolojik yetkinliklerimizi geliştirmek olacak" diye konuşuyor.

Tüketicilerin fonksiyonel gıdalara olan talebinin arttığını belirten Eker Süt Ürünleri Genel Müdür Yardımcısı Nevra Eker de tüketicilerin sağlıklı beslenme doğrultusundaki talebini probiyotik ürün gamını büyüterek karşıladıklarını anlatıyor. Bilinçli beslenme trendinin tüketiciler arasında giderek daha da yaygınlaşacağını söyleyen Eker, "Probiyotik grubumuzdaki ürün sayımızı 4'ten 12'ye çıkardık" diyor ve ekliyor: "Önümüzdeki dönemde, probiyotik ürün ailemizi geliştirmeye devam edeceğiz."

Gayrimenkul sektöründe de yatırımcıların az katlı, geniş, yeşil alanlı projelere yönelmesiyle yeni projeler bu doğrultuda hazırlanıyor. Sektörde talep artışı gerçekleşen bahçeli, balkonlu ve geniş yeşil alanlı konutların payının yüzde 20'den 50'lilere çıkacağını belirten Özyurtlar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Tamer Özyurt, "Önümüzdeki dönemde daha butik, bol yeşil alanlı, geniş bahçeli, yatırımcılara izole yaşam ortamı sunacağımız projeler geliştirmeye odaklanacağız" diye konuşuyor.

Gayrimenkul sektöründe talebin az katlı konutlara kaydığını söyleyen Mesa Holding Yönetim Kurulu Başkanı Erhan Boysanoğlu da son dönemde daha az katlı yapılara yönelmeleri sayesinde pandemide projelerine olan talebin arttığını ifade ediyor.


NEVRA EKER


TAMER ÖZYURT

"TALEPTEKİ KAYIŞ DEĞİŞMEYECEK"


DAVUT DOĞAN DOĞANLAR HOLDİNG YKB

HİJYEN VE KONFOR

Pandemiyle evlerde geçirilen süre arttıkça, rahatlık ve dekorasyona bakış açısı da değişmeye başladı. Bu etkilerin hızlıca değişeceğini düşünmüyoruz. Bu nedenle Ar-Ge ekibimiz, hijyeni ve konforu en üst seviyede sunacak ürünler için çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor.

PAY ARTACAK

Pandemi öncesinde oturma grupları, aksesuar ve yatak satışlarının toplam içindeki payı yüzde 50'ydi. Önümüzdeki 3 yılda mobilyada yükselen alanlardaki payının, toplam satışın içinde önemli bir yere sahip olacağını öngörüyoruz. Enerji sektöründe ise ivme çok daha fazla. Tükenmesi mümkün olan diğer enerji kaynaklarındaki çevre faktörlerine dayalı olumsuz değişimler her geçen gün yenilenebilir enerji alanına biraz daha fazla dikkat çekiyor.

GEZ, ÇEK, PAYLAŞ!

Dünyaca ünlü Museum of Selfies ABD'den sonra ilk kez Trump AVM'de!

ÇOK YAKINDA!



TRUMP
ALIŞVERİŞ MERKEZİ

www.trumpalisverismerkezi.com

“Ciroyu 4’e katlarız”

Üç ana sektöre odaklanan Yıldızlar Yatırım Holding, 2020’de yüzde 25 büyüyerek 10 milyar TL ciroya ulaştı. Grubun yönetim kurulu üyesi HAKKI YILDIZ, son 10 yılda 10 kat büyüdüklerini söylüyor. Yeni yatırımlarla grubun hızlanacağını anlatan Yıldız, 2021’de yüzde 25 büyüme ile 15 milyar TL’ye ulaşmayı hedefliyor. Gelecek 10 yıl için planı ise ciroyu 4’e katlamak. Bu da yeni yatırımlar ve şirket alım fırsatlarının değerlendirilmesiyle gerçekleşecek.

AYÇE TARCAN AKSAKAL • aaksakal@capital.com.tr

Hakkı Yıldız, 10 milyar TL cirolu Yıldızlar Yatırım Holding’in yönetim kurulu üyesi. 131 yıldır sanayicilik yapan Trabzonlu ailenin 4’üncü kuşağı. Aile, orman ürünleri, gübre ve demir çelik sektörlerine yaptığı yatırımlarla dikkat çekiyor.

En büyük şirketleri Yıldız Entegre, Avrupa’nın en büyük orman ürünleri üreticisi. Dünyada ilk 10’da yer alıyor. Son 10 yılda holdingi 10 kat büyüterek 10 milyar TL ciroya ulaştıklarını belirten Hakkı Yıldız, doğru yerde doğru yatırım kararları alarak bu büyümeyi gerçekleştirdiklerini söylüyor.

Pandemiye rağmen yatırımlarda frene basmadıklarını ifade eden Yıldız, 2021’e pozitif bakıyor ve “Bu yıl yüzde 25 büyüme hedefliyoruz. 2021 ciro hedefimiz 15 milyar TL” diyor.

İhracatta lojistik problemi çözülürse bu yıl başta kendi şirketleri olmak üzere Türkiye’deki sanayicilerin altın yılını yaşayacağını söyleyen Yıldız, Avrupa’dan gelen siparişlerde yüzde 40-50 artış yaşadığını vurguluyor.

Yıldızlar Yatırım Holding’in 4’üncü kuşağı 46 yaşındaki Hakkı Yıldız’la holdingin yeni rotasını, yatırım planlarını ve aile şirketinin geleceğini konuştuk:

● Kaç yıllık sanayicisiniz? Hangi alanlarda üretim yapıyorsunuz?

■ Köklerimiz bundan 131 yıl öncesine dayanıyor. 19’uncu yüzyılın sonunda Trabzon’da kereste ticaretiyle başlayan yolculuğumuz bugün dünyanın 5 ayrı ülkesinde, 13 tesisi bulunan bir holding olarak devam ediyor. Orman ürünlerinde Yıldız Entegre, gübre sektöründe İGSAŞ, demir çelik sektöründe ise Yıldız Demir Çelik şirketimizle faaliyet gösteriyoruz. Toplam 4 bin 500 çalışanımız var.

● 2020’yi nasıl kapattınız? Ne kadar büyüdünüz?

■ 2020 ciromuz yaklaşık 10 milyar TL. 2019’a göre yüzde 25 büyüdük. Son 10 yılda ise büyü-



memiz 10 kat olarak gerçekleşti. Bu, sadece bizim başarımız değil. Son 10 yılda ekonominin rüzgarı da Türkiye'nin büyümesine oldukça katkı sağladı. Biz naçizane doğru zamanda doğru yatırım kararlarıyla büyümeye imkan sağladık. 2001'de Yıldız Entegre'de kurduğumuz tesis 1.000 metreküplüktü. Yani Türkiye'nin üretim kapasitesinin yarısı kadardı. Düşünün, bunu o dönemde yaptık. Ürettiğimiz kapasiteyi satamayabilirdik, ancak Türkiye'nin büyüyeceğine inanıyorduk. Türkiye'de pazar büyüdükten sonra kapasite artırma kararı versek geç kalırdık. Bu nedenle sektörde erkenden pozisyon aldık. 2004'te ise ikinci 1.000 metreküplük tesisimiz devreye girdi. Doğru yerde, doğru kararlar alarak büyüdük.

● Büyümeyi başka neler tetikledi?

■ Kazandığımızın yüzde 100'ünü şirkete bırakıyoruz. İşimizi hobi olarak yapıyoruz. Grup olarak borçlanmayla değil, özkaynakla büyümeyi tercih ediyoruz. Yeni girdiğimiz demir çelik sektörü de büyümemizi hızlandırdı. Yıldız Demir Çelik'in 2018 yılında devreye giren Kocaeli tesisi aradan geçen kısa sürede güçlü bir pazar payı elde etti ve yıllık 100 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaştı.

● Grup içinde yurt dışının payı nedir?

■ Gübrede üretimimizin neredeyse tamamı iç piyasaya yönelik. Orman ürünlerinde üretimin yüzde 20'si, demir çelikte ise yüzde 33'ü ihraç ediliyor.

● Sanayide pandeminin etkisi devam ediyor mu?

■ Sadece Türkiye'de değil tüm dünyada pandeminin ekonomide yarattığı olumsuzluklar devam ediyor. Özellikle nisan ve mayıs aylarında yaşadığımız kapanma süreçleri, haliyle bazı sektörleri daha yakından etkiledi. Ancak biz kapanmalarda dahi yavaşlamaya gitmedik. Sadece



bu dönemde, müşterilerimizden kaynaklı lojistik problemi yaşadık, yaşamaya da devam ediyoruz.

● En büyük problem ne oldu?

■ Özellikle hammadde kaynaklarının taşınmasında büyük sorunlar var. Bu durum son 6-7 aydır devam ediyor. Fiyat artışlarından bahsetmiyorum bile. Artık bu sorunlar ikinci aşamada kaldı. Çünkü artık fiyattan daha önemlisi, bu hammaddeleri taşıyacak yeterince vasıta olmaması. Bu durumun bir süre daha devam edeceğini düşünüyorum. Biz de stoklama yaparak, ek maliyetlere katlanarak lojistik problemlerinin üstesinden gelmeye çalışıyoruz.

● Lojistik sorunu ne zaman çözülür?

■ Türkiye kamyon ve tır parkını yenileyemedi. Eski araçlar trafikten çekilmesine rağmen tır ve kamyon sayısı artırılamadı. Yani talep artarken araç sayısının azalması bu dönemde tedarik sürecini olumsuz etkiledi. Yurt dışında baktığımızda gemiler ağırlıklı Pasifik Okyanusu'nda çalışıyor. Atlantik'te gemi bulamıyoruz. Avrupa da Uzak Doğu'dan temin ettiği ürünleri alamaz oldu. Bu nedenle yarı mamul ve mamulleri artık Türkiye'den temin eder noktaya geldi. Bu anlamda Çin'den bize doğru bir kayış başladı. Bu da açıkçası bizim gibi üreticilerin kurtarıcısı oldu. Karayolu problemini çözebilirsek üreticiler, 2021 ve belki de 2022'de altın yılını yaşayabilir.

● Avrupa'dan gelen siparişler ne kadar arttı?

■ Geçmiş yıllara oranla Avrupa'da orman ürünleri, gübre ve demir çelikte talep yüzde 40-50 arttı. Ancak burada en önemli konu üreticilerin hammaddeyi alabilmesi. Örneğin biz grup olarak hammadde stok miktarını artırarak tedarik sorununu çözmeye çalışıyoruz. Önceden önümüzdeki 1-2 ayının hammaddesini alıyorken şimdi 3-4 ay sonrasının hammaddesini almaya başladık.

● Yurt dışı yatırımlarınızda sorun yaşıyor musunuz?

■ Grup olarak pandemi döneminde iki temel sıkıntı yaşadık. Orman ürünleri tarafında Amerika'daki çözüm ortaklarımızın çalışmaması nedeniyle yeterli hammadde toparlayamadık. Toparladıklarımızı ise getiremedik. Bu da bizim hammadde üretim ve tedarik alım şekillerimizi değiştirdi. 1,5 yılda hızlıca 15-20 milyon yatırım yaparak Kütahya, Mersin ve Manisa gibi Türkiye'nin farklı bölgelerinde toplama alanları ve proses etme makineleri kurduk. Böylece kendimize nakliye avantajları yarattık. Yaptığımız yatırımların toplamda bize katkısı ise 100 milyon doları buldu.

● Bu dönemde başka hangi yatırımları devreye soktunuz?

■ Pandemiden önce başladığımız yatırımlar, bu dönemde bize büyük avantajlar sağladı. Gübre sektöründe 2019 ve 2020'de devreye aldığımız Kütahya ve Antalya tesislerimiz sayesinde pandemiyle artan talebe yanıt verebildik. Bunun sonucunda gübrede beklentimizin üstünde üretim ve satış sağladık. Yatırımlara devam ettiğimiz bir diğer önemli iş alanımızsa demir çelik oldu. 2018'de üretimine başladığımız galvaniz yatırımına da kapasite artışı yatırımlarıyla devam ediyoruz. Çok sayıda şirket, pandemi nedeniyle yavaşlamanın, yatırımları durdurmanın yollarını ararken, biz 2020 sonuna doğru ikinci galvaniz hattı yatırımına başladık.

● Ne kadarlık bir yatırım olacak?

■ 80 milyon dolarlık bir yatırım yapıyoruz ve bu yıl devreye almayı planlıyoruz. Tüm bunlar pandemiyle birlikte grubun gündemine giren konular oldu. Pandemi döneminde durmayı, frene basmayı tercih etmedik. Aksine pandemi sonrası ortaya çıkacak yeni normale daha hazır olabilmek için çok önemli yatırımları devreye aldık.

● Faaliyet gösterdiğiniz 3 sektörde hangi alanlarda fırsat görüyorsunuz?

■ Orman ürünleri ülkemiz için çok önemli bir iş alanı. Burada Türkiye, Avrupa'nın en büyük üreticisi. İkinci sırada Almanya geliyor ki biz şu an hem Almanya'ya hem Batı Avrupa'ya ihracat yapıyoruz. Bu da bir fırsat. Orman ürün-

YATIRIM AJANDASI

1 2020 ciromuz yaklaşık 10 milyar TL ve yüzde 25 büyüdük.

2 Son 10 yılda büyümemiz 10 kat olarak gerçekleşti.

3 2021 ciro hedefimiz, 15 milyar TL. Bu yıl da yüzde 25 büyüme hedefliyoruz.

4 10 yıl sonra grubun büyüklüğünün 3-4'e katlanacağına inanıyoruz.

5 Yurt dışında yatırım 2022 yılında olabilir.

6 Orman ürünlerinde fırsatları izliyoruz.

7 Gübrede doğal gaz erişimi uygun olan, ülkelerde üretim seçeneğini masaya aldık.

8 Demir çelikte tedarikte aksamalar olduğu için yassı çelik için hammaddeyi üretsek mi diye sesli düşünüyoruz.

"PANDEMİDEN DERS ÇIKARDIK"

YURT DIŞI

Pandemi tedarik ve lojistikle ilgili grup olarak ders çıkarmamızı sağladı. Yurt dışı yatırımlarda tedarik ve istihdamla alakalı riskler var. Orman ürünlerinde hemen ülkemizde devreye aldığımız yatırımlarla bunu çözdük.

HAMMADDE

Bazı hammaddeleri üretmek pandemiden aldığımız ikinci ders oldu. Üretim ölçeği büyük ise küçük ölçekli yan girdileri, tedarikçilerle dışarıdan sağlamaya çalışarak çözüyorsunuz. Ancak bu dönemde ulaşım sıkıntısı olunca "kendimiz mi üretsek" demeye başladık.

TEDARİK

Demir çelikte sacı ezen merdaneler var. Bunları Uzak Doğu ve Ukrayna'dan alıyorduk. Ancak pandemiyle öyle bir tedarik problemi yaşandı ki üretimi durdurma noktasına geldik. Ana iş kolumuz olmamasına rağmen bunları bizim üretmemiz söz konusu oldu. Bu alanlara girmek mi lazım, kendi kendine yeter olmak mı lazım? Bu konulara kafa yoruyoruz. Entegre üretim sadece bizim değil, birçok sektörün gündeminde olan, çözüm bulmaya çalıştığı alanlardan biri oldu.



leri sektöründe büyüme planlarımız kapsamında Kocaeli'nde bir şirket satın aldık. Bununla birlikte Yıldız Entegre'nin kapasitesini artırıyoruz. Demir çelik ise aslında grubumuzun en genç şirketi. Burada ilk üretimimizi 2018 yılında yaptık. Şu anda şirketin geldiği noktadan son derece memnunuz. Avrupa'nın Uzak Doğu'ya alternatifi olduk. Kısa zamanda kapasitenin dolması ikinci tesis yatırımının kapısını araladı.

● Yurt dışında yeni yatırım planı var mı?

■ Grup olarak yurt dışında yeni yatırımlar için istekliyiz; ancak buradaki çalışmalar pandemi nedeniyle bir miktar sekteye uğradı. Bunun başlıca sebebi, evden çalışma ve seyahat kısıtlamaları oldu. Biz de bu nedenle yurt içi yatırımlara odaklandık. Yurt dışında yatırım 2022 yılında olabilir.

● Hangi ülkeler radarınızda?

■ Yurt dışında orman ürünleri sektöründe fırsatları takip ediyoruz. Coğrafyamıza yakın bölgelerde, Balkan ülkelerinde, Batı Avrupa'da ve Kuzey Afrika'da fırsatlar oluşuyor. Üzerinde çalıştığımız 1-2 tesis var, ancak gidemediğimiz için yeterince araştıramadık.

● Bu satın almalar gerçekleşirse globalde hangi noktaya gelirsiniz?

■ Şu an Yıldız Entegre 11 bin metreküp/gün kapasiteye sahip. Yeni iki tesisle kapasite 14, hatta 15 bin metreküp/güne çıkabilir. Globalde de bu satın almalar olursa orman ürünlerinde sıralamada 10'dan 9'a yükseliriz. Çünkü globalde 9'uncu olabilmek için yüzde 30 kapasite artışı yapmak gerekiyor. Bu da ancak satın alacağımız

BİLNET
OKULLARI

SİZE ÖZEL

Online Tanıtım Günleri

DEVAM EDİYOR!

OKUL ÖNCESİ | İLKOKUL | ORTAOKUL | ANADOLU VE FEN LİSESİ

www.bilnetokullari.com



"5. KUŞAK HOLDİNGDE"

SORUMLULUKLAR

Ailede 4'üncü kuşağım. 46 yaşındayım ve 23 yaşından beri bilfiil holdingde çalışıyorum. Ömrümün yarısını grupta geçirdim ve hemen her alanda çalıştım. Bizde tepeden gelme kültürü hiçbir zaman olmadı. İlk, Yıldız Entegre'de ihracat sorumlusu olarak çalışmaya başladım. Sonra ihracat müdürü ve yatırımlardan sorumlu oldum. Zamanla yetki ve sorumluluklarım arttı.

YENİ JENERASYON

Yatırımlarda doğru kararlar alsak da belli zamanlarda hatalar da yaptık. Önemli olan hataları bilip ders çıkarıp yeni kararları ona göre almak. Yeni jenerasyona bunu aktarmayı hedefliyoruz. Genç kuşakta tecrübe eksikliğini böylece engellemiş oluyoruz. Ailede 5'inci kuşak toplamda 9 kişi. 8'i okul çağında. 5'inci kuşaktan sadece yeğenim Melike Alkan aktif olarak holdingde çalışıyor. Bu da 4'üncü kuşağa bir fırsat veriyor. Daha kurumsal, daha sistemli çalışan, nesilden nesle devirde gerçekleşmesi muhtemel hataları yapmayacak bir zaman dilimi sunuyor.

MESAİ SAATİ

Pandemiden önce günde 18 saatten aşağı çalışırsam eksiklik hissediyordum. Pandemiyle günlük çalışma saatimi 18 saatin altına çektim. Cumartesi günleri çalışmamaya başladım. Video konferansın hayatımıza girmesi de ofiste bulunma saatlerini aşağıya çekti. Eskiden fabrika merkezlerimize haftanın 5 günü giderdim, şimdi 2 gün gidiyorum. Bu durumdan şikayetçiyim, ancak gizli gizli de hoşuma gitmiyor değil.



iki tesisle mümkün olabilir. Böylece 4 farklı ülkede tesisimiz olmuş olacak.

● Gübrede yurt dışı satın alma planı var mı?

■ Gübrede doğal gaz erişimi uygun olan, ülkelerde üretim seçeneğini masaya aldık. Mısır, Cezayir, Rusya, Katar ve Kuveyt gibi Orta Doğu ülkeleriyle İran bu anlamda öne çıkanlar arasında. Ayrıca bu ülkelerde doğal gaz çok uygun. Bu da yatırımı bu ülkelerde daha uygun hale getiriyor. İGSAŞ'ın planı bu. Önümüzdeki dönemde yönetim kuruluyla içeride mi dışarıda mı yatırım yapalım konusunu gündeme getireceğiz.

● Ne kadarlık bir yatırım planlıyorsunuz?

■ Bu yatırımın büyüklüğü 800 milyon Euro'yu bulur.

● Diğer sektörler için yatırım planınız nedir?

■ Yıldız Entegre'de bahsettiğimiz yüzde 30 kapasite artışını, tesis başı 150 milyon Euro'luk yatırımla öngörüyoruz. Demir çelik tarafında 80 milyon dolar toplam yatırım hacmine sahip ikinci galvaniz hattı çalışmalarımız sürüyor. Yine demir çelik tarafında, tedarikte bizi rahatsız eden aksamalar olduğu için yassı çelik için hammaddeyi üretsek mi diye sesli düşünüyoruz. Grup içinde bu konuda çalışma yapıyoruz. Tabii bu ancak 2023 için konuşabileceğimiz bir konu. Bu, gerçekleşirse hammaddesi kendinde olan bir tesis olacağız. Grubun ivmelenmesine de katkı sağlayacağını düşünüyorum. Ancak yassı sacı bulabilirseniz 350 milyon Euro'luk yatırımı çalıştırabiliyorsunuz. Sacı şu an yerli ve yabancı tedarikçilerden bulabiliyoruz ancak bağlı kalmaktan hoşlanmıyoruz.

● Yeni bir sektöre daha girmeyi planlıyor musunuz?

■ Orman ürünleri, gübre ve demir çelik sektörlerine odaklandık. Bu 3 sektöre odaklanma kararı almamızda sektörlerin hem yatayda hem dikeyde büyüyebilme imkanı sağlaması önemliydi.

● Bu yıl ve önümüzdeki dönem için hedefiniz nedir?

■ Son yapılan yatırımlarla ivmelenmeyi artıracağız. 2021 ciro hedefimiz 15 milyar TL. Bu yıl yüzde 25 büyüme hedefliyoruz. 10 yıl sonra ise grubun büyüklüğünün 3-4'e katlanacağına inanıyoruz.

● Faaliyet gösterdiğiniz sektörlerin cirodaki payı ne olacak?

■ Bugün geldiğimiz noktada ciromuzun yüzde 40'ı orman ürünlerinden, yüzde 35'i gübreden, yüzde 25'i ise demir çelikten geliyor. Demir çelikte bu yıl içinde tamamlayacağımız ikinci galvaniz yatırımıyla 2022'de bu oranlar değişecek. Yüzde 40 olan orman ürünlerinin oranı aynı kalırken demir çelik iş kolumuzun oranı yüzde 40'a çıkabilir. C

ATLAS

Keşfetmek için bak



TIKLAYIN
Hemen İndirin

HAZİRAN
sayısı bayilerde
kaçırmayın!

Hemen Abone Olun • 0 212 478 0 300

atlasdergisi.com · ATLASDergisi · AtlasDergisi · atlas_dergisi

DB
DOĞAN BURDA DERGİ

ASLI SÖZBİLİR • asozbilir@capital.com.tr

Bölgesel karantinalar, sınır kontrolleri ve üretim kesintileri nedeniyle global tedarik zinciri felce uğradı. Bu da birçok sektörün, ithal hammadde tedarikinde sorun yaşamasına neden oldu. Peki, şirketler pandemide iş sürdürülebilirliğini sağlamak için tedarik stratejilerini nasıl dönüştürerek "zincirde yeni değer" yarattı? Bu süreçte tedarikte yerelleşmeyi artıran ve yakın coğrafyalara yönelenler çoğunluktaydı. Marka ve ülke çeşitlemesine gidenler de oldu. Tüm bu hamleleri erken yapanlar ise neredeyse tam kapasite çalışarak satış ve ihracat hedeflerinin üzerine çıkmayı başardı.



ZİNCİRDE DÖNÜŞÜM KAZANDIRDI

COVID-19, pek çok Türk şirketi için tedarik zincirinin önemli halkalarından olan Çin, Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'da üretimi ciddi oranda etkiledi. Sınırlamalarla uluslararası lojistik kanalları tıkandı. Böylece daha önce hammaddelerini farklı ülkelerden "tam zamanında (just in time) teslim" sistemiyle temin eden yerli şirketler, kritik parçaların tedarikindeki aksamalarla iş sürdürülebilirliğinde büyük riskler yaşadı. Ve 2020 başındaki üretim planlarına sadık kalabilmek için hızlı aksiyonlarla alternatif tedarik stratejileri oluşturdular.

Örneğin PepsiCo ve P&G Türkiye, tedarik portföyündeki yerli iş birliklerini artırma yoluna gitti. Yeşim Tekstil ve Orge Enerji tedarikte marka ve ülke çeşitlendirmesi yaparken, Amgen Türkiye ve Gensenta yabancı tedarikçilerini alternatifli kullanma çözümünü formüle etti. Sapro, Beta Kimya ve Zade Vital gibi dışarıdan temin edemediği ürünler için yeni yatırımlar yapıp ikame ürün üretenler de oldu.

Tedarik konusunda şirketlerin oluşturduğu yeni stratejiler iş sonuçları açısından işe yaramışa benziyor. Örneğin Hafele Türkiye, servis seviyelerinde yüzde 3 oranında iyileşme sağlarken, Reis Gıda, ihracat cirosunu 2020'de bir önceki yıla göre yüzde 137 artırdı. Yine Gedik Holding ağırlıklı yerli temin sonucu 2020'de ihracatını 40 milyon dolara ulaştırırken, Abdi İbrahim tam tedarik süresini yüzde 3 iyileştirdi.

LOKALİZASYON

Türkiye'deki global şirketlerin pandemide yüzlerini daha fazla yerel tedarikçiye döndürdükleri görülüyor. PepsiCo Türkiye bunların başında geliyor. Şirket bu dönemde pazarda talep artışı, iş gücündeki kayıplar, gümrük işlemlerinin uzaması ve yurt dışından gelen şoförlere uygulanan giriş yasakları nedeniyle ithal ettiği hammaddelerin tedarikinde sıkıntı yaşadı. Ve bunları aşmak için bazı aksiyonları hızlıca hayata geçirdi. PepsiCo Türkiye Tedarik Zinciri Direktörü Uğur Tanık, bu adımları şöyle özetliyor: "Güncel tedarik, satış ve üretim planlarımızı yeniden gözden geçirip mevcut talebe göre revize ederek, hammadde stoksuzluğunun önüne geçtik. Ayrıca kritik hammaddelerimiz için stok gün sayılarını kontrollü artırdık. Böylece artan talebe rağmen servis seviyelerimizde yüzde 1-2

21 şirkete hızlı dönüşüm ne kattı?

Yeni tedarik stratejisi	Şirket	Ne elde etti?
Alternatifli tedarikini dijital satın almayla yönetti.	Abdi İbrahim	Zamanında ve tam tedarik süresini yüzde 3 iyileştirdi.
Tedarik kaynaklarını alternatifli kullandı.	Amgen Türkiye ve Gensenta	2020 yılı üretim planını yüzde 100 gerçekleştirdi.
Yakın tedarikçilerle kara yolu taşımacılığını kullandı.	Beta Kimya	Yılın ilk çeyreğini yüzde 20 büyümeyle kapadı.
Metal hammaddesi aldığı ülke sayısını 3'e çıkardı.	Boreas	Pandemide yüzde 100 kapasiteyle çalıştı.
Tedarikçi sayısını 3 katına çıkardı.	Cotton Box	Üretimde yüzde 100 kapasiteyle çalıştı.
Alternatif tedarikçilerle çalıştı.	Flokser Kimya	Satışlarını 2020'de hedefinin yüzde 200 üstünde kapattı.
Yerli tedarikçi sayısını artırdı.	Gedik Holding	2020'de ihracatını 40 milyon dolara ulaştırdı.
Lokalizasyonu artırdı.	Gürmen Group	İhracat yaptığı ülke sayısını 25'e ulaştırdı.
Dünyadaki depolarından ek mal çekti.	Hafele Türkiye	Servis seviyelerinde yüzde 3 oranında iyileşme sağladı.
Yerel tedarik alternatiflerine odaklandı.	Hero Baby Türkiye	Pazar payını pandemi öncesi döneme göre yüzde 5 artırdı.
Tedarikçilerini ve stok emniyet seviyesini artırdı.	Mesa İmalat	Avrupalı müşterilerin ihracatı içindeki payı yüzde 45 arttı.
Yerli payını artırdı, marka çeşitlendirmesi yaptı.	Orge Enerji	Hedefi olan yüzde 20'nin üstünde büyüme gerçekleştirdi.
Çeyrek bazlı toplu sipariş yaptı.	Orka Banyo	Satışlarını yüzde 25 artırdı.
Yerli tedarikçilerle iş birliklerini artırdı.	P&G Türkiye	2020 genelinde ihracat miktarını yüzde 13 artırdı.
Stok gün sayılarını artırdı.	PepsiCo Türkiye	Servis seviyelerinde yüzde 2'ye varan iyileşme sağladı.
Tedarikçilerini yüzde 15, stoklarını yüzde 20 artırdı.	Peyman	Raflardaki ürünlerine ulaşım oranı yüzde 10 arttı.
Tedarikçi sayısını azalttı, ana tedarikçiler belirledi.	Reis Gıda	İhracat cirosunu 2020'de yüzde 137 artırdı.
Yeni hat yatırımı yaptı.	Sapro	Üretimini yüzde 30-35 artırdı.
Yerli tedarikçide avantajlı fiyata yöneldi.	Sun Tekstil	Yüzde 100 kapasiteyle çalıştı.
Stratejik ürünlerde tedarikçi ülke sayısını artırdı.	Yeşim Tekstil	Kapasitesini yüzde 100 kullandı.
Yabancı tedarikçi sayısını 3 kat artırdı.	Zade Vital	Üretim kapasitesini 3 katına çıkardı.

Not: Şirketler alfabetik olarak sıralanmıştır.

oranında iyileşme sağladık. Ek olarak alternatif lokal tedarikçilerle alternatif ürün grupları ve tedarik sürelerinin kısaltılmasına ilişkin çalışmalar yaptık. Yabancı şoförler ve gümrük sürelerinin uzaması konusunda tedarikçiler ve nakliye servis sağlayıcılarıyla koordineli aksiyonlar aldık. Bu aksiyonlarla beraber gümrükte bekleme sürelerini 8-10 günlerden 2-3 günlere düşürdük."

Tanık, zor yılın ardından 2021 ve sonrası için tedarik stratejilerinin "hammadde lokalizasyon programını hızlandırmak" yönünde olacağını söylüyor. Bir diğer global marka olan Hero Baby pandemide, ambalajlarında kullandığı geri dönüşümlü sıkıştırılmış karton tedarikinde risk yaşadı. Hero Baby Türkiye Ülke Müdürü Ali Bozer sorunu geri dönüşümlü karton ambalaj konusunda daha yüksek emniyet stokuyla çalışan tedarikçilerin ağırlığını artırıp, tedarikçi sayısında artışa giderek çözdüklerini anlatıyor. Hero Baby de PepsiCo gibi bundan sonrasında tedarikte daha fazla yerli üreticilere yönelme eğiliminde… Bozer, "İthal girdilerimiz için yerli üreticileri geliştirme çalışmalarımıza ağırlık vereceğiz" diyor.

ÇİN FAKTÖRÜ

Tekstil tarafına baktığımızda sektörde en çok ihracat yapan Çin'de salgın nedeniyle üretime ara verilmesinin yarattığı tedarik sıkıntıları dikkat çekiyor. Cotton Box Yönetim Kurulu Başkanı Nuri Turgut, "Çin'le ihracat yapan ülkelerin tedarik sorunu yaşamasıyla birçok ülke alternatif tedarik merkezi aramaya yöneldi. Bunun sonucunda çok farklı coğrafyalardan Türkiye'ye talep kayması oldu. Bu da beraberinde hammaddede arz sıkıntısı yarattı" diyor. Turgut bu noktada çözüm olarak hammadde aldıkları tedarikçi sayısını 3 katına çıkardıklarını ve yurt içine yöneldiklerini söylüyor ve ekliyor: "Bu suretle yüzde 100 kapasiteyle çalıştık. Bundan sonra da tedarikçi kanallarını hep açık ve alternatifli olacak şekilde tutacağız."

Yeşim Grup CEO'su Şenol Şankaya da tedarik sorunlarını anlatırken Çin faktörüne dikkat çekiyor. Şankaya, "Sürecin Uzak Doğu'da başlayıp sonrasında tüm dünyaya yayılmış olması; hammadde işleme ve üretim tesislerinin kapasitelerinin düşmesine neden oldu" diyor. Yeşim Tekstil, pandemi sürecinin başında önce sentetik iplik gruplarında başlayan hammadde sıkıntısını birkaç ay sonra pamuk ve türevi iplik gruplarında da yaşamaya başladı. Şirket, hem yurt dışı hem de yurt içinden tedarik ettiği iplik hammaddesi için bu dönemde yurt içindeki alternatif tedarikçi sayılarını arttırdı. Şankaya, "Ayrıca stratejik bir iplik grubundan bir ürünü tedarik ettiğimiz ülke sayısını 3'e çıkardık. Bu sayede mevcut kapasitemizin yüzde 100'ünü kullanmaya devam ettirdik. Böylece siparişlerimizi planlanan zamanlarda sevk ettik" diyor.

ANA İŞ ORTAKLARI

Erkek moda markaları Ramsey ve KİP ile hazır giyim sektöründe yer alan Gürmen Group da tedarikte pandemi hasarı yaşadı. Şirketin markalardan sorumlu yönetim kurulu üyesi Zeynep Doğan, "Salgında sınırların kapanması, lojistiğin kısıtlanması, üretimlerin aksaması nedeniyle yaşanan


UĞUR TANIK


ALİ BOZER

"LOKAL İŞ BİRLİKLERİYLE REKOR KIRDIK"

TANKUT TURNAOĞLU

P&G TÜRKİYE, KAFKASYA VE ORTA ASYA YKB



YÜZDE 13 ARTIŞ

Geçtiğimiz yıl pandeminin hayatımıza girmesiyle bazı hammaddelerin tedarikinde aksaklıklar gözlemledik. Bunun üzerine biz de yerli tedarikçilerimizle nasıl iş birliği yapabileceğimiz konusunda çalışmalara başladık. 2020'nin Mart-Nisan aylarında beklediğimizin çok üstünde performans yakaladık ve Türkiye tarihimizin ihracat rekorlarını kırdık. 2020 genelinde de ihracat miktarımızı bir önceki yıla kıyasla yüzde 13 artırdık.

BAŞARILI ZİNCİR

Dolayısıyla hem ihracat rakamlarımızda hem de üretim kapasitemizde önceden planladığımızın üstünde bir büyüme elde ettik. Bu büyümemizi ise Türkiye'de pandemiye rağmen kesintisiz üretimimiz ve tüm zincirin başarılı performansı sayesinde sağladık. Bugün Türkiye'de tedarikçilerimizin 601'i burada yerleşik şirketler ve 2019-2020 mali yılımızda kendilerinden yaptığımız satın alımlar ise 202 milyon dolar seviyesinde.

hammadde sıkıntısı ve emtia fiyatlarındaki yükseliş dünya genelinde etkisini güçlü şekilde gösterdi" diyor. Doğan, yaşanan belirsizliği nasıl yönettiklerini şöyle anlatıyor: "Kumaş gibi ana hammadde ve ürün alımlarında tedarikçi çeşitliliğimizi artırarak ve lokalizasyonla tedarik zincirimizin salgının yarattığı olumsuz etkilerden zarar görmesini engelledik. Etkili, hızlı proje yönetimiyle artan navlun fiyatları, lojistik ağlarının bloke olması, işletmelerin çalışma ortamı ve süresindeki belirsizlikleri bertaraf etmeyi başardık. 'Ana iş ortakları seçerek' ve 'uzun dönemli alım projeksiyonları' yaparak; ara hammadde piyasalarında yaşanan dönemsel stok daralmalarıyla fiyat dalgalanmalarından minimum seviyede etkilenecek bir tedarik stratejisini uygulamaya koyduk."

Doğan, izledikleri bu tedarik stratejisi sonucu üretim zincirinde, ihracatta ve perakende kanalında sürdürülebilirlik sağladıklarını anlatıyor ve ekliyor: "Ayrıca ihracat pazarlarına yeni ülke eklerken Yeni Zelanda, Avustralya, Finlandiya gibi uzak coğrafyalardaki markalı ihracatımızı artırdık ve toplamda 25 ülkeye ürünlerimizi ulaştırdık."

Sun Tekstil de pandemi döneminde hammadde fiyatlarındaki yüzde 50'ye varan artışlar karşısında "avantajlı yerli üreticileri seçerek, onlardan alım yapma" yoluna gitti. Şirketin yönetim kurulu başkanı Elvan Ünlütürk, "Ekonomik verileri takip ederek stok optimizasyonu yapmaya çaba gösteriyoruz. Nispeten avantajlı fiyatlarla alım yapmaya çalışıyoruz" diyor.

RİSK YÖNETİMİ

Kullandığı hammaddelerin yaklaşık yüzde 70'inin yurt dışından ithal edilmesi nedeniyle pandemide büyük tedarik problemleri yaşayanlardan biri de kimya sektörü oldu. Deniz taşımacılığında uzayan nakliye süreleri nedeniyle sektörde birçok üretim hattında aksamalar oluştu. Seyahat kısıtlamaları sebebiyle düşen petrol tüketimi de petro kimya tesislerinin eskiye oranla daha düşük üretim yapmasına sebep oldu. Bu durum ise petro kimya kaynaklı ana girdi hammaddelerin üretiminin düşmesine, dolayısıyla fiyatların da büyük oranlarda artmasına yol açtı. Beta Kimya Genel Müdürü Cihat Sayacı, "Bu kısır döngü nedeniyle hammadde fiyatlarında döviz bazlı yüzde 150-200 oranında artışlar yaşanıyor" diyor. Sayacı, kısa vadeli çözüm olarak tedarikçi firma ve ülke sayılarını artırarak alternatiflerini çeşitlendirme ve riskleri bölme yolunu tercih ettiklerini anlatıyor. Şirket ayrıca bu dönemde yakın coğrafyalardaki tedarikçileri tercih ederek kara yolu taşımacılığını kullanmaya ve tedarik sürelerini kısaltmaya çalıştı. Sayacı, "Ek olarak Ar-Ge kabiliyetimiz sonucu temin problemi yaşadığımız bazı hammaddelerin yerine ikame hammaddeler kullandık" diyor.

Flokser Kimya ise pandemi sürecinde tedarikte sorun yaşamamak için hammadde stoklarını ithalat kısıtlamaları gelmeden önce en yüksek kapasiteye getirmeye odaklandı. Şirketin genel müdürü Ekin Tükek, bu kapsamdaki adımlarını şöyle özetliyor: "Yurt içi ve yurt dışı tedarikçilerimizle önceliklendirmeler yaptık. Alternatif tedarikçilere ulaştık. Sipariş miktarımızı Uzak Doğu, Avrupa ve ABD arasında bölüştürerek risklerimizi azalttık. Böylece gecikmeleri engelleyerek üretime ara vermeden hızla devam ettik. Trade satışlarımızı 2020'de hedefimizin yüzde 200 üstünde kapattık ve yüzde 40'ın üstünde büyüme sağladık."





FARKLI DENEYİMLER

Gıda tarafında tedarik konusunda farklı deneyimler yaşandığı görülüyor. Bunun en iyi örneklerinden biri pandemide diğer gıda şirketlerinin aksine tedarikçi azalttığını söyleyen Reis Gıda. Kuru gıda sektöründe faaliyet gösteren markanın ürünlerinin yaklaşık yüzde 90'ı yerli ve yerel üretim. Reis Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Reis, bu dönemde belirledikleri standartlarda ürün bulabilmek zorlaştığı için pirinç özelinde belirli tedarikçilerle anlaşmaya vardıklarını anlatıyor: "Pirinç tedarikçi sayımızı artırmadık. Tam tersi ürün tedarikçi sayımızı azalttık. Çünkü Reis kalitesinde nitelikli ürün yetiştiren üretici sayısı azaldı. Bu nedenle Trakya Araştırma Enstitüsü'nden aldığımız yerli çeltik tohumlarının ekimini yaptık. 2020 yılında tohum üretici belgesi alarak bu çeşitlerin ekimi için üreticiyi teşvik ettik. Bu yılda ekilişlerimize devam ediyoruz. Böylece ihracat ciromuzda 2020 yılında 2019'a göre yüzde 137 artış oldu. İhracat satış tonajımızda ise yüzde 78 oranında artış gerçekleşti."

Peyman ise pandemi sürecinde sınırlar ve gümrüklerdeki kısıtlamalar nedeniyle ithal hammaddelerin tedarikinde yaşadığı zorluğu tedarik ortak-


SÜLEYMAN BİLİCİ


UFUK GÜLER

larını çeşitlendirerek yönetti. Peyman Operasyon Direktörü ve İcra Kurulu Üyesi Süleyman Bilici, "Bu dönemde, hammadde stoklarımızı yüzde 20, tedarikçi sayımızı yüzde 15 oranında artırdık. Bunun sonucunda tüketicilerimizin raflardaki ürünlerimize ulaşım oranı yüzde 10 oranında arttı" diye konuşuyor. Bilici pandemi sonrasında da yüksek stok politikasını sürdüreceklerini anlatıyor. Soruna yaklaşımları farklı olsa da Peyman'ın da Reis gibi uzun vadede tedarikte yerli üretime güvendiği görülüyor. Bilici, "Yerli üreticilerimizi desteklemeye ilişkin tarım projelerimize pandemi öncesinde başlamıştık. Burada daha hızlı adımlar atmaya devam edeceğiz" diyor.

MARKA VE ÜLKE ÇEŞİTLENDİRMESİ

Enerji ve inşaat tarafına baktığımızda salgında her iki sektörün de tedarikte temin sürelerinde sıkıntı yaşadığı ve çare olarak "portföy çeşitlemesine" gittiği görülüyor. Orge Enerji CEO'su Nevhan Gündüz, "Tedarikinde sıkıntı yaşadığımız ürünlerin yurt dışı tedarikinde ülke, hem yurt içi hem de yurt dışı tedarikinde ise marka çeşitlendirmesi yoluna gittik" diyor. Şirket bu sayede tüm şantiyelerinde tam kapasiteyle çalışmalarını sürdürdü. "Böylece 2020 yılındaki büyüme hedefimiz olan yüzde 20'nin üstünde bir büyüme gerçekleştirdik" diyen Gündüz, marka ve menşe ülke çeşitlendirmesine devam etmeyi öngördüklerini söylüyor.

İnşaat sektörüne kalıp ve iskele üreten Mesa İmalat ise özellikle 2020 Ekim ayı sonrası sac, kutu profil ve boru grubunda uzayan temin süreleri sonucu tedarikçi portföyünü genişletti. Mesa İmalat Sanayii ve Ticaret Genel Müdürü Bülent Güler, "Bu durum pandemi sürecinde gerek tedarik süresi gerekse fiyat anlamında elimizi güçlendirdi. Genişleyen tedarikçi ağımız, yaşanan hammadde tedarik problemini başka firmalara kıyasla çok daha kolay bir şekilde aşmamıza olanak tanıdı. 2020 yılında tedarikçilerle ilgili uygulanan strateji sayesinde taahhütlerimizde gecikme yaşanmadığı için, yeni Avrupalı müşterilerin girişiyle Avrupalı müşterilerin ihracatımız içindeki payı yüzde 45 oranında arttı" diyor. Şirket, ek olarak pandemi döneminde emniyet stok seviyelerini de artırdı. Böylece yılın başında yaşanabilecek hammadde tedarik problemini temel maliyetlerine minimum yük bindirerek önlemiş oldu.

DİJİTAL ADIMLAR

Salgın döneminde tedarik sorunlarını dijitale yönelerek çözmeye çalışanlar da var. Hafele Türkiye ve Abdi İbrahim buna iyi birer örnek. Hafele Türkiye pandemide; metal, plastik ve kimyasal maddelerdeki arz yetersizliğinin yanı sıra konteynır eksikliği sonucu gemi nakliyelerindeki gecikme nedeniyle tedarikte ciddi sıkıntı yaşadı. Şirket bu dönemde sorunlarını teknolojik yetenekleriyle çözmeyi başardı. Hafele Türkiye ve Bölgesi İcra Kurulu Başkanı Hilmi Uytun, "Kullandığımız özel yazılımlarla yaşadığımız koşulların önümüzdeki süreçteki etkilerini yaptığımız simülasyon sayesinde en aza indirgedik" diyor ve şöyle devam ediyor: "Stok gün sayılarını en az yüzde 50 artırdık. Dünyadaki 38 depomuzdan ilave mal çektik. Böylece servis seviyelerinde yüzde 3 iyileşme sağladık."

Abdi İbrahim Tedarik Zinciri ve Satınalma Direktörü Ufuk Güler de, "Tedarik zincirinde di-

"2020 ÜRETİM PLANINI GERÇEKLEŞTİREBİLDİK"

GÜLDEM BERKMAN
AMGEN TÜRKİYE VE GENSENTA GM.

YENİ YOLLAR

Sorun yaşadığımız malzemelerle ilgili alternatif kaynaklara yöneldik; maske, dezenfektan gibi malzemeler için lokal tedarikçilerimizle iş birliği yaptık. Avrupa ülkeleri, Çin ve Hindistan'da bulunan kaynaklarımızı stratejik şekilde kullanıp, en uygun tedarik sürelerinde hammadde ve kritik malzemelerimizi tedarik ederek 2020 yılı üretim planının tamamını gerçekleştirdik. Örneğin, Hindistan'dan temin ettiğimiz bir hammaddeyi, sokağa çıkma ve ticaret kısıtlamalarına rağmen İtalya'daki kaynağımız aracılığıyla aldık.

YENİ PROJE

Kısa dönemde stok artırımı stratejisiyle 2020'yi sorunsuz şekilde yüzde 100 plan dahilinde tamamladık. 2020'nin son çeyreğinden itibaren "Tedarik Zincirinin Sürdürülebilirliği" adlı yeni bir proje başlattık. Mevcut süreçlerimizi, insan kaynağımızı ve ekosistemimizi hedeflerimiz doğrultusunda, tekrar analiz ettik. Bu tür tedarik krizlerine karşı direncimizi yükseltmek üzere bir yol haritası hazırlayıp, uygulamaya koyduk.

TEMPO TRAVEL

İlkbahar sayısı sizlerle!



Tıkla İndir

Her sayıda Türkiye'den ve dünyadan heyecan verici rotalar, en sevilen seyahat yazarlarının kaleminden birbirinden keyifli konular

Facebook: @tempotraveldergisi Twitter: @tempotravelmag İnstagram: @tempotraveldergisi



"YERLİ TEDARİKÇİ SAYIMIZI ARTIRDIK"

HÜLYA GEDİK
GEDİK HOLDİNG YKB

İTHALATI SEÇMEDİK

Tedarikçilerimiz zaman zaman hurda temini, kimyevi maddeler ve plastik maddelerde sıkıntı yaşadıklarını bildirdi. Tedarik sıkıntıları görülmeye başladığında yerli tedarikçi sayımızı artırmaya çalıştık. Herhangi birinde sorun çıkınca diğeri açığı kapattı. Tedarikte genel olarak ithalata yönelmedik.

İHRACATIMIZ ARTTI

Ağırlıklı yerli temin sonucu ihracatımız da artınca kapasitemizi doldurup üç vardiya çalışarak hem ülkemize hem de ihracata üretim yaptık. 2020 ihracat rakamımız 40 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. Bundan sonra da tedarikte öncelikle şu andaki durumumuzu korumayı planlıyoruz.



CEYHUN ZİNCİRKIRAN



MÜGE LÜLECİOĞLU

jitalleşme yatırımlarımızın faydalarını, bu dönemde hem hız hem verimlilik olarak gördük" diyor. Salgında talep artışı nedeniyle hammaddede yaşadıkları tedarik sıkıntısını "dijitalleşen satın alma süreçleriyle" yönettiklerini belirten Güler, "2025 stratejilerimiz kapsamında tedarik zincirinde dijitalleşme yatırımlarına ayırdığımız kaynağı artırma kararı aldık" diye konuşuyor.

Şirketin tedarik sıkıntılarına bir diğer cevabı farklı coğrafyalardan alternatif tedarik etmek oldu. Güler, bu dönemdeki çalışmalarını şöyle özetliyor: "COVID-19 tedavi protokolündeki Hidroksiklorokin ve Favipiravir içerikli ilaçlara dünya genelinde talepler çok yüksekken Hindistan ve Çin'den hammadde getirerek yüksek ölçekli üretimler gerçekleştirdik. Geçtiğimiz yıl 31 alternatif kaynak çalışması tamamladık. Yüksek hacmi olan ürünlerin emniyet stok seviyelerini artırdık. Bunların sonucunda zamanında ve tam tedarik süremiz yüzde 3 iyileşti."

YÜKSELEN STOKLAR

Genel olarak baktığımızda şirketlerin tedarik sorununa farklı yaklaşımları olsa da ortak bir politikada buluştuklarını görüyoruz: "Kritik ürünlerin emniyet stok seviyesini artırmak."

Orka Banyo ve Boreas da benzer bir stratejiyle salgın sürecinde tedarik sıkıntılarına çare bulmaya çalıştı. Son bir yılda ahşap panel, seramik sağlık gereçleri, cam ve karton ambalaj grupları başta olmak üzere bazı gruplarda tedarik sıkıntısı yaşayan Orka Banyo'nun genel müdürü Nalan Yılmaz, "Tüm ürün gruplarında çeyrek bazlı toplu sipariş ve bağlantı çalışmaları yaptık. Güvenlik stok seviyemizi maksimuma çektik. Almış olduğumuz önlemlerle satışlarımız yüzde 25 arttı" diyor. Boreas Genel Müdürü Müge Lülecioğlu ise krizde özellikle metal piyasası tedarik zincirinin ciddi şekilde bozulduğunu söylüyor. Lülecioğlu, küresel bazdaki bu değişikliklere nasıl adapte olduklarını şöyle anlatıyor: "Birçok malzemede stok miktarımızı yükselterek risklerimizi minimize ettik. Metal hammaddesi aldığımız ülke sayısını 3'e çıkararak pandemide yüzde 100 kapasiteyle çalıştık."

Tüm bunların yanında yaşanan tedarik krizine yeni yatırımlarla yanıt verenler de var. Islak mendil sektörünün liderlerinden Sapro, bunun iyi bir örneği. Pandemiyle birlikte hijyen pazarında baş gösteren hacim artışı şirketin ana hammaddesi nonwoven'da (kumaş) tedarik sıkıntısı yaratınca Sapro, spunlace (dokusuz yüzey) ihtiyacını karşılamak için yeni hat yatırımı yaptı. Sapro Yönetim Kurulu Başkanı Ceyhun Zincirkıran, "Böylece pandemide yeni yatırımlarla birlikte yüzde 100 kapasite çalıştık ve üretimi yüzde 30-35 artırdık. Sonucunda da 2020 ciromuzda 2019'a oranla yüzde 70 artış sağladık" diyor. Sağlıklı yaşam sektörünün öncülerinden Zade Vital ise pandemide ithal hammadde teminini eksiksiz sağlamak için tedarikçi sayısını 3 katına çıkarmanın yanında temin edilemeyen ürünler için Ar-Ge çalışması yaptı. Zade Vital Genel Müdürü Taha Büyükhelvacıgil, "Bazı ürünlerimize alternatif formlar oluşturarak, tüm dünyada tedarik imkânı bulunmayan girdiler için çözüm ürettik. Böylece bu yıl üretim kapasitemizi 3 katına çıkardık" diye konuşuyor. C

MAISON FRANÇAISE

"Tıklayın, indirin!"



HAZİRAN - TEMMUZ SAYIMIZDA

KUZEY EGE VE BODRUM'DAN DENİZE VE DOĞAYA YAKIN EVLER, GÜNEŞLİ EVLERİN DEKORASYON PUSULASI VE SAHİL STİLLERİ

@maisonfrancaiseturkey maisonfrancaiseturkey MF_Turkiye

DB DOĞAN BURDA DERGİ



Titanic, Türkiye'nin yanı sıra yurt dışında varlık gösteren bir turizm markası. Türkiye'de 8, yurt dışında 3 otelle faaliyetlerini sürdüren grup, büyümede rotayı Avrupa'ya çevirmiş durumda. Halihazırda Almanya'da 3 otelin inşasını sürdürdüklerini belirten Titanic Grubu Yönetim Kurulu Başkanı MEHMET AYGÜN, bundan sonra Hollanda, Avusturya ve İtalya başta olmak üzere 13 Avrupa ülkesinde büyüyeceklerini söylüyor. "Orada paranın maliyeti düşük olduğu için daha iyi hareket edebiliyoruz. Bu nedenle hedefimiz Avrupa'da büyümek" diyor.

"Hedef Avrupa'da büyümek"

NİLÜFER GÖZÜTOK ÜNAL ● **ngozutok@capital.com.tr**

Altı çocuklu bir aileden gelen Mehmet Aygün, gençlik yıllarında gittiği Almanya'da ticarete atıldı. Hasır restoranlar zinciriyle yeme içme sektöründe büyüyen Aygün, 2003 yılında Titanic markasıyla Türkiye'de ilk otelini hayata geçirdi. Sonraki yıllarda da hem resort hem şehir otelciliğinde büyüdü. Bugün Titanic Grubu, İstanbul, Antalya, Bodrum ve Berlin'de toplam 12 oteliyle 8 bin 917 yatak kapasitesiyle hizmet veriyor. 5 bini aşkın kişiye istihdam sağlayan grup, 2019 yılında 175 milyon Euro'luk ciro yarattıktan sonra pandemi yılı 2020'de gelirde yüzde 63 kayba uğradı.

Pandemiye yatırım döneminde yakalanan grup, birçok projesini de askıya aldı. Halihazırda yurt dışında Berlin ve Hamburg'da 3 otel, Antalya Belek'te de 80 milyon Euro bütçeli beş yıldızlı bir oteli tamamlamaya çalıştıklarını belirten Titanic Grup Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Aygün, önümüzdeki dönemde yatırımlar için asıl yönlerini çevirdikleri yerin Avrupa olduğunu söylüyor. Aygün, pandemi sonrası yabancı ortaklık ve birleşmelerin de gündemlerine geleceğini, orta ve uzun vadede ise Titanic markasını tüm dünyaya yaymayı hedeflediklerini açıklıyor.

Titanic Grup Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Aygün ile grubun büyüme planlarını ve turizm sektörünü konuştuk:

● Bugün Titanic Grup dediğimizde karşımızda nasıl bir yapı var? Kaç ülkede faaliyet gösteriyorsunuz?

■ Bugün, İstanbul'da 5, Antalya'da 3, Bodrum'da 1, Berlin'de 3 olmak üzere toplam 12 otelimiz ve

yine Antalya Belek'te golf kulübümüz bulunuyor. Toplam 8 bin 917 yatak kapasitesiyle hizmet veriyoruz. Türkiye'de doğan ve dünya çapında önemli bir marka haline gelen Titanic Hotels Grubu olarak 5 bini aşkın çalışanımızla Türkiye ekonomisine katkı sağlamaya ve işletmelerimizle önemli bir istihdam yaratmaya devam ediyoruz.

● Geçtiğimiz yıl grubunuz için nasıl geçti?

■ 2020 yılı için hem sektör hem grubumuz adına beklentimiz oldukça yüksekti. Ülke olarak dünya ortalamasının çok üzerinde büyüme hedeflemiştik. Gerek yurt içinde gerek yurt dışında yeni yatırım planlarımızı oluşturmuştuk. Hedefimiz yurt dışında daha fazla noktada yer almak ve yeni yatırımlarımızla yurt içinde istihdam artışı sağlamaktı. Ancak pandemiyle birlikte turizm sektörü adına bugüne kadar yaşanan en büyük krizi yaşadık. 2019'da 51,7 milyon turistle 34,5 milyar dolar turizm geliri elde eden Türkiye turizm sektörü, 2020'de 60 milyon turist ve 40 milyar dolar turizm geliri hedeflemişti. Pandemide Antalya'daki tesislerin yüzde 40'ı, İstanbul'dakilerin ise sadece yüzde 15'i açıldı. Sektör 2020'yi turist sayısı bakımından yüzde 70, gelir bakımından yüzde 68 daralmayla kapattı. Biz de geçtiğimiz yıl nisan, mayıs ve haziran aylarında misafir kabul edemediğimiz için bu dönemi kayıp olarak değerlendiriyoruz. Ancak yılın devamında önemli bir toparlanma yaşadık. Titanic Deluxe Bodrum otelimiz haziran ayı sonunda misafirlerini ağırlamaya başladı ve çok iyi bir ivme yakaladı. Hemen ardından Titanic Deluxe Golf Belek ve Titanic Beach Lara hizmet vermeye başladı. Aynı şekilde yüksek doluluk oranlarına ulaştık. Ana pazarlarımız olan Almanya, Rusya, İngiltere ve Hollanda pazarlarının hareketlenmesiyle sezon sonu kapalı olduğumuz aylar dışında yaz sezonunda yüzde 80 gibi yüksek doluluk düzeyine ulaşmayı başardık.



● Gelirler anlamında geçtiğimiz yıl ne kadarlık bir kayıp yaşadınız?

■ 2019 yılında 175 milyon Euro'luk bir ciromuz vardı. 2020 yılında bu rakamın çok daha üstünde büyüme planı yapmıştık. Ancak pandemi nedeniyle ciromuz 2019'un yüzde 63 altında kaldı.

● Bu yıla hangi hedeflerle girdiniz? Hem sektör hem grup olarak bu yılı nasıl geçireceğinizi düşünüyorsunuz?

■ Bu yıl belirsizlik sürüyor. Ama umudumuzu kaybetmeyerek hem ülke hem grup olarak alınan tedbirler sayesinde yüksek doluluk hedefliyoruz. Ülke olarak 25 milyon turistle 20 milyar dolarlık gelir hedefi var. Rusya ve İngiltere gibi ana pazarlarımızdan da en kısa sürede misafir ağırlamaya başlayacağımızı umuyoruz. Senaryonun gidişatını ana pazarların durumu değiştirecek.

● Şu ana kadar gidişat nasıl? Yılın ilk 5 ayını nasıl değerlendiriyorsunuz?

■ Bizim sektörümüzde sezonun nasıl geçeceği normal yıllarda bir yıl öncesinden aldığınız erken rezervasyonlarla ortaya çıkar. Bu yıl hepsi son dakika satışları olacak. Grup olarak ilk 5 ayda ülkemizden ve farklı ülkelerden önde gelen futbol takımlarını ve toplantı gruplarını ağırladık. Şimdi sezona odaklanıyor, pazarlardaki durumu takip ediyoruz.

● Rusya ile ilgili belirsizlik sürüyor. Sizce Rus turistler haziranda gelir mi?

■ Turizm bakanı ve heyet, görüşmeler yapmak için Rusya'ya gitti. Şimdi Rusya'dan heyet gelecek. Çözülecek düşüncesindeyim. Rusya ve Avrupa bizim için olmazsa olmaz pazarlar. Hepsi olduğu zaman Türk turizminde işler yolunda gider.

● Bu yıl yurt dışından beklenen oranda turist

"DAHA ÇABUK FİNANS BULUYORUZ"

"AVRUPA KÖKENLİYİZ"

Zaten Avrupa kökenliyiz. İşe 50 yıl önce ilk olarak Almanya'da başladık. Bundan sonra da Hollanda, Avusturya ve İtalya başta olmak üzere 13 Avrupa ülkesinde büyümek istiyoruz. Avrupa'nın kanunlarını çok iyi biliyoruz. Aile olarak ikinci ve üçüncü nesil de Avrupa'da büyüdü. Ülkeleri biliyoruz.

"PARANIN MALİYETİ DÜŞÜK"

Oralarda yatırım yapmak kolay geliyor. Daha çabuk mesafe kaydedebiliyor, daha çabuk finans buluyoruz. 30-40 yıllık vadelerde yüzde 1 faizlerle alınan kredilerle yola çıkabiliyoruz. Paranın maliyeti düşük olduğu için daha iyi hareket edebiliyoruz. Bu nedenle hedefimiz Avrupa'da büyümek.

gelmezse tesisleri yerli turistle doldurmak mümkün olur mu?

■ Geçtiğimiz yıl otellerde yerli turist oranı yüzde 50'ye ulaştı. Ancak yurt dışından turist geleceği konusunda umutluyuz. Öte yandan iç pazar bizim için her dönem çok önemli. Türkiye'de bu tesisleri sadece iç pazardaki turistlerle büyütmek mümkün olmaz.

● Grup olarak nasıl bir büyüme stratejiniz var? En son pandemi öncesinde Titanic Mardan Palace'ı portföyünüze kattınız. Bu yatırım, büyümenize nasıl katkıda bulundu?

■ Biz temkinli, ayağını yere sağlam basarak büyümeyi hedefleyen bir grubuz. Aile şirketiyiz. 6 kardeş işin içindeyiz. Herkesin kendine özgü görevleri ve sınırları var. Herkes üzerine düşeni yapınca şirket büyüyor. Örneğin Almanya'da ayrı Türkiye'de ayrı bir yönetim yapılanması var.



"ÖNÜMÜZDEKİ YIL HİÇBİR PROBLEM KALMAZ"

EN ÇOK ETKİLENEN

Pandeminin otellere etkisi dönemsel olarak değişkenlik gösterdi. Şehir otelciliği konaklama dışında düğün, toplantı, fitness, restoran ve kafe gibi yan ürünlerden de besleniyor. Bu mekanların ve etkinliklerin doğrudan iptal edilmesi şehir otelciliğini daha keskin bir şekilde etkiledi. Resort otellerin de konaklama kapasitesi ve dolayısıyla bütçeleri çok daha fazla. Bu kapasiteyi de tam anlamıyla kullanamayınca gelir olumsuz etkilendi.

ESKİYE DÖNÜŞ NE ZAMAN?

Türkiye'nin kapıları herkese açıldığı ve dünyanın her tarafından insanlar buraya geldiği zaman eskiye dönüş başlayacak. Bu yıla dair umudum var. 15 Haziran-15 Eylül'e kadar bu sezonu en güzel dolulukla atlatırsak turizmcinin yüzü güler. Yoksa kışın zaten misafir yok. Gideri yüksek bu tesisleri yürütmek mümkün olmaz. Bu nedenle yüksek sezonu resortta kaçırmamamız lazım. Sorunların çözülmesini dört gözle bekliyoruz. Ama önümüzdeki yıl hiçbir problemimiz kalmaz diye düşünüyoruz.

"KREDİLERİ YENİLİYORUZ"

Pandemiden en çok turizm sektörü etkilendi. Sektörün Almanya'da ayağa kalkması için destek verildi. Ödediğiniz vergi ve yaptığınız ciroya bakarak yardım gerçekleşiyor. Kendi çabalarımızla, çalıştığımız bankalarla beraber kredilerimizi yeniliyor, ileri tarihe öteliyoruz.

Resort ve şehir otelleri için de ayrı yönetim kurullarımız bulunuyor. Onların üzerinde de yine yüksek bir yönetim kuruluyla grubu yönetiyoruz. Her ay toplanıyor, kararlar alıyoruz. Aile şirketi olmamıza rağmen profesyonel bir yönetim anlayışına sahibiz. Yabancı profesyonel yöneticilerimiz var. Aile anayasamızı yazan danışmanlarla birlikte çalışıyoruz. Aldığımız her kararda çok sağlam hareket etmeye çalışıyoruz. 1,4 milyar Euro'ya mal olan Titanic Mardan Palace'ı kiralayarak grubumuza kattık. Hem bizim için hem ülkemiz için çok değerli bir tesis. Bölgede saray konsepti olan tek otel.

● Halihazırda süren yatırımınız var mı?

■ Pandemi öncesinde başlayan yatırımlarımız var. Başlamamış birçok projemiz de vardı. Onları pandemi nedeniyle öteledik.

● Devam eden yatırımlarınız neler?

■ Yurt dışında Berlin ve Hamburg'da da otel inşaatlarımız devam ediyor. Antalya Belek'te golf kulübümüzün olduğu alanda 90 dönümlük bir arazide deniz kıyısında inşaatı devam eden bir otel projemiz var. 600 odalı exclusive segmentte, farklı mimari özellikleriyle öne çıkacak bir proje. 80 milyon Euro yatırım bütçesi var. Bu otelimizi 2022 yılında tamamlamayı hedefliyoruz.



● Önümüzdeki dönemde ağırlıklı Türkiye'de mi yurt dışında mı büyüyeceksiniz?

■ Bizim asıl yönümüzü çevirdiğimiz yer Avrupa. Yatırımlarımız Avrupa'da devam edecek. Birçok projemiz var ama her şeyden önce finans lazım. Bazı projelerimizi askıya aldık. Hedefimiz dünyaya Titanic markasını yaymak. Titanic'i ister franchise ister kiralama ister mülk olarak her tarafa yaymak istiyoruz.

● Turizmde sizin gibi zincirlerin Orta Doğu gibi farklı coğrafyalara da yayıldığını görüyoruz. Orta Doğu ya da yakın bölgeler radarınızda yok mu?

■ Güvenli ülkelerde büyümek istiyoruz. Fizibiliteye önem veriyoruz. Güvenli ve fizibıl olursa dünyanın her yerinde otel açarız.

● Titanic Grubu yüzde 100 aile şirketi. Ortaklıklara ya da uluslararası iş birliklerine nasıl bakıyorsunuz?

■ Ortaklık ve iş birlikleri düşünüyoruz. Teklifler de geliyor. Aslında pandemi olmasaydı bizim için bu konuda önemli bir yıl olacaktı. Ancak pandemi nedeniyle iş birliklerini erteledik. Pandemi bittikten sonra yabancı ortaklık ve birleşmeler gündemimize gelecek.

● Hayaliniz nedir? Grubunuzu nereye taşımak istiyorsunuz?

■ Dünyanın her yerine yayılmak konusunda kendimize bir sayı sınırı koymuyoruz. Sağlıklı, ayakları yere basan, değerli işletmeler kurmaktan yanayız. Bundan sonra da bu anlayışla büyümeye devam edeceğiz. C

"RESORT OTELCİLİĞİ DAHA KÂRLI"

ÜLKE VE LOKASYON ETKİSİ

Resort otelciliği daha kârlı. Ancak şehir otelleri de bulunduğu ülke ve lokasyona göre kârlı olabiliyor. Kârlılık biraz konuma ve işletmeye bağlı. Örneğin Berlin'de şehir otelimiz buradaki resort'tan daha iyi kazanıyor. Oda sayısı, konaklama, konum hepsini topladığınız zaman kârlılık değişiyor.

HANGİSİ DAHA MALİYETLİ?

Her iki konseptin maliyetleri de çok farklı. Burada ağırlıktan bahsederken bir resort otelin maliyeti birkaç şehir oteline bedel olabiliyor. O yüzden nicelik olarak şehir otelciliğinde daha hızlı bir artış yapsak da kârlılık farkı dolayısıyla resort otelciliği ana ürün olacak.

Deneyim ekonomisi



ALİ ÖZGENÇ

ali@algoritmaconsulting.com

"Önümüzdeki dönemde yaşam dönüştüren deneyimler ve sosyal ilgi arayışı ön planda olacak."

Bir mal veya hizmeti satın alma sırasındaki yakın ilgi artık birçok müşteriyi kesmiyor. Müşteriler mal ve hizmetleri satın alma, teslim alma, kullanma, bakım ve elden çıkarma aşamalarında iyi bir deneyim yaşamak istiyor. Bu deneyim, müşterinin karşısına verimlilik, kolaylık, sadelik, eğlence, imaj, çevre dostu olma ve benzeri şekillerde çıkabildiği gibi hiç beklemediği bir anda olumlu bir şaşırma olarak da çıkabilir.

KİŞİSEL BİR ŞEY

Müşterilerin yüzde 75'i daha iyi bir müşteri deneyimi sunan şirketlerden alışveriş yapmak istiyor. Hatta bunun için biraz fazla ödemeye de hazırlar. Zendesk'in araştırmasına göre müşterilerin yüzde 50'si kötü bir deneyimden sonra bir rakibe geçiyor. Benzer malların birçok yerden alınabildiği bir dünyada markaları ayrıştıran en önemli şey müşterinin yaşadığı deneyim. Başka bir deyişle "hayatta önemli olan şeyler aslında 'şey' değil deneyimler."

Deneyim ekonomisi tanımı yeni bir şey değil, 20 küsur yıldır var. Ancak geçen zaman içinde önemi daha iyi anlaşıldı. İki şekilde çalışıyor: Birincisi mal ve hizmetleri iyi bir deneyimle paketleyerek sunma; ikincisi ise deneyimin kendisini ekonomik bir değer olarak tasarlayıp satma... Bu ikinciye örnek olarak Disney, oyunlar, VR, e-sporlar, yemek kursları, Clubhouse verilebilir. Netflix'teki Chef's Table dizisi, özellikle Grant Achatz bölümü de iyi bir örnek. Her iki kategori de pandemi sırasında büyük ölçüde fizikselden dijitale geçti.

Müşteri deneyimi kişisel bir şey. İki kişinin aynı durumda farklı deneyimler yaşaması normal, çünkü bu aynı zamanda kişinin zihin durumuyla alakalı. Deneyim kişisel olduğu için kişileri tanımak önemli. Böyle baktığınızda da işin hem insan faktörü hem dijital boyutu var. İnsani boyutta, iyi bir müşteri deneyimi sağlamak için iyi bir çalışan deneyimi gerekli. Çalışan angajmanı yüksek şirketlerde müşteri deneyimi de genelde daha iyi. Bu nedenle çalışan deneyimi artık daha fazla mercek altına alınan bir konu.

EMPATİ ÖN PLANDA

Öte yandan işin bir de dijital boyutu var ki pandeminin çevrimiçine geçişi hızlandırdığı bir ortamda birçok şirket buna hazırlıksız yakalandı. Yapılan araştırmalarda, müşteriye dokunan çalışanlar ve yöneticilerin yüzde 46'sı ellerinde iyi bir müşteri deneyimi sağlamak için yeterli dijital araç olmadığını söylüyor. Müşteri firmaya hangi kanaldan temas ederse etsin, probleminin hızlı ve kolay şekilde çözülmesini, kendisiyle ilgili bütün geçmiş aşamaların bilinmesini ve tek bir noktadan işinin halledilmesini istiyor. Aynı konuda defalarca dert anlatmak istemiyor. Hatta şirketlerin ihtiyacını öngörerek proaktif olarak ona yaklaşmasını, çözümler sunmasını bekliyor. Örneğin bazı sigorta şirketlerinin, pandemi döneminde araçlarını kullanamadıkları için araç sahiplerine geri ödeme yapması gibi… Oysa bugün birçok şirkette müşteri açısından, organizasyonun değişik kısımları birbirleriyle konuşmuyormuş gibi bir hava var.

Empati, önümüzdeki dönemde müşteri deneyiminde en güçlü unsurlardan biri olacak. Empati, şirketlerin kendilerini müşterinin yerine koyup "Ben müşteri olsam ne beklerdim" demesini gerektiren bir şey. Müşteri hangi kanaldan iletişim kurmayı tercih ediyor? Satın alma aşamasından başlayarak hangi temas noktalarında neler yaşıyor? Şirkete kolay ulaşabiliyor mu? Ulaştığında muhatap bulabiliyor mu? C



YİĞİT ÇAĞLAYAN / MASTERCARD TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ

"EN FAZLA 2020'DE DİJİTALLEŞTİK"

Mastercard Türkiye Genel Müdürü Yiğit Çağlayan, pandemi başından itibaren geçen 1 yılda Türkiye'de 7 milyon kişinin ilk defa e-ticaretten alışveriş yapmaya başladığını söylüyor. Bunların yüzde 75'inin aktif olarak online alışveriş yaptığının altını çizen Çağlayan, nakitsiz Türkiye hedefine giden yolda pandemi etkisini ve planlarını şöyle anlattı:

100 BİN İŞLETME

"Artık e-ticaret bir davranış biçimi olarak hayatımıza girdi. Son 5 yılda en fazla dijitalleştiğimiz yıl, 2020 oldu. 2020'de sisteme 100 bin işletme girdi. Sadece tüketici değil iş yeri, KOBİ bacağında da dijitalleşmek zorundayız. KOBİ'lerin şu an sadece yüzde 10'u e-ticaret yapıyor. Bu gelişmeler otomatik olarak Türkiye'de kart kullanım tercihini de artırdı. COVID-19 öncesi yapılan araştırmalarda tüketicinin ödemelerinde kart kullanım tercihi yüzde 45 çıkıyordu, bu oran pandemiyle yüzde 65'e çıktı.

ALINAN YOL

Tüketiciler, elektronik ticareti keşfetti, temassız ve hızlı ödeme yapıyorlar. Kart harcamalarımızın yarısı artık temassız gerçekleşiyor. Bu anlamda 2,5 yılda alacağımız yolu 1 yılda aldık. Önümüzdeki yıl temassız kart kullanımında yüzde 50'ye gelinmesini beklerken bu orana şu an geldik. Kartlı ödemelerde e-ticaretin payı son 1 yılda yüzde 22'den yüzde 33'e ulaştı. Beş yıl önceyse bu oran yüzde 5'ti. 1,5-2 yıl içinde bu oranı yüzde 40'a çıkaracağız. Maksimum iki yılda alışverişlerimizin yüzde 85'ini temassız yapacağız.

SIRADA DEBIT VAR

Masterpass platformunu 5 bin iş yerinde hayata geçirdik. Tüm KOBİ'lerin bu platforma girmesini sağlamayı hedefliyoruz. Bu yatırımları çeşitlendiriyoruz, farklı ödeme yöntemlerine giriyoruz. En çok nakit kullandığımız yerleri elektronik ortama taşımaya çalışıyoruz. 40 ilde toplu taşımayı dijitalleştirdik. Nakitsiz ülke vizyonumuz var. Avrupa'da İngiltere'den sonra ikinci en büyük kredi kartı pazarıyız. Nakitsiz toplum hedefi için nakdin hakim olduğu her yeri dijital ortama geçirmeye çalışıyoruz. Hep kredi kartına öncelik verdik. Sırada debit kartta yenilikler var."

NE BAŞLATTIM? CENKER ÖZHELVACI / IRON MOUNTAIN TÜRKİYE&BAE GM

"OYUN ALANIMIZI GENİŞLETTİK"

Pandemiyle hız kazanan dijitalleşme, kağıda olan gereksinimi azaltırken fiziksel arşiv yönetiminin önemli parçası olan fiziksel evraklar birçok sektör için önemini yitirdi. Iron Mountain Türkiye&BAE Genel Müdürü Cenker Özhelvacı, sürdürülebilirlik ve dijital dönüşüm çalışmalarının detaylarını şöyle anlattı:

TEKNOLOJİ YATIRIMI

"Geçtiğimiz yıl pandeminin zorluklarına rağmen Türkiye'deki 7 tesisimize toplam 7,2 milyon TL'lik teknoloji yatırımı yaptık. Veri saklama ve yönetimi alanında Türkiye'de ilk ve tek global şirket olan Iron Mountain'ın Türkiye'deki pazar payı yüzde 60. Oyun alanımızı genişlettik.



VERİ MADENCİLİĞİ

Veri merkezi, değerli ürünler, eğlence sektörü, sanat eserleri ve içerik hizmet platformu gibi iş alanlarına girdik. 2021'in son çeyreğinde global InSight hizmetini Türkiye'de hayata geçireceğiz. Bu kapsamda içerik analizi, veri yönetimi ve bilgi yönetimi uzmanlıklarını Google Cloud'un makine öğrenimi ve yapay zeka yetenekleriyle birleştiriyoruz. İşletmelerin yeni gelir akışı fırsatlarını ve tasarruflarını ortaya çıkarması için veri madenciliği yapmalarını sağlıyoruz."

ÖZLEM AYDIN AYVACI
oaydin@capital.com.tr





TRENDLER

OZAN ÖNDER / *DSV LOJİSTİK CEO'SU*

"LOJİSTİKTE MAKİNELER KONUŞACAK"

Tedarik süreci gerek teknoloji gerek e-ticaret gerekse de genel ticaretteki koşullara göre yeniden şekilleniyor. Aracıların ortadan kalktığı, üreticiden direkt satıcıya ulaşan bir sisteme doğru gidiliyor. DSV Lojistik CEO'su Ozan Önder, bu trendleri şöyle anlattı:

ARACISIZ TİCARET

"Lojistikte aracılar ortadan kalkacak ve makineler konuşacak. Hangi ürünü, en uygun ve en az maliyetle nasıl taşıtacağınıza uygulamalar üzerinden bakacaksınız. Her türlü işlem dijital platformlar üzerinden işleyecek. Dünyanın en büyük armatörleri olan lojistik şirketleri, uçaklar aldı. Herkes dijitalleşerek, üreticiyle alıcıyı direkt birleştiren 'One stop shop' sistemine geçmeye çalışıyor. Dijitalleşmeyle satışlar artık birebir yapılacak.

"KUTU" DÖNEMİ

Son noktaya ürün ulaştırmada her yerde kutular olacak. Avrupa'da bu çok hızlı gelişiyor. Örneğin paketiniz evde yoksanız her mahallede olan posta kutusu gibi bir büyük kutuya gidecek. Hatta belki direkt buraya yönlendirilecek. Size özel bir şifre verilecek ve siz gidip şifrenizle ürününüzü teslim alacaksınız. Buna lojistik dağıtım noktaları deniyor.

2008 krizinden sonra özellikle otomotivde krizler sırasında kimse stok maliyetini üstlenmek istememişti. Şimdi herkes stok yapmaya yöneldi. Büyük bir depo sorunu ortaya çıktı. Depolamada akıllı sistemler öne çıkacak. Drone ve robotik depo yönetimleri giderek artacak."

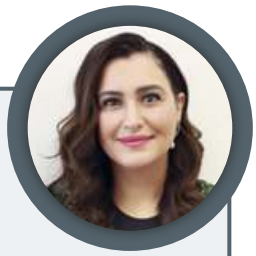
ÖNERİ PANOSU



BERAT SÜPHANDAĞ
ARTI365 YÖNETİM KURULU BAŞKANI

TEK TIKLA TEŞVİK VERİMLİLİĞİ

"Dijitalleşmenin ve iletişimin hızla geliştiği son yıllarda tüm sektörler yeni sürece entegre olmaya çalışıyor. Hayatımızı kolaylaştıran birçok adım atıldığını, sosyal ve ekonomi hayatımızla ilgili birçok işi eskiye nazaran 'tek tıkla' yapabildiğimizi söyleyebiliriz. Kurumların dikkatini özellikle dijitalleşmeyle tasarruf elde edebilecekleri noktalara çekmek istiyorum. İK departmanları üzerinden tasarruf imkanları yaratıyoruz, başka bir deyişle tasarruf potansiyellerinden maksimum düzeyde faydalanmalarını sağlıyoruz. SGK istihdam teşvikleri ve İŞKUR işbaşı eğitim programı hizmetlerimizle müşterilerimizin farkında olmadıkları, bütçelerinde yer almayan ciddi tutarları kendilerine kazandırıyor; KVKK, bordrolama, iş hukuku ve sosyal güvenlik danışmanlığı hizmetlerimizle müşterilerimizi hem ciddi bir iş gücü hem olası cezalarla karşılaşma durumuna karşı ciddi bir risk maliyetinden kurtarıyoruz."



NESLİHAN ÖZBUGUTU ORTAKASAPBAŞI
IDENTIFY CEO'SU

DÖNÜŞÜMÜN TAM KALBİNDE YER ALIYOR

"Uzaktan kimlik doğrulama çalışmaları, dijital talepleri artan müşteriye cevap vermek üzere tasarlanan süreçler olarak öne çıkıyor ve dijital dönüşümün tam kalbinde yer alıyor. Burada önemli olan müşteri bir talepte bulunduğunda ona en hızlı şekilde dönmek ve kimlik doğrulama işlemini en kısa sürede tamamlamak. Zira araştırmalara göre dijital olarak bir şirket müşterisi olmak isteyen 10 kişiden 6'sı uzaktan kimlik doğrulama sürecinde yaşadığı gecikme nedeniyle görüşmenin ortasında süreci terk ediyor. Uzaktan müşteri edimini şirketlere 10 dakikada potansiyel bir müşteriyi kazanma şansı sağlarken 10 dakika içinde de bu müşteriyi kaybetme olasılığını artırıyor. Bu nedenle uzaktan kimlik doğrulama süreçleri dijitalleşmeyle önemli bir paradigma kayması yaşayan müşteri deneyim süreci için kritik bir öneme sahip. Şirketler uzaktan müşteri edinim süreçlerini daha kritik bir şekilde ele almalı."

Türkiye'de en çok indirilen ücretsiz ilk 10 mobil uygulama



- Binance
- Binance TR
- e-Nabız
- Paribu
- Papara
- Hayat Eve Sığar
- Zoom Cloud Meetings
- BtcTurk
- WhatsApp Messenger
- Getir

Türkiye'de en çok indirilen ücretli ilk 10 mobil uygulama



- Messiah
- Minecraft
- Plague Inc.
- Hitman Sniper
- Zarchiver
- Harika Haftalar
- Başkanlar
- Football Manager
- Earn to Die 2
- Bridge Constructor

Türkiye'de uygulama içinde en çok para ödenen ilk 10 mobil uygulama



- TikTok
- PUBG MOBILE 3.YIL
- Azar
- YouTube
- Pasha Fencer
- Tinder
- 101 YüzBir Okey Plus
- BIGO LIVE
- Clash of Clans
- Top War: Battle Game

Kaynak: Mobile Action 16 Nisan verileri

KAÇ KUŞAK BİR ARADA?



Şirketlerin çalışan portföyü hızla gençleşiyor. Toplam 466 bin 569 kişinin çalıştığı 29 büyük grupta yaptığımız araştırmaya göre Z kuşağının iş dünyasına dahil olmasıyla pek çok şirkette 4 kuşak bir arada çalışıyor. İK yöneticilerine göre baby boomers, X, Y ve Z kuşaklarının bir arada çalışması, kurum kültürünü zenginleştirip organizasyonun performansını pozitif yönde etkiliyor. En önemlisi çeşitlilik, yaratıcılık ve inovasyonu artırıyor.

AYÇE TARCAN AKSAKAL ● aaksakal@capital.com.tr



En gençler hangi şirkette?

	Şirket	Çalışan sayısı	(%) BabyBoomer	X kuşağı	Y kuşağı	Z kuşağı
1	Yemeksepeti	8.544	0,02	2,27	62,04	35,6
2	İGA	7.250	1	15	63	21
3	Turkcell	24.238	0,3	11,5	69,3	18,9
4	Aselsan	8.982	1	18	64	17
5	Anadolu Efes Grup	9.000	8	30	46	16
6	Mikro Yazılım	400	0	12	74	14
7	BAT	1.600	1	26	62	11
8	Doğuş Holding	19.800	1	28	60	11
9	Mercedes-Benz Türk	6.400	1	30	59	10
10	Borusan Holding	11.868	3,2	24,5	63,2	9,1
11	GittiGidiyor	300	0	10	82	8
12	TSKB	391	0	25	67	8
13	MediaMarkt	2.699	0,07	13,9	78,37	7,67
14	Sofra/Compass Group	30.000	5	48,5	38,9	7,6
15	LC Waikiki	50.000	1	7	85	7
16	Kibar Grubu	5.000	1	28	64	7
17	Polisan Holding	1.235	1	33	60	6
18	Migros	50.073	0	14	81	5
19	Eczacıbaşı Holding	11.400	1	23	71	5
20	PSA Türkiye	189	0	36,5	58,7	4,8
21	Setur	917	0,5	19,8	78	1,7
22	ISS Türkiye	39.393	2,8	36,6	58,9	1,6
23	Hepsiburada	6.000	0	6	92	1
24	Coşkunöz Holding	2.300	2	27	70	1
25	Koç Holding	100.641	1	25	74	0,5
26	QNB Finansbank	12.811	0,3	17,6	81,9	0,2
27	Socar Türkiye	5.200	2	25,2	72,7	0,1
28	Ziraat Finans Grubu	33.000	0,15	26,05	73,8	0
29	Yapı Kredi	16.938	0,24	32,9	66,86	0

Z kuşağının işe dahil olmasıyla şirketlerdeki çalışan profilinde büyük değişim var. Artık eskisi gibi değil… Kuşaklar arasındaki yıllar giderek azalırken, farklı kuşakların beklentileri, işe ve hayata bakış açıları da farklılık gösteriyor. Peki 4 kuşağın bir arada çalışmaya başladığı bu yeni yapıda şirket DNA'ları nasıl şekilleniyor?

Capital'in toplam 466 bin 569 çalışanı kapsayan araştırmasına göre Z kuşağının iş dünyasına dahil olmasıyla organizasyonlarda kuşak sayısının 3'ten 4'e çıktığı görülüyor. Koç Topluluğu, Doğuş Grubu, Borusan ve Kibar Holding gibi Türkiye'nin önde gelen 29 grubunda yaptığımız araştırmaya göre de büyük holding ve şirketlerde 4 kuşak bir arada çalışıyor. Bu ortamı şirketler genellikle "zenginlik" olarak nitelendiriyor. Araştırmamıza göre baby boomers'ların olmadığı 5 şirkette 3 kuşak bir arada çalışıyor. 2 bankada da Z kuşağı henüz çalışan portföyüne dahil olmadığı için 3 kuşaklı yönetim bulunuyor.

Bugün iş dünyasında hakim olan kuşak ise 1980-1995 arası doğumlu Y kuşağı. 57 yaşın üzerindeki baby boomer olarak adlandırılan çalışanların oranı hızla azalıyor. Koç Topluluğu, Eczacıbaşı Holding ve LC Waikiki'de baby boomers'ların oranı yüzde 1 seviyesinde.

Hepsiburada, GittiGidiyor, Migros, Mikro Yazılım, TSKB ve PSA Türkiye'de, 57 yaşından büyük, baby boomers kuşağından tek bir çalışan bulunmuyor.

4 JENERASYON

İK yöneticilerine göre farklı kuşakların bir arada çalışması kurum kültürünü zenginleştiriyor. Bu nedenle pek çok büyük grup ve şirkette 4 kuşak bir arada görev yapıyor. 100 bin 641 kişinin çalıştığı Koç Topluluğu'nda 4 kuşak bir arada çalışıyor. Çoğunluğu Y'lerin oluşturduğu holdingde baby boomers'lar ve Z kuşağının oranı yüzde 1 seviyesinde.

19 bin 800 çalışanı olan Doğuş Holding'de Y, Z, X ve baby boomers olmak üzere 4 kuşak bir arada görev yapıyor. Doğuş Holding İK Bölüm Başkanı Buse Kasapoğlu Özen, "Her yaştan çalışanın fikrini jenerasyon farkı da dahil olmak üzere hiçbir ayrım gözetmeden dinliyor, yönetim süreci ve karar mekanizmalarına dahil ediyoruz" diyor. Özen, bu yıl tüm kuşakları temsil eden, farklı görevlerdeki çalışanlarla komiteler kurarak bir araya geldiklerini ve geleceğe dair pek çok önemli konuyu masaya yatırdıklarını ifade ediyor.

Bu yıl 13 bin kişilik geniş bir aile olacaklarını belirten Yemeksepeti CHRO'su İlke Şentürk Öksüz, 4 kuşağı kucaklayan şirket kültürlerinin olduğunu ifade ediyor. Yaş ortalamasının 26 olduğu şirkette işe alım kriterlerinde öncelik bu dinamik ortama ayak uydurabilecek kişilerle çalışmak oluyor. Öksüz, kuşaklar arasındaki iletişimden çok çalışan ve departmanlar arasındaki iletişime öncelik verdiklerini söylüyor.

Toplam 39 bin 393 kişinin çalıştığı ISS Türkiye'nin insan ve kültür direktörü Ebru Demir Koçak, farklı kuşakların birlikte çalışmasına özen gösterdiklerini ifade ediyor. Koçak, tecrübe aktarımı için koçluk seansları, oryantasyon programları ve yeni yönetici geliştirme programları düzenlediklerini anlatarak bunlar için farklı kuşak yöneticilerinden destek aldıklarını söylüyor.

KUŞAKLARA GÖRE DOĞUM YILLARI

Baby Boomers: 1946-1964 (57-75 yaş)
X Kuşağı: 1965-1979 (56-42 yaş)
Y Kuşağı: 1980-1995 (41-26 yaş)
Z Kuşağı: 1996-2020 (25 yaşından genç olanlar)

ÇOĞUNLUK KİMDE?

Bugün iş dünyasında Y kuşağının çoğunluğu ele geçirdiği görülüyor. Toplam 466 bin 569 kişinin çalıştığı 29 kurumda yaptığımız araştırmaya göre 26-41 yaş arasındaki Y'lerin en fazla çalıştığı şirketlerin başında Hepsiburada bulunuyor. LC Waikiki, GittiGidiyor, QNB Finansbank ve Migros'ta da Y kuşağının oranı yüzde 80'nin üzerinde.

Çalışanların yaş ortalamasının 30-31 arasında değiştiği Hepsiburada'da 57 yaşından büyük, baby boomer kuşağından çalışan olmadığı için 3 jenerasyon bir arada. Hepsiburada İK Grup Başkanı Esra Beyzadeoğlu, çevik ve yenilikçi kültürleri sayesinde kuşak çatışması yaşamadıklarını belirterek çalışanlarda yüzde 92'yle Y kuşağının baskın olduğunu ifade ediyor. Beyzadeoğlu, "İş hayatında yeni yeni aramıza katılmaya başlayan Z kuşağının oranı yüzde 1 seviyesinde" diyor.

Çalışanların yüzde 85'inin Y jenerasyonu olduğunu belirten LC Waikiki Merkez İK Direktörü Hande Özdağdeviren de "Yaş ortalaması 30 olan genç bir şirketiz. Yöneticilerimizin çoğu Y jenerasyonundan" diyor. Özdağdeviren, kıdem ve kuşak gözetmeksizin tüm çalışanları koçluk hizmetleriyle desteklediklerini anlatıyor.


EBRU DEMİR KOÇAK


BANU ARTÜZ


CENK AKINCILAR


BUSE KASAPOĞLU ÖZEN

50 binden fazla kişinin çalıştığı Migros'ta çalışanların yüzde 81'i Y kuşağından. Migros'ta da 57 yaşından büyük, baby boomers kuşağından kimse bulunmuyor. Migros İK Uzmanlık Merkezleri ve İdari Birimler İK İş Ortaklığı Direktörü Oğuz Aran, Y kuşağı çalışan oranının yüksek olması nedeniyle genç yönetici sayısının her geçen gün arttığını belirtiyor. Z kuşağı çalışan oranının yüzde 5 olduğunu söyleyen Aran, "Y ve Z kuşaklarını tanımak, kariyer tercihlerini ve beklentilerini anlamak için kapsamlı araştırmalar yapıyoruz" diyor.

HANGİ KUŞAK GİDİYOR?

Şirketlerden 1946-1964 arası doğumlu baby boomers ve X kuşaklarının çıkışı sürüyor. Hepsiburada, GittiGidiyor, Migros, Mikro Yazılım, TSKB, PSA Türkiye'de 57 yaşından büyük, baby boomers kuşağından kimse bulunmazken bunların yerini sayıları hızla artan ve global ilk nesil olarak adlandırılan 1996 sonrası doğan Z kuşağı alıyor.

QNB Finansbank İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Cenk Akıncılar, başarılı olmak isteyen ve gelecek odaklı düşünen Z kuşağının iş hayatına getireceği yeni soluk için heyecanlı olduklarını söylüyor. Z'lerin iş hayatında başarıyı yakalayıp gelecek plan ve hayallerini gerçekleştirmek istediğini belirten Akıncılar, "Z kuşağı bu realist ve pragmatik yönüyle Y kuşağının 'her şeyi yapabilirim' diyen iyimser ve idealist bakış açısından ayrılıyor" diyor.

Çalışanların yüzde 21'inin Z kuşağına mensup olduğunu belirten İGA İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Nihat Çukurkaya, Z kuşağı çalışan sayılarının önümüzdeki 10 yılda kayda değer şekilde artacağını ifade ediyor. Çukurkaya, kuşak çatışmasını önlemek için yaşı veya rolü ne olursa olsun, herkesin düşüncelerini paylaşmasını, önerilerde bulunmasını, dinlenmesini, değer üretmesini ve projelerde rol almasını önemsediklerini söylüyor

Y ve Z kuşakları arasında önemli farklılar olduğunu söyleyen Anadolu Efes Grup İnsan Kaynakları Direktörü Banu Artüz, "Y kuşağı seyahate ve anı yaşamaya Z kuşağına göre daha çok önem verirken teknoloji ve dijitalleşmenin içine doğan Z kuşağı sürdürülebilirlik, eşitlik gibi değerleri çok önemsiyor" diyor. Kuşak yönetiminde çatışmayı önlemekten çok uyumu yakalamaya odaklandıklarını söyleyen Artüz, "Tüm kuşakların birbirinden farklı ve güçlü alanlarını bilmek, onlara gelişim alanı yaratmak ana stratejimiz" diyor.

ÇATIŞMAYI ÖNLEMEK

Çalışanlar arasındaki kuşak çatışmasını önlemek için en fazla uygulanan yöntemler arasında mentorluk programları dikkat çekiyor. "Kuşaklar arasındaki farklılıkların bilincindeyiz ve bunu olumsuz olarak değil bizi güçlendirecek bir konu olarak ele alıyoruz" diyen Aselsan İK Direktörü Can Demir, mentorluk uygulamalarıyla farklı kuşaklardan çalışanların birbirinden beslenmesini sağladıklarını belirtiyor.

TSKB'de de kuşak çatışmasını önlemek için tersine mentorluktan yararlanılıyor. TSKB İK Müdürü Melis Çakıroğlu, "Tersine mentorluk



"TERSİNE MENTORLUKTAN YARARLANIYORUZ"

SERHAT DEMİR
TURKCELL GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

GENÇ YETENEK PROGRAMI

Genç Yetenek Programı kapsamında Turkcell'de nesiller arası diyaloğun gelişmesi için tersine mentorluk programını geliştirdik. Yaklaşık 6 yıldır Turkcell'de çalışan, 29 yaş altı gençler genel müdür ve genel müdür yardımcıları karşısında mentor koltuğuna oturuyor ve GNCMNTR programıyla üst düzey yöneticilere yeni neslin dünyasını gençlerin gözünden algılayabilmeleri için mentorluk yapıyor.

BAĞIMLILIK ARTIYOR

Tersine mentorluk programı GNCMNTR ile Turkcell'de çalışan en genç takım üyeleri iç görülerini anlatırken, yeni neslin teknolojiye bakış açısını ve iç görülerini de aktarıyor. Ayrıca programla, kurum içinde kuşaklar arası dayanışma ve iletişimin artırılması, genç çalışan bağlılığının artırılması, kurumsal öğrenmenin zenginleştirilmesi, teknoloji kavrayışının ve bu konudaki çalışan öngörülerinin paylaşımı amaçlanıyor.

programının amacı karşılıklı öğrenmeyi desteklemek, kuşaklar arasındaki iletişimi ve sinerjiyi kuvvetlendirmek" diyor.

Farklı jenerasyonları grup içindeki mentorluk, genç yetenek gelişim programı ve iç iletişim aksiyonlarıyla sıklıkla bir araya getirdiklerini anlatan Borusan Holding İK ve Kurumsal İletişim Grup Başkanı Nursel Ölmez Ateş böylece anlayış ve empatinin yükseldiği bir organizasyonda, farklı jenerasyonların farklı dünyalar olmaktan çıktığını söylüyor.

Kuşak farklılığı olarak değerlendirilen problemin anlamaya çalışmak yerine anlatmaya çalışmaktan kaynaklandığını belirten Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı Hakan Alp ise "Çalışanların beklentisini anlamak için o neslin tanıklık ettiği değişim ve dönüşümü göz önünde bulundurmamız gerekiyor" diyor. Alp, kurum bağlılığı düşük genç nesil için çalışan deneyiminin iyileştirilmesi gerektiğine dikkat çekiyor.

"KUŞAKLARI İYİ ANLAMAYA ÇALIŞIYORUZ"



DR. İLKER MET
ZİRAAT BANKASI İK GRUP BAŞKANI

İLETİŞİM BECERİLERİ

Kuşakları ve kuşakların farklılıklarını anlamaya çalışıyoruz. Kuşakların iletişim becerilerine önem vermek ve işlerin yapılış süreçlerine tüm çalışanları dahil etmek, her kuşaktan çalışanın birbiriyle çalışmasının yolunu bulmasını sağlıyor. Yöneticilerin her kuşağın farklı özelliklerinin olduğunu bilerek kişilere yaklaşması da tüm çalışanların motivasyonunu olumlu etkileyerek verimliliğini yükseltiyor.

SABIR AZALIYOR

Kuşaklar yenilendikçe beklemeye yönelik sabır da azalıyor. Bu nedenle bankamızdaki kariyer yolunu görev pozisyonu ve unvana göre yeniledik. İşinde başarılı ve heyecanı olan çalışanlarımız daha hızlı görev pozisyonlarında hareket ediyor. Yeni kuşakların daha hevesli, esnek ve hızlı adapte olduğu bu uygulamayla çalışanlarımızın motivasyonunu artırdığımızı düşünüyoruz.

Farklı kuşakları bir araya getirerek bilgi paylaşımı ve sinerji yaratmayı hedeflediklerini söyleyen Setur İK & İdari İşler Direktörü Batur Aksoy da, mentorluk programlarından yararlandıklarını söylüyor. Aksoy, "Farklı kuşaklardan çalışanların kazandıkları farkındalık ve edindikleri yeni bakış açılarıyla inovasyonu geliştirecek şirket iklimi yaratıyoruz" diyor.

PERFORMANS ARTIYOR

Farklı kuşakların bir arada çalışması, kuşaklar arası çatışma önlendiği taktirde şirketin performansını pozitif yönde etkiliyor. Ayrıca kurum kültürünü zenginleştirip kurum içi çeşitlilik, yaratıcılık ve inovasyonu artırıyor.

Başarılarını 4 kuşağın iş birliği ve güven ortamında çalışmasına borçlu olduklarını belirten Kibar Holding İK Bölüm Başkanı Şennur Kuru, "Kuruluşumuzdan bu yana bilgi ve birikimi kuşaklar boyunca birbirine aktaran birbirinden öğrenme kültürünü destekleyen bir çalışma ortamı yaratmayı hedefliyoruz" diyor. Kuru, amaçlarının her kuşağın güçlü yönlerini ortaya çıkararak kuşaklar arası iş birliğini artıracak ortamlar yaratmak olduğunu belirtiyor.

Coşkunöz Holding İnsan Kaynakları Direktörü Arzu Öneyman da yönetiminde farklı yaş gruplarından kişilerin olmasının çeşitliliği sağladığından şirket performansına olumlu katkı yaptığını söylüyor. Öneyman, "4 kuşağın bir arada çalıştığı büyük bir kuruluş olarak, beklenti ve motivasyonları birbirinden çok farklı bu kuşaklar arasında uyum sağlamanın en önemli yolunun farklılıkları vurgulamak yerine anlamaya odaklanmak olduğunu, bunu yapabilmek için de kuşaklar arası güçlü bir iletişim kurmak gerektiğini düşünüyoruz" diyor. Öneyman'a göre kuşakların birbirini tanıyarak empati kurabilmesi, farklılıkları ayrıştırıcı bir unsur değil bir zenginlik olarak kabul edip saygı gösterilmesi işin özünü oluşturuyor.

Çalışanların çocukları da dahil edildiğinde 5 kuşak bir arada çalıştıklarını söyleyen Mercedes-Benz


ARZU ÖNEYMAN


NURSEL ÖLMEZ ATEŞ





Türk İnsan Kaynakları Direktörü Betül Çorbacıoğlu Yaprak, "Bu çeşitliliğimizi bir zenginlik ve birbirimizden öğrenme fırsatı olarak görüyoruz" diyor.

FARKLI UYGULAMALAR

Her şirketin kuşak uyumu için uygulaması farklı. Ancak her birinin ortak noktası farklı yollarla tüm kuşakları bir araya getirmeye çalışmak. BAT Türkiye, Kafkaslar, Kuzey Afrika Bölgesi İK Direktörü Gökçe Kulak, şirkette stajyerlerden en üst düzey yöneticilere kadar herkesin birbirine ismiyle hitap ettiğini söylüyor ve ekliyor: "Bu da rahat, samimi bir iletişim ortamı sağlıyor. Bu iletişimi, 'cup of chat' adını verdiğimiz yönetici ve genç kuşak buluşmalarıyla pekiştiriyor ve fikirler arası köprü kuruyoruz." Eczacıbaşı Holding İK Grup Başkanı Eylem Özgür de şirket kararlarını katılımcı bir şekilde aldıklarını, çalışan deneyimine özen gösterdiklerini söylüyor ve "Birbirimizden öğrenmenin gücüne inanıyor, yaş ve kıdem gözetmeksizin kişisel ve mesleki birikimlerini paylaşmak isteyen arkadaşlarımızı iç eğitmenlik ve tersine mentorluk uygulamalarımızla bir araya getiriyoruz" diye konuşuyor.

Şirket bünyesinde iş dışı aktivitelerle kuşaklar arasında yakınlaşmayı sağlayanlar da var. GittiGidiyor CPCO Murat Yüksel, yeni nesil için izledikleri yöntemleri şöyle özetliyor: "Her hafta düzenlediğimiz oyun turnuvalarında Z kuşağı çalışanlarımız X kuşağına yeni oyunları öğretiyor. Kimi zaman da tam tersi oluyor. Kuşak uyumunu sağlayan uygulamalarımız çalışanların ortak yönlerini fark etmelerini sağlıyor." Mediamarkt Türkiye İK Direktörü Seçil Namruk, geri bildirimi destekleyecek uygulamaları aktif olarak kullandıklarını söylüyor ve ekliyor: "Her yıl, performans değerlendirme döneminde 'Aç kendini, Aş Kendini' sloganıyla geri bildirim günleri düzenliyoruz. Liderlik gelişim programlarından birisi de kuşaklar arası farklılıklar ve birlikte çalışma becerisini güçlendirmek."

4 ŞİRKETİN YAKLAŞIMI

GERİBİLDİRİM ÖNEMLİ



Socar Türkiye İnsan Kaynakları ve Kurumsal Hizmetler Başkanı Sibel Uğur, her kuşaktan çalışanın fikir ve önerilerini özgürce dile getirebilecekleri platformlar oluşturduklarını söylüyor. 'Sürekli Performans' ve 'Sürekli Geri Bildirim' uygulamalarıyla Y kuşağının geri bildirim alma, esnek ve çevrimiçi olma özelliklerine hitap ettiklerini belirtiyor.

YAKINLAŞTIRMA STRATEJİSİ

Mercedes-Benz Türk İnsan Kaynakları Direktörü Betül Çorbacıoğlu Yaprak tersine mentorluk uygulamalarıyla yönetici ve genç çalışanlarını bir araya getirerek birbirlerinin bakış açısı ve beklentilerini anlamalarını sağladıklarını söylüyor. Böylece farklı jenerasyonları yakınlaştırmayı hedeflediklerini belirtiyor.

KÜLTÜR ELÇİLERİ DEVREDE

Polisan Holding Stratejik İnsan Kaynakları Direktörü Dr. Hilal Gökkaya, kendi içlerinde kültür elçileri belirlediklerini söylüyor ve ekliyor: "Bunu yaparak değerlerimizin, davranış modelimizin adeta bir misyoneri olarak uygulanmasına mentorluk edilmesini sağlamak istiyoruz. Kuşaklar arası uyum sağlarken hem yatay hem dikey uyumlanmaya ulaşmayı amaçlıyoruz.

SAMİMİ ORTAM

Sofra/Compass Group Türkiye İnsan ve Kültür Genel Müdür Yardımcısı Necla Aksoy, Z kuşağının farklılığına dikkat çekiyor ve ekliyor: "Onları yönetebilmek, yönetici rollerini üstlenmelerini sağlamak için esnek, rahat ve samimi bir kurum kültürüne ihtiyaç var. Asıl kritik nokta kurum hafızasının sistematik bir şekilde şirket içinde kalmasının sağlanması ve bilginin hiçbir şekilde kıdemli çalışanların tekelinde kalmadığından emin olunması."



ASLI SÖZBİLİR
asozbilir@capital.com.tr

EN ÖNEMLİ BAŞARIM

Gerek iş gerek özel hayatımda bana bugünümü veren, mutlu, sürdürülebilir ve dengeli bir hayat kurmamı sağlayan en kıymetli özelliğimin sağduyum olduğunu söyleyebilirim.



ÇOCUKLUĞUMDA

Çocukluk yıllarım 1970'lere denk geliyor. O dönemlerde imkanlar daha az ama hayaller daha çoktu. Her zaman bir şeyler keşfedip o konuda tanınmış bir insan olmayı hayal ederdim. Okuduğum Jules Verne romanlarının etkisiyle olsa gerek fantastik şeylere ilgim vardı.

MEZUN OLDUĞUMDA

Mezun olduğum dönemde, hep iyi bir finansçı olmayı hayal ediyordum. İş hayatıma da finansçı olarak başladım. Ama hayat biraz kendi isteğim biraz da önüme çıkan fırsatlar aracılığıyla beni farklı alanlara doğru sürükledi ve iyi de oldu.



HOBİM

Felsefe üniversite yıllarından beri büyük merakımdı, şimdi İstanbul Üniversitesi'nde uzaktan eğitimle felsefe okuyorum. Soyut kavramlar üzerinden tartışmaktan çok keyif alırım. Diğer bir keyfim seyahat etmek, olabildiğince çok yer görmeyi istiyorum.



KORAY KÜÇÜKYILMAZ

TATİLSEPETİ GENEL MÜDÜRÜ

EĞİTİM YOLU

Ankara Lisesi, Ankara (1983-1986)

ODTÜ, İşletme Bölümü (1986-1992)

KARİYER YOLU

DYO, Finansman Şefi (1992-1994)

DYO, Pazarlama Şefi (Endüstriyel Boyalar ve Oto Boyaları) (1995-1997)

Yaşar BASF Otomotiv Boyaları, Pazarlama Müdürü (1997-1999)

Yaşar Grup, Kutupyıldızı Yeniden Yapılanma Projesi, Proje Yöneticisi (1999-2000)

Yaşar Boya Kimya Grubu, İnsan Kaynakları Direktörü (2000-2001)

Dyo, Satıştan Sorumlu Endüstriyel Boyalar Genel Müdür Yardımcısı (2001-2002)

Dyo, Endüstriyel Boyalar Genel Müdürü (2002-2003)

Yaşar Boya Kimya Grubu, İhracat Koordinatörü (2003-2004)

Öger Travel&Services A.Ş, Genel Müdür (2004-2007)

Doğuş Sanayi Kimyasalları, Partner (2007-2010)

Öger Grup, CEO (2010-2013)

Tatilsepeti, Genel Müdür (2014- ...)

YAŞAM MOTTOM

İyi şeyler hayal eder ve düşünürsem, başıma iyi şeyler geleceğini düşünüyorum.

İŞ FELSEFEM

İş felsefem ve hayat felsefem birbirinden farklı değil. Her iki yaşantımda da konuları olabildiğince basite indirgemeye çalışırım. Eğer basite indirgemeyi becerebilirsek, sorunların üstesinden gelmek ve başarıya ulaşmak çok daha kolay oluyor.

KARİYER HEDEFİM

Üniversiteden mezun olduğumda, hayal ettiğim kariyer hedeflerine beklediğimden daha kısa zamanda ulaştım. 34 yaşında genel müdür oldum, son 16 yıldır farklı şirket ve sektörlerde tepe yönetici olarak çalışıyorum. Önümde verimli çalışabileceğime inandığım 10 yıl daha olduğunu düşünüyorum. Bu dönemi de aktif olarak sürdürmeyi planlıyorum.

BAŞARI FORMÜLÜM



Olayları olabildiğince basite indirgeme yöntemim sayesinde karşımdaki tüm paydaşlara bir konuyu net ve anlaşılır şekilde aktarabiliyorum. Mesaj doğru algılanırsa, sonuç da daha başarılı ve daha kısa sürede gerçekleşiyor.

EN ÖNEMLİ GÜNDEMİM

Tatilsepeti bir turizm şirketi olmaktan daha ziyade bir teknoloji şirketi. Dolayısıyla gündemimizde her zaman dijitalleşme, teknolojik gelişme ve iyileşme var.

Tırmanış

"ÖNCELİĞİMİZ İŞ ORTAKLARIMIZA DESTEK OLMAK"

NIELSENIQ TÜRKİYE PERAKENDE HİZMETLERİ DİREKTÖRÜ SERHAT SÜKAN, "E-TİCARETE ODAKLANDIK " DİYOR.

Serhat Sükan, İstanbul Üniversitesi İngilizce İşletme ve University of Colorado Finans Master'ı sonrasında kariyerine PepsiCo uluslararası pazarlama bölümünde pazarlama uzmanı olarak başladı. Türkiye'ye dönüşü sonrasında 2002 yılında British American Tobacco'da önce ticari pazarlama departmanında sonra da marka yönetiminde görev aldı. 2005'te Henkel'e marka müdürü olarak transfer oldu. Sükan, Hero Ülker ortaklığında pazarlama müdürü görevinin ardından 2014'te NielsenIQ Türkiye Perakende Ölçüm Hizmetleri departmanında Lokal Firmalardan



Sorumlu Grup Müdürü oldu. 2020 yılının Aralık ayında ise NielsenIQ Türkiye Perakende Hizmetleri Direktörü olarak yeni görevine başladı.

"Kariyer hedefim, Türkiye'nin bağlı bulunduğu Doğu Avrupa bölgesinde parlamasını sağlamak ve bu vesileyle NielsenIQ'nun global yönetim kademesinde Türkiye'yi başarıyla temsil etmek" diyen Sükan, en önemli gündem maddelerini şöyle sıralıyor: "E-ticaret, daha da önem kazanıyor, bu doğrultuda e-ticareti daha yakından takip etmek üzerine birçok çalışmamız mevcut. Hedefimiz, NielsenIQ'nun e-ticaret ölçümlemesini bir endüstri standardı haline getirmek. Herkesin veriye ve bilgiye ihtiyacı olduğu bu zorlu dönemde, bilinmezi bilinir kılarken tüm iş ortağı perakendecilerimize destek olmak birinci önceliğimiz."

Yolculuk



Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi'nden mezun olan Dr. Dilara Balkan, Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi'nden farmakoloji uzmanlığını aldı. Aynı zamanda Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde pazarlama yüksek lisansı yapan Balkan, uzmanlığını almasının hemen ardından 2003'te Pfizer Türkiye'ye medikal müdür olarak katıldı. 2007'de klinik araştırmalar müdürü, 2008-2009 arasında ruhsatlandırma ve fiyatlandırma müdürü olarak çalıştı. Sonrasında terapötik alan müdürü oldu. 2014'te Pfizer Türkiye Medikal Direktörü olarak atanan Balkan, Ocak 2019'dan beri Pfizer Gelişen Pazarlar Afrika ve Orta Doğu Bölgesi İnflamasyon ve İmmünoloji Kıdemli Medikal Direktörü olarak çalışıyor.

"Ajandamda teletıp var"

❶ En değerli deneyimi

Afrika ve Orta Doğu bölgesinde en büyük sorumluluk olarak gördüğüm konu, fırsat eşitsizliği. Kuzey Afrika ülkelerinde ve Sahra Altı Afrika'da herhangi bir gelişmiş tedaviye erişim, gelişmiş ülkelerden 6-10 yıl sonra olabiliyor. Bu zamanı kısaltabilmek için 2020 içinde 10'dan fazla çalışma başlattık. Hastaların tedaviye erişimlerini kolaylaştırabilmek için 16 "Hasta Destek Programı" hayata geçirdik.

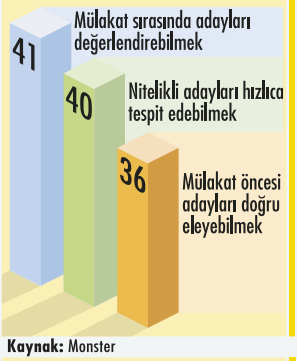
❷ Kariyer hedefi

Yaratıcı çözümlerle sahra hekimlerinin eğitimine destek olmak, teknolojiyi kullanarak büyük şehirlerdeki hekimlerin uzaktaki hastalara da bakabilmesine yarayacak çözümler bulmak.

❸ Gündemi

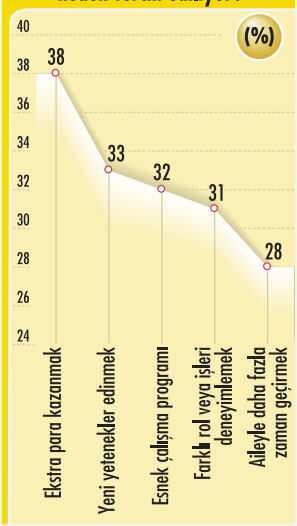
Teletıp, şu an gündemimizin en önemli maddesi. Geçen yıl içinde yer aldığımız terapötik alanlarda iki hibe programı açtık, bu yıl onların saha uygulamaları için çalışıyoruz. Teletıp yeni bir kavram olduğu için uygulamasının standardize edilmesi için bölgesel derneklerle çalışıyoruz.

2021'de işe alım sürecindeki en büyük zorluklar (%)



Kaynak: Monster

Kısa dönemli işler neden tercih ediliyor?



Kaynak: Finances Online

İşi dönüştürürken alınan en önemli aksiyonlar neler?

(%)	
Büyümeyi, adaptasyonu ve esnekliği baş tacı eden bir organizasyon kültürü inşa etmek	45
Ek beceriler edindirme, beceri tazeleme ve mobilite yoluyla iş gücü kapasitesi inşa etmek	41
Yeni teknolojileri getirip, uygulamak	35
Yeni iş pratikleri, politikaları ve girişimleri inşa etmek	31
Yeni iş sonuçlarını desteklemek için organizasyonu yeniden yapılandırmak	22
İnsanlar ve makinelerin birlikte çalıştığı iş portföyleri oluşturmak	16

Kaynak:
Deloitte Global Human Capital Trends Survey

EN KIDEMLİ "C" KİM?



C-SEVİYEDE KAÇ YIL?

Şirket	İsim	Mevcut pozisyon	Şirketteki toplam kıdemi	C-level kıdemi
Sarkuysan	Sevgür Aslanpay	Genel Müdür	38	21
Uludağ İçecek	Mete Öz	CEO	24	20
Fark Holding	Ömer Burhanoğlu	CEO	38	18
Eyüp Sabri Tuncer	Sibel Ergin	COO	17	17
QNB Finansbank	Temel Güzeloğlu	CEO	17	15
Mercedes-Benz Türk	Süer Sülün	İcra Kurulu Başkanı	33	14
Anadolu Sigorta	Filiz Tiryakioğlu	Genel Müdür Yardımcısı	36	13
Pronet	Engin Kurtay	Genel Müdür Yardımcısı	20	13
KPMG Türkiye	Murat Alsan	Başkan	26	12
Betek	Mert Erdoğ	Genel Müdür Yardımcısı	20	11
GittiGidiyor	Murat Yüksel	CFO	11	11
Lila Group	Meliha Seyhan	CFO	11	11
Saray Holding	Adnan Demirdağ	Yatırım ve Finans Grup Başkanı	34	11
Sapro	Nurettin Köprü	Muhasebe & Yasal İşler Direktörü	26	10
Aktif Bank	Muzaffer Suat Utku	Genel Müdür Yardımcısı/ İcra Kurulu Üyesi	14	9
Abdi İbrahim	Süha Taşpolatoğlu	CEO	15	8
Amgen Türkiye ve Gensenta	Canan Arslan Girsault	Hukuk Müşaviri	8	8
Aras Kargo	Utku Ayyarkın	Genel Müdür	17	7
DHL Express Türkiye	Mustafa Tonguç	CEO	24	7
Akcoat	Ahmet Madenli	Global Satış Direktörü	20	5

Son 5 yıla baktığımızda Türkiye'de en büyük 100 şirketin yüzde 70'inden fazlasında CEO değişimi yaşandı. 2019'un başından bu yana Nestle'den Türk Traktör'e, Turkcell'den Sabancı Holding'e farklı sektörlerden 70'in üzerinde şirkette üst düzey yönetim değişikliği oldu. Hangi sektörlerde, hangi tepe pozisyonlar dayanıklılığını korudu? Uzmanlar, içeriden yetişen, tüm fonksiyonları tanıyan, şirket kıdemi yüksek CEO, GMY ve CFO'ların çoğunlukla "koltuğunu en uzun süre koruyan C'ler" olduğunu düşünüyor. Kurumsal sürdürülebilirlik ve hızlı aksiyon alma becerisi de C-seviyede kalma süresini uzatıyor.

ASLI SÖZBİLİR • asozbilir@capital.com.tr



Son birkaç yıldır şirketlerin üst yönetimlerinde değişim trendi hakim. 2019'da Türkiye'de CEO sirkülasyonu bir önceki yıla göre yüzde 30'un üzerine çıkarken, 2020'de pandemiyle birlikte bu değişim süreci tüm seviyelerde hızını artırdı. Odgers Berndtson Türkiye Yönetici Ortağı Ayşe Öztuna Bozoklar, "C-seviyede ortalama çalışma süreleri geçmişte çok daha uzunken giderek kısalıyor. Türk C-seviye yöneticilerin 5 yıl civarında görev yaptıklarını görüyoruz" diyor.

Peki, dünyada C-seviyede bir yöneticinin ortalama görevde kalma süresi ne kadar? Korn Ferry'nin 2020'de farklı sektörlerden en büyük 1.000 Amerikan şirketiyle yaptığı araştırmaya göre herhangi bir C-seviye yöneticinin ortalama koltukta kalma süresi 4,9 yıl. En tepedeki yöneticilerde bu süre artma eğiliminde. Örneğin CEO'lar ortalama 6,9 yılla görevde kalma süresi en uzun olan C-seviye yöneticiler. C-seviyede CEO'dan

sonra ortalama 4,7 yılla CFO'lar, ardından da 4,6 yılla CIO'lar geliyor. C-seviyede en düşük görevde kalan pozisyonlar; 3,7 yılla CHRO'lar ve 3,5 yılla da CMO'lar. Sektörel bakıldığında finans, ortalama 5,4 yılla C-seviye yöneticilerin koltuklarında en uzun kaldıkları sektör. Onu ortalama 5 yılla sanayi sektörü takip ediyor. Tepe yöneticilerin görevde kalma süresinin en düşük olduğu sektörlerse 4,6 yılla teknoloji, 4,5 yılla da sağlık olarak öne çıkıyor.

Pozisyonların sektörlere göre durumuna bakıldığında, ortalama 8,4 yılla finanstaki CEO'lar en yüksek görevde kalma süresine sahip. En uzun görevde kalan CFO'lara ortalama 5 yılla sanayi sektöründe rastlanıyor. Yine enerji sektöründeki CIO'lar ortalama 5,3 yılla diğer sektörlerdeki mevkidaşlarının açık ara önüne geçiyor.



MERİH GÜNEY

SÜRDÜREBİLİRLİK ÖNEMLİ

Peki, Türkiye'de C-seviye dayanıklılığında son durum nedir? Finans tarafına baktığımızda en kıdemli C'lerin genel müdür ve genel müdür yardımcısı koltuğunda oturduğu görülüyor. QNB Finansbank ve Aktif Bank buna iyi birer örnek. 33 yaşındaki QNB Finansbank'ta genel müdür Temel Güzeloğlu 15 yılla bankada en uzun süre C-seviyede kalmış isim. Bankadaki toplam kıdemiyse 17 yıl. QNB Finansbank İK Genel Müdür Yardımcısı Cenk Akıncılar kurum kültürünün devamı için tepe isimlerin kıdeminin önemli olduğu görüşünde. Akıncılar, "Bugüne kadar 6 genel müdürümüz banka içinden yetişti. Her yönetici adayımız gibi C-seviye yöneticilerimizin içeriden yetişmesine önem veriyoruz" diyor.

C-seviye yöneticilerinin ortalama kıdemi 7 yılın üzerinde olan Aktif Bank'ın halihazırdaki en kıdemli C'si uluslararası bankacılıktan sorumlu genel müdür yardımcısı Muzaffer Suat Utku.

2007'de bankada çalışmaya başlayan Utku, 1 Mart 2012'den bu yana C-seviye olarak görev yapıyor. Aktif Bank Çalışan Deneyimi Başkanı Merih Güney, sektörel olarak bakıldığında bankacılık üst yönetiminde, diğer sektörlere kıyasla göreceli olarak daha az sirkülasyon olduğunu söylüyor, "Özellikle kurumsal sürdürülebilir stratejiler açısından yönetici kadrolarında kıdemin kıymetli olduğuna inanıyoruz" diyor. Güney, üst düzey yöneticilerin "uzun kıdeminin" müşteri ve çalışan ilişkileri açısından önemine de dikkat çekiyor.

"İLHAM VERİYOR"

Sigorta ve danışmanlıkta da içeriden yetişen ve C-seviyede uzun kıdemli tepe yöneticilerin varlığı dikkat çekiyor. Örneğin Anadolu Sigorta'nın genel politikası yeni mezunları işe alıp, uzun yıllar teknik ve kişisel gelişim eğitimleriyle destekleyerek yönetici unvanlarına yükseltmek. Bu yöntem sonucu şirketin halihazırda son derece düşük olan personel devir oranı da kıdem arttıkça aşağıya çekiliyor. 13 yılla Anadolu Sigorta'nın en kıdemli C-seviye yöneticisi olan I. genel müdür yardımcısı Filiz Tiryakioğlu'nun durumu buna iyi bir örnek. Tiryakioğlu şirketteki toplam 36 yıllık kariyerinin



"KIDEMLİ CEO GÜÇ KATIYOR"

BETÜL ÇORBACIOĞLU YAPRAK
MERCEDES-BENZ TÜRK İK DİREKTÖRÜ

"1988'DEN BERİ"

Şirketimizdeki kıdemi en yüksek C-seviye yöneticimiz icra kurulu başkanımız Süer Sülün. 2007 yılından bu yana otobüs ve kamyon pazarlama ve satış direktörlüğü görevini sürdüren, bu göreve ek olarak 2016 yılında icra kurulu başkanlığı (CEO) görevine atanan Süer Sülün, 1988 yılından beri Mercedes-Benz Türk ailesi üyesi.

GÜVEN DUYGUSU

Mercedes-Benz Türk'ün Türkiye'deki 54 yılının 33 yılına tanıklık eden üst düzey bir yöneticinin şirkette bulunması çalışanlarda ve iş ortaklarımızda güven duygusu yaratıyor. Şirket kültürüne, kurumsal hafızaya, işin dinamiklerine hakim istikrarlı yaklaşımıyla, rekabet ortamında doğru yönetsel uygulamalarla, şirketin kültürel dönüşümünden müşteri deneyimine, kârlı büyümeden dijitalleşme çalışmalarına kadar her alanda şirketi güçlü kılıyor.

8 yılını GMY olarak sürdürmüş durumda. 2013 yılından bu yana ise I. genel müdür yardımcısı olarak görev yapıyor.

KPMG Türkiye'nin en kıdemli C-seviye yöneticisi de 26 yıldır kurumda görev yapan şirket başkanı Murat Alsan. Alsan, 1995 yılında denetim bölümü asistanı olarak başladığı KPMG Türkiye'de 2004'te partner, 2009'da denetim bölümü başkanı oldu. 2017 yılından itibaren de şirket başkanı olarak görev yapıyor. KPMG Türkiye İK Direktörü Neslihan Çakıt, "Şirket başkanımızın asistanlıktan başkanlığa uzanan kariyer yolculuğu tüm KPMG'lilere ilham veriyor, her yıl aramıza katılan yeni mezun arkadaşlarımıza yol gösterici oluyor. Şirket içindeki tüm kariyer basamaklarını deneyimlemiş olması, bu pozisyonlarda görev yapan KPMG'lilerin yaşadığı tüm zorluklara son derece hakim olmasını beraberinde getiriyor. Bu hakimiyet de elbette çalışanlarla ilgili verilen tüm stratejik kararlarda oldukça olumlu bir etkiye sahip" diyor.

REKABET AVANTAJI

Lojistik ve kargoda operasyonun farklı alanlarında tecrübe kazanmış CEO'ların en uzun süre C pozisyonda kalanlar olduğu görülüyor. Örneğin Aras Kargo'da "en kıdemli C" 7 yılla şirketin şu anda genel müdürü olan Utku Ayyarkın. 2004'ten beri şirkette olan Ayyarkın, C-seviyeye 2014'te operasyondan sorumlu genel müdür yardımcısı olarak adım atmış. Aras Kargo İK Genel Müdür Yardımcısı Selda Özacar, bu pozisyonda kıdemin sektörel avantajını şöyle anlatıyor: "Kargo sektöründe 'operasyonun yönetimi' süreç tasarımları, ekiplere yakın olabilmek, dijital dönüşüme öncü olacak kararlar almak anlamında oldukça kritiktir. Yoğun teknik bilgi ve sektörel deneyim gerektirir. Farklı departmanlarda örneğin satış yönetimi, iş geliştirme gibi alanlarda tecrübe kazanımı da büyük resmi görme açısından kariyer planlarımızın bir parçasıdır."

DHL Express Türkiye'de de kıdemi en yüksek C-seviye yönetici, 1 Mayıs'ta CEO'luğa getirilen Mustafa Tonguç. DHL'deki kariyerine 1997'de DHL Almanya Operasyonları'nda başlayan Tonguç, daha sonra DHL Express Türkiye'de operasyondan sorumlu genel müdür yardımcılığı ve satıştan sorumlu genel müdür yardımcılığı görevlerini yönetti. DHL Express Türkiye İK ve Kaliteden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ayla Çetinbora, "24 yıldır DHL'de farklı birimlerde ve pozisyonlarda hizmet veren birinin CEO'luğa yükselmesi hem kurum hem çalışanlar açısından önemli avantaj sağlıyor. Çalışanların içinden geldiği için ekibimizi yakından tanıyor, bu da çalışanların ihtiyaçlarını tespit etmede ve çözüm üretmede hızlı aksiyon almamızı kolaylaştırıyor" diyor.





CFO'LAR KIDEMLİ

Rekabet avantajı yaratabilme kriteri hijyenik kağıt sektöründe de C-seviye kıdemi belirliyor. Lila Group İK Direktörü Tuba Sütlü, üst düzey rollerin, yönetim kuruluna nispeten daha yakın olmaları ve şirketin iş sonuçlarını doğrudan etkilemeleri nedeniyle diğer rollere göre daha fazla sirkülasyona uğrayabileceğini belirtirken, "Şirketin rekabetçi gücünü ortaya çıkaran rollerde sadakati sağlayabilmek önemlidir" diyor. Bu bağlamda hijyenik kağıt sektöründe tepe seviyede en kıdemlilerin maliyet yönetimi alanındakiler olduğu anlaşılıyor. Örneğin Lila Group'taki "en kıdemli C", şirkete CFO olarak giren ve 11 yıldır CFO koltuğunda oturan Meliha Seyhan…

Sütlü, kıdemli CFO'nun şirket için önemini şöyle anlatıyor: "Liderlik, strateji belirleme, risk yönetimi gibi önemli sorumlulukların bulunduğu bu pozisyonda, doğru yönetim adına kültür ve değerlerimizi özümsemiş kişilerin olması, şirket hafızasına sahip olması önem arz ediyor."

Sapro'da da C-seviyedeki en kıdemli kişi 10 yılla muhasebe ve yasal işler direktörü/icra kurulu üyesi Nurettin Köprü. Köprü, 26 yıldır şirkette görev yapıyor. Sapro İK Direktörü Nilgün Zincirkıran, "Bu pozisyonda uzun süreli bir üst düzey yöneticinin bulunması; şirketimizin yıllar içerisinde geldiği noktanın ve şirketimizin gelişim ve başarılarının yeni nesil çalışanlara aktarılması bakımından büyük önem taşıyor. Şirketle ilgili ihtiyaç duyulan geçmiş bilgilerin paylaşılmasını da sağlıyor" diyor.

RİSKİ OKUYAN KAZANIYOR

Hızlı tüketim ve e-ticaret sektöründe pazar analizini doğru yapan, şirketin stratejik hedef ve risklerini doğru belirleyen tepe pozisyonların kıdemi daha uzun. Örneğin Saray Holding'de "en kıdemli C", 11 yılla yatırım ve finans grup başkanı olarak görev yapan Adnan Demirbağ. Demirbağ'ın holdingdeki toplam kıdemiyse 34 yıl… Saray Holding İK Müdürü Oğuz Çalışkan, "Bu pozisyonda uzun süreli bir üst düzey yöneticimizin olması şirketimize, stratejik risklere odaklanarak gelecekte nelerin işlerimizi zedeleyebileceğini belirleme, yeni zorluklara uyum sağlama ve yeni ortaya çıkan fırsatlardan fayda elde etme konusunda avantaj sağlıyor" diyor. Uludağ İçecek'te ise "en kıdemli C" 20 yılla şirkette 1997'den beri çalışan CEO Mete Öz. Şirketin İK müdürü Gürkan Özken, Öz'ün şirket içindeki uzun deneyiminin yarattığı kurumsal faydaları şöyle özetliyor: "C-seviye yöneticilerin örgütsel bağlılığı şirketlerin başarısını daha ileri taşımanın temel taşlarından birisi."

KİMLER UZUN SÜRE KALIYOR?

ÖNE ÇIKAN POZİSYON VE SEKTÖRLER

Algoritma Yönetici Ortağı Ali Özgenç, en dayanıklı olan C-seviye pozisyonun CEO'luk olduğunu düşünüyor. "Daha sonra CFO'lar geliyor. Son yıllarda C grubuna giren CHRO'lar da dayanıklılar arasında. En dayanıksız ise CMO" diye konuşuyor. C-seviye yöneticilerin en uzun süre kaldığı sektörlerle ilgili ise Ergene Consulting & HGA Group Türkiye Şirket Ortağı İbrahim Paksoy, geleneksel nitelikteki üretim, bankacılık, otomotiv gibi sektörlere dikkat çekiyor ve ekliyor: "Değişim hızının daha fazla yaşandığı teknoloji sektöründe, perakende, e-ticaret, hızlı tüketim ve lojistik gibi sektörlerde ise C-seviye yönetici değişim hızı daha yüksek. Turizm, hazır giyimde de C-kıdemleri daha kısa." Unida Kurucu Ortağı Saide Kuzeyli, C-seviyede dayanıklılığın uzmanlık alanında derinlik ve deneyimle ilgili olduğunu söylüyor. Kendi ekibini oluşturma, network kanalıyla işlerin daha rahat halledilmesi gibi unsurlara da dikkat çekiyor.

ULUSLARARASI FARKI

Çok uluslu şirketlerde de C-seviye sirkülasyonunun az olduğu düşünülüyor. Egon Zehnder Türkiye Yönetici Ortağı Murat Yeşildere, daha kurumsal yönetildiği varsayılan uluslararası sermayeli şirketlerin ve finansal yatırımcıların yönlendirdiği şirketlere bu anlamda dikkat çekiyor ve "Aile şirketlerinde de kısa vadeli baskıyı kaldırabilen yöneticilerin, örneğin ilk beş yılı aştıktan sonra, kalıcılıkları artıyor" diye konuşuyor. Korn Ferry Finans Sektörü Lideri Neslihan Akan da aile şirketlerinde "patronun sağ kolu" olma durumuna dikkat çekiyor ve ekliyor: "Aile şirketlerinde en uzun süreli çalışılan yönetici rolü CFO'larda. CFO rolleri genelde patronun sağ kolu gibi görülüyor ve şirket hafızasını barındırıyor."

E-ticaretin öncülerinden GittiGidiyor'da tüm C-seviye yöneticilerin kıdemlerinin ortalaması 8 yıl 3 ay. GittiGidiyor CPCO'su Murat Yüksel, "C-seviyede oldukça düşük bir sirkülasyon oranına sahibiz. Bu düzeydeki yöneticilerin uzun süre kurum bünyesindeki varlığı diğer kademelerde de sirkülasyonun minimuma inmesine neden oluyor" diyor. Şirketteki "en kıdemli C" ise şirkete CFO olarak giren ve 11 yıldır CFO koltuğunda oturan Sami Pardo. Yüksel, Pardo'nun uzun süreli varlığının kurum hafızası açısından büyük avantaj yarattığını söylüyor.

TEKNİK HAKİMİYETE DİKKAT

Sanayi tarafında ise pazara hakimiyetin yanı sıra "teknik hakimiyetin" de C-level pozisyonların kıdeminde belirleyici olduğu görülüyor. Farplas ve Sarkuysan buna iyi birer örnek. Sarkuysan'da genel müdür Sevgür Arslanpay, 21 yılla en kıdemli C. Şirketteki kıdemiyse tam 38 yıl. Arslanpay, 2015'te de genel müdürlüğe terfi etti. Sarkuysan, şirket olarak C-level pozisyonlarda uzun süreli çalışmanın özellikle işin teknik boyutunda avantajlarının fazla olduğuna inanıyor. Şirket yetkilileri, "Şirketin misyonu ve vizyonuna, pazarına, idari ve teknik açıdan konusuna hakimiyeti olan üst düzey yöneticilerin kıdemlenmesi şirket açısından önemli bir artı. Üst pozisyonlarda yanlış karar ve hataların maliyeti çok yüksek olabildiğinden bu seviyelerde deneyimin büyük önemi var" diye konuşuyor.

Fark Holding'in yönetim kademesi için de benzer kriterler var. Holdingin İK icra kurulu üyesi Aylin Olsun, "Biz mobilite ve otomotiv sektöründe faaliyet gösteren bir grubuz. Mühendislik ve operasyon alanındaki liderlik rollerinde kıdem, açık ara öne çıkıyor" diyor. Fark Holding'in en kıdemli C'si 38 yıldır holdingde görev yapan ve 18 yıldır da C-seviye pozisyonlarda görev yapan CEO Ömer Burhanoğlu. Aylin Olsun, şirketin büyüme döneminde farklı pozisyonlarda yer almış böyle bir üst düzey yöneticiye sahip olmanın "kurumsal hafıza aktarımı" açısından çok önemli olduğu görüşünde.



ÖMER BURHANOĞLU

MAKUL KARARLAR

İlaç sektöründe ise C koltuğunda uzun süre oturanların şirketi iyi tanıyan, ona uygun vizyon biçen yöneticiler olduğu görülüyor. Amgen Türkiye ve Gensenta'da "en kıdemli C", şirkete Ekim 2013'te hukuk müşaviri olarak giren ve 8 yıldır bu koltukta oturan Canan Arslan Girsault. Amgen Türkiye ve Gensenta İnsan Kaynakları Direktörü Filiz Kozcağız, Girsault'nun kurum kültürüne olan hakimiyeti ve sahip olduğu tecrübeyle alınacak önemli kararlarda, kurum odaklı yaklaşımlar geliştirebilmesinin şirkete önemli katkı sağladığı görüşünde. Kozcağız, "Ek olarak geçen yıllarla paralel olarak artan aidiyet duygusu, işleyişteki sorunları çözme ve diğer noktaların geliştirilmesi anlamında bir benimseme hissi de yaratıyor. Bu anlamda, şirketin kapasitesi hakkında gerçekçi fikir sahibi olduğu için, şirket adına makul kararlar verebilir, bu da kurum adına birçok fayda oluşturabilir" diye konuşuyor.

Abdi İbrahim'de "en kıdemli C", 8 yılla CEO Dr. Süha Taşpolatoğlu. Taşpolatoğlu, 15 yıldır şirkette çalışıyor. Abdi İbrahim İnsan ve Kültür Grup Başkanı Hakan Onel, Taşpolatoğlu'nun bu koltukta geçirdiği sürenin şirketin uzun dönemli vizyon ve stratejilerine katkı yaptığını söylüyor. Onel, "Dr. Süha Taşpolatoğlu CEO olarak görev yaptığı Abdi İbrahim'in Vizyon 2020 ve Vizyon 2025 stratejilerine liderlik etti. Ayrıca dijital ve inovasyon stratejisinin oluşturulmasında, sürdürülebilirlik alanındaki çalışmaların yürütülmesinde, yurt dışı yatırımlarının genişlemesinde ve Abdi İbrahim'in bioteknoloji alanında kaydettiği başarılarda önemli payı bulunuyor" diyor.

OPERASYONEL BİRİKİM

Boya ve kozmetik tarafında uzun kıdemde operasyonel tecrübe öne çıkıyor. Betek İK Direktörü Merve Bayrakçı Baycan, "Şirketimizde spesifik bilgi ve tecrübe gerektiren kadrolarımızda kıdemin önemi çok daha fazla. Bu pozisyonların şirket içinden yetişmesi bizim için önemli bir unsur" diyor. Betek'te "en kıdemli C" 11 yılla Betek Tedarik Zinciri Genel Müdür Yardımcısı Mert Erdoğ. Erdoğ, toplam 20 yıldır şirkette çalışıyor. Baycan, "Deneyimli üst düzey yöneticilerimiz, şirketimizin stratejilerine ve ileriye dönük hedeflerine hakim olduklarından iş süreçlerimize çeviklik kazandırıyorlar" diyor. Eyüp Sabri Tuncer'de "en kıdemli C" operasyon tarafında, şirkete COO olarak giren ve 17 yıldır COO koltuğunda oturan Sibel Ergin. Eyüp Sabri Tuncer İK Grup Direktörü Devrim Özkoç, "COO pozisyonunda tüm süreçlerimize hakim bir yöneticiyle birlikte çalışmak, stratejik planlarımızı oluştururken tüm ekiplerimizi geliştirmek ve markamızı daha ileriye taşımak için avantaj sağlıyor" diye konuşuyor.

Kimyasal kaplama sektöründe faaliyet gösteren Akcoat'da ise "en kıdemli C" global satış alanından… 2016 Temmuz itibarıyla şirkette C-seviye olarak görev almaya başlayan emaye satış direktörü Ahmet Madenli, 2001 Kasım ayından bu yana Akcoat bünyesinde çalışıyor. Akcoat İK Direktörü Hande Atalay, "Ahmet Bey'in şirketimizdeki farklı sorumluluk alanlarındaki hem yerel hem de global deneyimleri sayesinde şirket stratejilerinin belirlenmesi sürecindeki yaklaşımları çok değerli" diyor. Satış alanında uzun süreli tepe yöneticiye sahip bir diğer sektör de güvenlik. Pronet'in kıdemi en yüksek C-seviye yöneticisi 13 yılla satış sonrası hizmetler genel müdür yardımcısı Engin Kurtay. Kurtay, toplamda 20 yıldır Pronet'te çalışıyor. C

DİJİTAL POZİSYONDA İHTİYAÇ ARTTI



HAREKET NEREDE?

Pandeminin etkisiyle özellikle 2020 sonrasında C-seviyede dijitale yatkın üst düzey yöneticilerin kıdemlerini korumaları bekleniyor. MY Executive Kurucu Ortağı MÜGE YALÇIN dijital ihtiyacın bu dönemde sirkülasyonu artırdığını düşünüyor. Yalçın, "CEO düzeyinde değişimler pandemi döneminde arttı. Şirketler, dijital dönüşüm konusunda üst düzey yönetim katındaki yeteneklerini güçlendirmeye odaklındı. CIO ya da CDO gibi dijital liderlere talep fazlaydı. 2020 transferlerinde, dijital yöneticilerin ardından sırasıyla; tedarik zinciri yöneticisi, finans, pazarlama ve ihracat direktörlüğü pozisyonlarına ilgi vardı" diye konuşuyor.

YÜKSELEN ROLLER



Yeni dönemde dijital üst düzey yöneticilere olan talebin artacağını düşünen bir başka isim de İK ve kariyer Danışmanı BÜRGE ATALAY. Atalay, pandemide uzaktan yönetilen işlerin öneminin arttığına dikkat çekerek, "Pazarlamanın birçok sektörde giderek daha çok dijitalleşmesi, ticaretin 'e' hali yaşamlarımızın ayrılmaz birer parçası oldu. Bu noktada CDO, CCIO, CTO rollerinde kaçınılmaz birer yükseliş söz konusu" diye konuşuyor.



Fibabanka, uzun yıllardır "görünmez bankacılık" alanında çalışıyor. 30'un üzerinde markayla yaptığı iş birliğiyle 3 bin 500 noktadan kredi veriyor. Fibabanka Genel Müdürü ÖMER MERT, mart ayındaki açılmayla tüm kanallardan aylık 100 bin adet kredi verdiklerini söylüyor. Bu rakamın büyük bankaların ulaştığı kredi adedi olduğuna dikkat çekiyor. "Fibabanka olarak görünmez olmamıza rağmen bunu sağladık" diyen Mert, iş birlikleri ve odağa aldıkları ekosistem ve platform bankacılığıyla toplam kredilerde yüzde 17 olan bireysel kredi payını 1,5-2 yılda yüzde 45-50 bandına taşımayı hedefliyor.

ELÇİN CİRİK
ecirik@capital.com.tr

10'uncu yaşını tamamlayan Fibabanka, sektörde farklı büyüme stratejisiyle dikkat çekiyor. 50 şubeli banka, 30'un üzerinde markayla yaptığı iş birliğiyle 3 bin 500 noktadan kredi verebiliyor ve yeni müşteri kazanabiliyor. Görünmez bankacılıkta iddialarını sürdürdüklerini söyleyen Fibabanka Genel Müdürü Ömer Mert, bu iş birliklerinin yanında bankada yapısal değişikliğe giderek ekosistem ve platform bankacılığı bölümü kurduklarını aktarıyor. Bu sayede kazanılan müşteride derinleşme, aynı müşteriye farklı alanlarda farklı krediler sağlamak hedefleniyor.

"Mart ayında açılmalarla tüm kanallardan aylık 100 bin adet kredi verdik. Bu, büyük bankaların ulaştığı kredi ade-

“Bireyselde hedef yüzde 50”

di… Biz Fibabanka olarak görünmez olmamıza rağmen bunu sağladık” diyen Ömer Mert, bu şekilde bireysel kredilerin toplam kredilerde aldığı payı da yüzde 17’ye kadar çıkardıklarının altını çiziyor. Mert’in hedefi, bu payı 1,5- 2 yıl içinde yüzde 45-50 bandına taşımak. Ayrıca banka bugün 2,7 milyon olan müşteri sayısını 3 yılda 10 milyona çıkarmak için yoğun mesai harcıyor. 2021’de sektörde kredi büyümesini yüzde 13-15 bandında öngören Mert, Fibabanka’da da kredilerde artışın yüzde 20’yi bulacağını belirtiyor. Banka bu yıl mevduatta ve kârda yüzde 25 büyüme hedefiyle çalışıyor.

Fibabanka Genel Müdürü Ömer Mert’le süren pandemi döneminin bankacılığa etkilerini ve bankanın bu ortamda büyüme planlarını konuştuk:

● Sektörde gündemde olan görünmez bankacılık alanında Fibabanka uzun süredir çalışıyor. Öncelikle bu görünmez banka olma yolunda neler yapıyorsunuz?

■ Dünyada gidişatın görünmez bankacılık tarafında olduğunu bilerek yıllardır bu alanda çalışıyoruz. Pandemide doğru yolda olduğumuzu gördük. 2020 yılı bankamızın kuruluşunun 10’uncu yılıydı. Son dönemde eklenenlerle 30’un üzerinde markayla ortaklığımız var. 3 bin 500 noktada kredi verir hale geldik. Son olarak yaygın ve sevilen iki marka Arçelik ve Beko ile çalışmaya başladık. Bu çalışmanın etkileri beklediğimizin üzerinde oldu. Mart ayında açılmalarla tüm kanallardan aylık 100 bin adet kredi verdik. Bu, büyük bankaların ulaştığı kredi adedi…

Biz Fibabanka olarak görünmez olmamıza rağmen bunu sağladık. Bosch ve Siemens ile anlaşmalar yaptık. Aslında kısıtlamalar nedeniyle potansiyeli test ettik dersek yanlış olur, daha büyük bir potansiyel olduğunu düşünüyoruz.Görünmez bankacılıkta iş ortaklıklarının yanı sıra mobil bankacılık da önemli bir unsur. Bu alanda da yaptığımız yatırımlar pozitif yansıdı. Mobil uygulamamızda kullanıcı sayımız 600 bini geçti. Yıl

FİBABANKA’NIN 2021 ROTASI

1. 30’un üzerinde markayla 3 bin 500 noktada kredi veriyoruz. Mart ayında açılmalarla tüm kanallardan 100 bin adet kredi verdik.
2. Henüz kısıtlamalar nedeniyle tam potansiyeli görmedik. Kredilerde hedefimiz aylık 200 bin adet kredi vermek.
3. Bireysel kredilerimizin şu an toplam kredilerde yüzde 17 olan payını 1,5- 2 yılda yüzde 45-50 bandına getireceğiz.
4. Mevcut müşteri sayımız 2,7 milyon, bu yıl sonunda 3 milyona ulaşacağız. 3 yılda ise 10 milyon müşteri hedefimiz var.
5. Platform bankacılığında mobil bankacılık uygulamalarımızı açık bankacılıkla başka şirketlere hizmet olarak sunacağız.
6. Kiraz Hesabımızın büyüklüğü 10,5 milyar TL’ye geldi. Mevduatta tabana yaygın büyüyeceğiz.
7. Tarım kredileri büyüklüğümüz 250 milyon TL. Yıl sonunda 400-500 milyon TL bandında olacak.
8. Mikro ve ticari tarafta da büyüyoruz. Bu yıl bu iki segmentte yüzde 25’e yakın büyüme planlıyoruz.
9. Kurumsal bankacılıkta bu yıl yüzde 10’un altında bir büyüme öngörüyoruz.
10. Bu yıl kâr ve mevduatta yüzde 25 büyüme sağlayacağız. Kredilerde toplamda yüzde 20 büyüme bekliyoruz.

sonunda hedefimiz, 1 milyon. Bu, bizim ölçeğimizdeki bir banka için önemli bir rakam. Önümüzdeki yıllarda da bu rakamın 2'ye katlanarak ilerleyeceğini düşünüyoruz. Mobil bankacılıktaki fonksiyonlarımıza da önem veriyoruz. Örneğin kur ve kıymetli maden alış-satışları için kurduğumuz FibaFX uygulamamız açılır açılmaz 20 bin kişi kullanır hale geldi.

● Bu 3 bin 500 noktadan verdiğiniz kredilerin toplam kredilerden aldığı pay ne kadar?

■ 2020 yılında bireysel kredilerimizin toplam krediler içindeki payı yüzde 10'du. Bugün ise yüzde 17'lere geldi. Hedefimiz 1,5-2 yıl içinde bu oranı yüzde 45-50 bandına getirmek. Bu alanı artan iş birlikleriyle büyüteceğiz.

Bu büyümede bir yasal düzenlemenin, bir de kendi yapısal değişikliğimizin önemli artısı olacak. Mayısta gelen uzaktan müşteri edinimi, görünmez bankacılığın en önemli unsurlarından biri. Geçmişte ıslak imza engeli olduğu için offline mağazalardan müşteri kazanıyorduk. Banka olarak uzaktan müşteri edinimine çok erken hazırlandık. Burada engelin kalkmasıyla avantajlı bankalardanız çünkü bizim fiziki şube yatırımlarımız zaten az sayıda. Artık daha çok online kanallara odaklanacağız, buradan müşteri kazanacağız. Aylık kredi adedini 200 binlere çıkarmak ve böylece hedefimizi tutturmak istiyoruz.

İkinci olarak da bankada yapısal bir değişikliğe gittik. Ekosistem ve platform bankacılığını genel müdür yardımcısı seviyesinde ayırdık. Bu alana odaklandık. Geçen yıl veri ve BT alanlarına yatırım yapmış ve BT'de organizasyonu değiştirmiştik. 3 yıldır organizasyonumuzun dünya örneklerine benzemesi açısından McKinsey ile çalışıyoruz. Tüm bu adımlarla yakın zamanda müşteri sayımızı artıracağımızı düşünüyoruz.

● Ekosistem ve platform bankacılığı neye odaklanacak?

■ Ekosistem tarafında iş birlikleriyle, marka ortaklıkları aracılığıyla kredi vererek müşteri sağlamak ve kazandığımız müşteriye farklı alanlarda da örneğin tatile giderken ya da kahve alırken de kredi sağlamak üzerine çalışıyoruz. Platform tarafındaysa mobil bankacılığımız içinde bulunan uygulamalarımızı açık bankacılıkla başka şirketlere hizmet olarak sağlayacağız. Bu noktaya daha çok odaklanacağız. Biz uygulamalarımızda sunduğumuz fiyatlama konusunda daha rahatız. Büyük bankalar komisyonlardan çok para kazanmak istiyor. Biz ise daha çok müşteri kazanmak istiyoruz.

● Müşteri sayısında uzun vadede hedefiniz nedir?

■ Bireysel müşteri kazanmak istiyoruz ve



segment seçmiyoruz. Kozmopolit gitmeyi doğru buluyoruz. Kayıtlı müşteri sayımız 2,7 milyon kişiye ulaştı. Bu yıl sonu 3 milyon olacak. 3 yılda 10 milyon müşteri sayısına ulaşma hedefimiz var.

● Peki kurduğunuz bu modelin bankanın mevduat tarafına artısı oluyor mu?

■ Evet, tabii oluyor. Marka iş birlikleriyle ulaştığımız müşteriler aynı zamanda Türkiye'yi temsil ediyor. Müşteri kitlemizi incelemeye başladık. Her sosyoekonomik gruptan çok kozmopolit bir yapımız var. Mevduat tarafında müşterilerimizin bir kısmının paraya ihtiyacı var. Bir kısmının da parası var. Modellemelerimizle bu ayrımı çözümlemeye başladık. Bu şekilde tüm müşterilerimize kredi teklifiyle gitmiyoruz. Mevduat tarafında doğru zamanda doğru teklifi sunuyoruz. Mobil uygulamamız içinde e-mevduat hesabımız ve Kiraz Hesabımız var.

Daha az şubeli yapının getirdiği maliyet avantajıyla Kiraz Hesap'ta diğer bankalardan daha yüksek faiz verebiliyoruz, bu hem cazibeyi artırıyor hem mevduatın tabana yayılmasını sağlıyor.



"FİNBERG, STRATEJİMİZDE KRİTİK ÖNEM TAŞIYOR"

YATIRIM 150 MİLYON TL

2018'te kurduğumuz Finberg, bankamızın dijital banka stratejisinde kritik önem taşıyor. Bugüne kadar toplam yatırımımız 150 milyon TL'yi aştı. Örneğin Getir, çok iyi değerlemelere çıktı. Pandemi döneminde çıkış da yaptık. Örneğin Birleşik Ödeme girişim payımızı yüzde 20'den yüzde 10'a indik. Bitirmek üzere olduğumuz 1-2 yatırım daha var. Kurucuları arasında Türklerin de olduğu ABD'de kurulan Invstr'yi, belli olgunluğa gelmesi sonrası, Türkiye'ye getirme planımız var. Yakın zamanda yatırım yaptığımız Easy Cep, içinde olmayı sevdiğimiz telefon işinde önemli rol oynayacak.

LİMİT YOK

Finberg için yatırım rakamı olarak aklımızda bir limit yok. İyi fırsatlara yatırım yaparız. Her ay 1-2 teklif değerlendiriyoruz. Yakın zamanda Figoparaya yatırım yaptık. Revo Capital'in ikinci fonunun yatırımcısı olduk. Bu arada girişim sermayesi fonları kuruyoruz, bu yatırımları fonların içine atıyoruz. Bankaya iş olarak geri dönebilecek alanlarda, finteklere ya da bankayla ilişki kurabileceğimiz alanlara yatırım yapıyoruz. Örneğin oyun, sağlık ya da deep tech tarafında çok iyi işler gelse de yatırım yapamıyoruz.

Kiraz Hesap'ın büyüklüğü 10,5 milyar TL'ye geldi. 2020 sonunda 7,7 milyar TL'ydi. 5 ayda ulaşılan yüzde 36'lik büyümede iş ortaklıklarının ve markamızın tanınırlığının etkisi var.

● İlk çeyrekte bankanızın performansı nasıldı?

■ Sürece pandemi döneminden başlayarak bakarsak başta çalışanlarımızın sağlığına önem verdik. İlk evden çalışmaya giden bankalardan olduk. Ardından müşteri tarafında ilk panik haliyle öteleme talepleri oldu. Orada da müşterilerin istedikleri vadelerde, müşteri lehine davrandık. Bu süreçte kamu bankalarının öncülüğünde verilen uygun faizli kredilerin de etkisiyle sektörde batık oranının beklenenin çok altında olduğunu gördük. Likidite fazlası olduğundan borçlarını ödeyebilenler ödedi. Mart- mayıs ayları arası ekonomi durur gibi oldu ancak haziran sonrası ciddi hareketlenme başladı. Bu nedenle de 2020, kârlılık ve diğer finansal beklentilerimizde beklediğimizden daha iyi geçti. Fibabanka olarak 2020'ye problemli işlerimizi çözerek temiz girmiştik. Eski dertlerimizle girseydik daha zorlanabilirdik. Bu dönemde bireysel bankacılığa dönmüş olmamız da avantaj sağladı çünkü bireysel bankacılıkta kriz o kadar derin olmadı. Fibabanka olarak 2020'yi aktif toplamda yüzde 24 artışla kapattık. Kredi portföy büyüklüğümüz net 18,8 milyar TL'ye ve müşteri mevduatı yüzde 23 artışla 16,7 milyar TL'ye yükseldi.

● Bu yıl durum nasıl peki?

■ Bu yıla gelince faiz marjları çok daraldı. Ancak bu sefer de Hazine ve diğer işlem gelirleri artmaya başladı. Hazine ekibimizi yeniden kurgulamıştık, bu etkiyle faiz gelirlerinden kaybımızı diğer alanlarla kontrol ettik. Bu sayede 2021'in ilk çeyreğinde 104 milyon TL vergi öncesi kâr ettik. Ama bunun sürdürülebilirliği noktasında problem var. Başta faizlerin yılın ikinci yarısında düşmeye başlayacağını öngörüyorduk. Ama sanki bu, ötelenecek. Faiz indirimleri son çeyreği bulacak, çünkü son çeyrekte enflasyonun baz etkisine göre düşeceği yönünde beklentimiz var. O zamana kadar kârlılığı koruyabilirsek büyük başarı olur. Ardından son çeyrekte ekonomi açılırsa kârlılık daha rahat gelir. Kapanmalar iş yapış şeklimizi değiştiriyor, kredi talebi olmuyor. Kredi veremeyince de komisyon işlem geliri düşüyor. Yılın son çeyreğinde faizin düşmesiyle bankanın finansalları daha da iyi olabilir.

● Bu yıl sonu için büyüme öngörünüz nedir?

■ Bu yıl yüzde 25'lik kâr büyümesi sağlayacağımızı düşünüyoruz. Kredilerde toplamda yüzde 20'lerde büyüme bekliyoruz. Ancak mevduat daha fazla büyüyebilir, TL mevduat ile büyüdüğümüz için yüzde 25'leri bulabilir. Mevduatta kompozisyon değişiyor. Yabancı para borçlanmamızı kapatabildiğimiz kadar kapatıp içeriden mevduatla büyümeye çalışıyoruz. Bunu da tabana yayarak yapıyoruz. Kurumsal blok mevduat tutmuyoruz. Bu dönemde kurumsal tarafta yabancı para kredi bakiyesinde hem sektörde hem bankamızda azalma var. Bu da yabancı para borçlanma ihtiyacını azaltıyor. Bankada yüzde

"SORUNLU ALACAK ORANI ARTABİLİR AMA KARŞILIKLAR AYRILDI"



YATIRIM İÇİN UYGUN DEĞİL

Yatırım amaçlı kredi talebi düşük çünkü uzun vadeli yatırım yapmak için uygun bir dönem değil. Sadece Türkiye'de değil, globalde de durum böyle. Ancak ihracatçılar çok iyi gidiyor. Bu yılın ilk aylarında kredi büyümesinin sınırlı olmasında pek çok etken var: Geçen yıl çok yüksek bir büyüme vardı. Bunun üzerinde büyüme yakalamak kolay değil. Faizlerin yüksek olduğunu unutmamak lazım. Mevduatta yüzde 20, kredilerde yüzde 25 faiz oranları mevcut. Kredi talebi için faizlerin sakinleşmesi gerekiyor. Son dönemde özel bankaların ağırlıkla tüketici kredisi vererek ilerlediklerini görüyoruz. Ancak bireysel tarafta da insanlar harcamalarını azaltıyor. Belirsizlikte beklemeyi tercih ediyorlar.

HANGİ SORULAR GÜNDEMDE?

Yurt dışında aşılama sonrası açılan ekonomilerde ciddi kredi talebi oluştuğunu görüyoruz. Bu talep artışıyla artı enflasyon oluşur mu? Kredi talebi artar mı? Bu durum para arzını artırır mı? Bu dönemde ötelenmiş kredilerin ödemeleri de geldi. Turizm özelinde kredilerin bir daha ötelemesi söz konusu olabilir. Sektöre tanınan esnekliğin de etkisiyle mevcut sorunlu olacak oranında ciddi bir artış olmadı. Zaten sektörde tüm bankalar 90 günü geçen ödeme sorunlarında karşılık ayırıyor. Sorunlu alacak oranı artarak yüzde 6'lara gelebilir. Ancak sektörün karşılık oranları yüksek. Sektör bu yıl sonu kredilerde yüzde 13-15 büyüyebilir. Mevduat tarafında faizlerin yüksek olması başka alanlara kayışı azalttı. Bu nedenle mevduatta yüzde 15-17 arası büyüme de olabilir. Kârlılık ise faiz indirimleriyle bağlantılı. Özel bankalarda yüzde 25 büyüme sağlandı, yıl sonunda kârlılık özel bankalarda yüzde 20-25 kadar artıda olur.

100 kredi/mevduat oranına geldik. Bu sağlıklı oranla gitmeye çalışıyoruz.

● Bireysel bankacılığın dışındaki alanlarda nasıl bir büyüme planınız mevcut?

■ Tarım tarafında TarımKart ile büyümemiz devam ediyor. Burada da yine iş birlikleri yapıyoruz. Çiftçilere tek tek ulaşabilecek bir banka organizasyonumuz yok. Pankobirlik ve Süt Birliği ile anlaştık, bu büyük yapılarla giderek çiftçiye TarımKart ile sıfır faizli kredi veriyoruz. Bu alanda iyi büyüme yakaladık. Tarım kredileri büyüklüğümüz 250 milyon TL'ye çıktı. Bu yıl sonunda konjonktüre bağlı olarak 400-500 milyon TL bandında olacak.

Mikro ve ticari tarafta da büyüyoruz. Bu yıl bu iki segmentte yüzde 25'e yakın büyüme planlıyoruz. Bu alanlar da bizim tabana yaygın gitmemizi sağlıyor. Kurumsal bankacılıkta bu yıl yüzde 10'un altında bir büyüme öngörüyoruz. Bunun iki nedeni var. İlki kurumsalda yeni kredi ihtiyacı az, alt segmentlere indikçe talep artıyor. İkinci neden, turizm sektöründe blok krediler var ve bunlar ötelendi. Antalya bölgesinde turizmde olan bir bankayız. Burada büyüme, turizmin açılmasına ve kredilerin ödenmesine bağlı. Bu krediler ödenirse yeni kredi verebiliriz. Yani 2021'de kurumsal bankacılıkta daha az, bireyselde ise yüzde 30 büyümelerle yılı toplam kredilerde yüzde 20 artışla kapatmayı istiyoruz. C



Yacht Türkiye Haziran 2021 sayısıyla dergi satılan her yerde...

- Konforlu, günlük gezi teknelerini aratmayan 15 RIB (Sert Tabanlı Şişme Bot)...
- Sanlorenzo 62Steel'in ilk gövdesi 61,5 metrelik Cloud 9...
- Süperyat karakteri taşıyan lüks ve zarif Custom Line Navetta 30...
- Gozzi Mimi'nin şık ve sportif serisinin ilk modeli Libeccio 7.50...
- Deneyimli denizci Tanıl Tuncel, yelkenin evrimini yazdı...
- Ali Boratav öneriyor: Deniz sezonuna başlamak için en iyi adres Kekova...
- Süha Umar'ın kaleminden, değişen Bodrum ve Mavi Yolculuk kültürü...
- Doksanların fenomen teknesi Goblin 3'ün hikâyesi...
- Cem-Sally Topçuoğlu'nun Akdeniz ruhu taşıyan 32 metrelik guleti White Wings...
- Özel röportajlar, yarışlar,etkinlikler, denizcilik kitapları...



TIKLAYIN
Hemen İndirin

***Kargo bedava**

https://ozelsayi.dbabone.com
https://www.n11.com/magaza/doganburda
https://www.gittigidiyor.com/magaza/doganburda
https://www.hepsiburada.com/doganburdadergi
https://www.amazon.com.tr

DENİZLER, TEKNELER ve GEZGİNLER HAKKINDA HER ŞEY...

TÜZELDE KOBİ HESABI



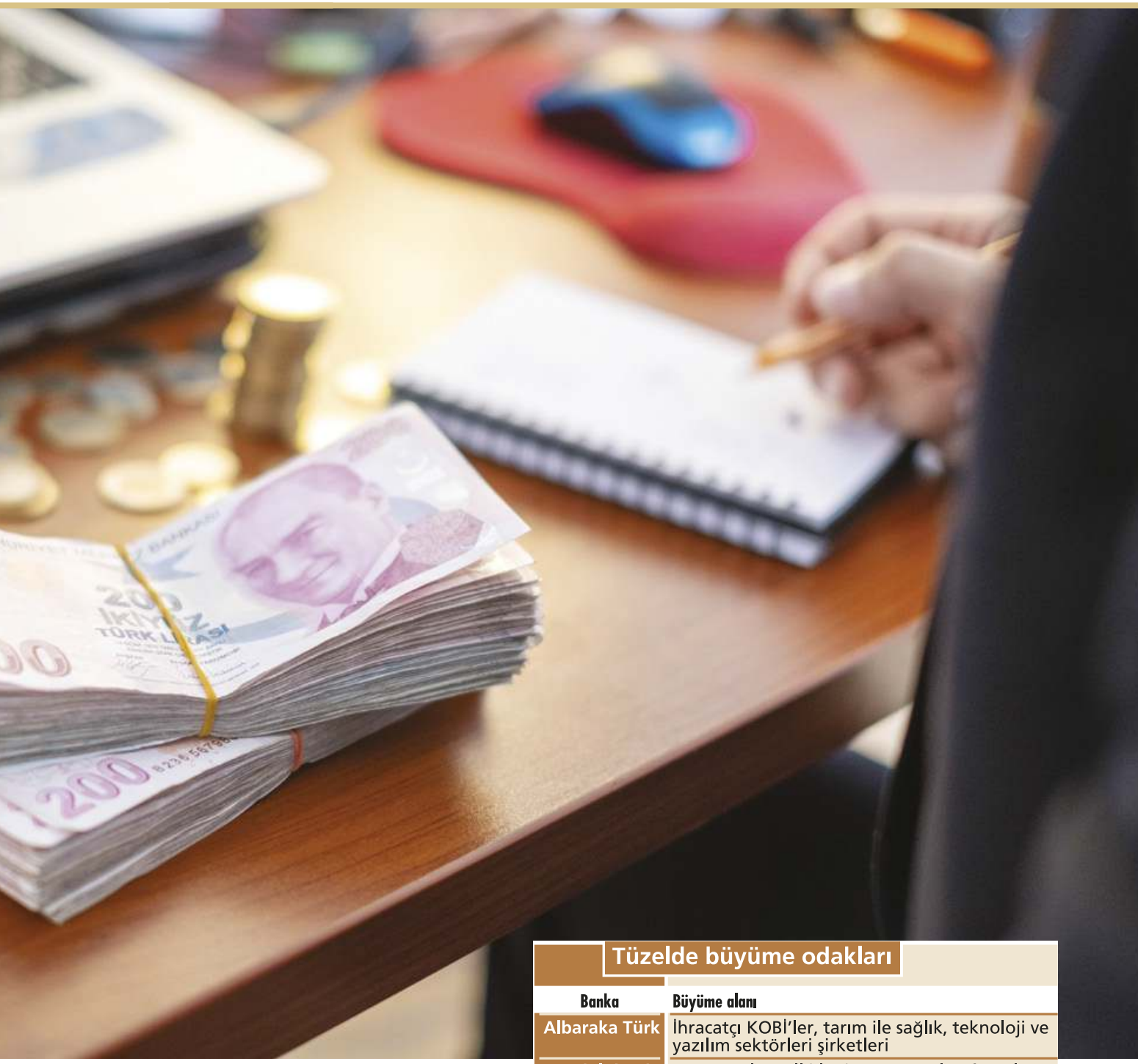
İlk beş ayda ticari krediler, yüzde 7 büyüdü. Sektörde toplam kredi büyümesiyse yüzde 5,6. Faiz oranlarının yüksek olması tüzel tarafta büyük kurumların iştahını kesiyor. Yine de küçük ölçekli şirketlerin kredi talebinin devam etmesi bekleniyor. Bu etkiyle tüzel tarafta yüzde 20'lere varan büyüme öngörülüyor. Bankalar da bu ortamda ağırlıkla KOBİ tarafına yoğunlaşmış durumda. Ana kitle ise ihracatçı şirketler. Mevduat tarafında da yüksek faiz seven blok kurumsal hesaplar yerine tabana yaygın küçük montanlı KOBİ ve mikro mevduatlara erişmek planlar arasında.

ELÇİN CİRİK • ecirik@capital.com.tr

Mayıs ortasında bankacılıkta krediler, yılbaşına göre yüzde 5,6 artış gösterdi. BDDK verilerine göre yine aynı dönemde ticari kredilerdeki büyüme, yüzde 7 olarak gerçekleşti.

Ticari kredilerin toplam kredilerden aldığı pay, 2020 sonunda yüzde 77'yken geçen 5 ayda yüzde 78'e yükseldi. Bu veriler, sektörde bu yıl büyüme alanı olarak tüzel bankacılıkta hareket yaşanacağına işaret ediyor. Bankaların tüzeldeki hareketliliği iyi okumaya çalıştıkları da kesin.

Tabii bu alanda geçmişten gelen vizyonları nedeniyle her bankanın farklı bir segmentte büyüme hedefi bulunuyor. Bankalar her ne kadar pandeminin getirdiği belirsizlikte tahmin yapmalarının zorlaştığını açıklasa da tüzelde hangi şirket segmentinde aktif olacakları konusunda netler. Mevduat tarafında da daha tabana yaygın bir büyüme planı çiziyorlar.



BÜYÜME OLUR MU?

Martta yükselen faizler, her alanda olduğu gibi tüzel tarafta da kredi talebini etkiliyor. Merkez Bankası verilerine göre 3 aya kadar vadeli ticari kredi faiz oranı 2020 sonunda 19,7 iken bugün yüzde 21'lerin üzerine çıktı. Başkent Üniversitesi Uluslararası Finans ve Bankacılık Bölüm Başkanı Prof. Dr. Şenol Babuşcu, yine de bu yıl ticari kredilerde bireysel kredilerin üzerinde bir artış bekliyor. Babuşcu, "Bu artışın bir gerek-

Tüzelde büyüme odakları

Banka	Büyüme alanı
Albaraka Türk	İhracatçı KOBİ'ler, tarım ile sağlık, teknoloji ve yazılım sektörleri şirketleri
Anadolubank	Tüm tüzel, özellikle dış ticareti olan firmalar, ihracatçılar
Burgan Bank	Dış ticaret hacmi yüksek ticari ve kurumsal şirketler
Fibabanka	Mikro, ticari ve tarım segmentleri
Halkbank	Küçük esnaf, KOBİ ve kadın girişimciler
İş Bankası	Tarım, ihracat, e-ticaret alanları ve enerji portföyünün ilave ihtiyaçları
Kuveyt Türk	Ticaret, üretim ve ihracatta çalışan KOBİ'ler
Odeabank	Dış ticarette aktif orta ve büyük ticari şirketler
Ziraat Bankası	Tarım, KOBİ alanlarıyla kurumsal müşterilerinin ihtiyaçları

Not: Bankalar alfabetik sıralanmıştır.

çesi, işletmelerin faaliyetlerinin sürmesi için ihtiyaç duydukları kaynak için kredi kullanmaları olacak. Diğer gerekçesi de 2020'de çekilen düşük faizli anapara ödemesiz kredilerin vadesi geldiğinde, ödeme güçlüğü içinde olabilecek çok sayıda işletme, kaynak ihtiyacı duyacak" diyor.

Bankacılık danışmanı Derya Gürerk, ticaride 2021 yılı için yüzde 20'nin üzerinde büyüme tahminini koruyor. Gürerk'e göre bu artışta en önemli rolü KOBİ segmentinin kredileri oynayacak. Türkiye Finans Genel Müdürü Murat Akşam da tüzel taraftan finansman taleplerinin sürmesini ve maliyetlerin yılın sonuna doğru azalmasını bekliyor. Bu varsayımlarla en az yüzde 15 seviyesinde bir büyüme öngörüyor.


TUNÇ AKYURT

Bankacılık duayeni Mehmet Erten, özellikle yeme-içmeyle geçinen ve esnaf olan küçük ve mikro segmentin kapanmalardan çok olumsuz etkilendiğine dikkat çekiyor. Bugün kredi talebinde sanayi ve ihracat yapan şirketlerin başı çektiğini ve büyümenin de buradan geleceğini belirtiyor. Erten'in de bu yıl için tahmini yüzde 15 artış yönünde.

Tmob İcra Kurulu Üyesi ve bankacılık danışmanı Tunç Akyurt, "Yıllık olarak ürün bazında değişse de ticari kredilerde yüzde 6-10 arası artış söz konusu. Son ekonomik dinamikler eşliğinde tüzel kredilerde yüzde 25 civarı büyüme bekliyorum" yorumunu yapıyor.

BÜYÜKLERİN PLANI

Peki sektörün en büyük 7 oyuncusu kurumsalda hangi alandan büyüme bekliyor? Bankalar bu yıl tüzel tarafta kurumsaldan çok KOBİ ve daha küçük niş alanlarla ilgili. Deloitte Türkiye Ortağı ve Finansal Hizmetler Endüstrisi Lideri Yaman Polat, maliyetlerdeki artış nedeniyle kurumsal ve ticari şirketlerin kredi kullanmada istekli olmadığını söylüyor. Bu durumda mevcut kredilerin yenilenmesi dışında bu alanda büyümenin yaşanmayacağını belirtiyor.

"2020 sonunda KOBİ'lere sağlanan 69,4 milyar TL nakdi kredi ve 190 milyar TL kurumsal kredilerle bankamızın ticari, kurumsal ve KOBİ ağırlıklı bir portföyü var" diyen İş Bankası Genel Müdürü Hakan Aran, bu yıl seçici büyüyeceklerini aktarıyor. Aran, "Kredi tarafında büyümemizin; tarım, ihracat, e-ticaret, yatırım projeleri ve enerji portföyümüzün ilave ihtiyaçlarıyla olacağını öngörüyoruz" diyor. Banka, toplam TL kredilerde yüzde 15 büyüme öngörüyor.

"2021'de devam eden faiz ve kur artışları bizi son derece hareketli bir dönemin içine soktu" diyen Garanti BBVA Genel Müdürü Recep Baştuğ da mevcut yüksek faiz ortamında büyük firmaların kredi kullanımlarını öteleyeceklerini söylüyor. Bu yıl kredi dünyasının küçük ticari, KOBİ tarafına yoğunlaşacağını belirtiyor. Yapı Kredi CEO'su Gökhan Erün ise bankasının ilk çeyrek sonuçlarının değerlendirmesinde, "İlk 3 ayda nakdi kredi hacmimiz yüzde 26 arttı. KOBİ'ler, bizim için her zaman stratejik bir öneme sahip" diyor.

KAMUDA DURUM NE?

Kamu tarafında da KOBİ ve mikro işletmelere odaklanma stratejisi mevcut. 17 Mayıs'ta açıklanan yeni Nefes Kredisi'nin etkisiyle, bu yıl da bu alanda yeniden güçlü büyüme yakalanacağı beklentisi hakim.

2020 yıl sonunda kredi portföyünün yüzde 75'i reel sektör kredilerinden oluşan Ziraat Bankası'nın yönetimi, 2021'de kredi büyümesini yüzde 15 olarak belirlemiş durumda. Bu büyümede tarım, KOBİ ve özellikle kurumsal müşterilerin finansmanına odaklanacaklarını açıklıyorlar.

Halkbank da kuruluş amacı olan küçük esnaf ve sanayicilere uygun kredi kullandırma yaklaşımını sürdürüyor. Halkbank Genel Müdürü Osman Arslan, son yaptığı basın açıklamasında KOBİ kredilerinde büyüklüklerinin 200 milyar TL'ye geldiğini söylüyor. Yüzde 21,5 pazar payıyla liderliklerini koruduklarını belirtiyor. Banka, bu yıl ayrıca kadın girişimcilere özel kredi avantajları da sunuyor.

ORTAK HEDEF İHRACATÇILAR

Pandemi koşullarının etkisiyle son dönemde kapasite artışı ve yeni yatırıma dair kredi talepleri, ka-


HAKAN ARAN

"DIŞ TİCARET HACMİ YÜKSEK ŞİRKETLERE YÖNELDİK"



MURAT DİNÇ / BURGAN BANK GENEL MÜDÜRÜ

ODAK TİCARİ VE KURUMSAL

"Burgan Bank olarak tüzel kredilerde ticari ve kurumsal kredilere konsantre oluyoruz. İlk etapta büyümemizi ağırlıklı orta vadeli yatırım ve refinansman kredilerine verirken, son 2 yılda yönümüzü daha çok dış ticaret hacmi yüksek firmaların kredi taleplerine çevirdik. Önümüzdeki dönemde kredilerimizi yine bu iki segment üzerinden devam ettireceğiz. Ancak kredi konsantrasyonunu daha geniş kitleye yayacağız. Dış ticaret işlemlerinde danışman banka olmayı amaçlıyoruz.

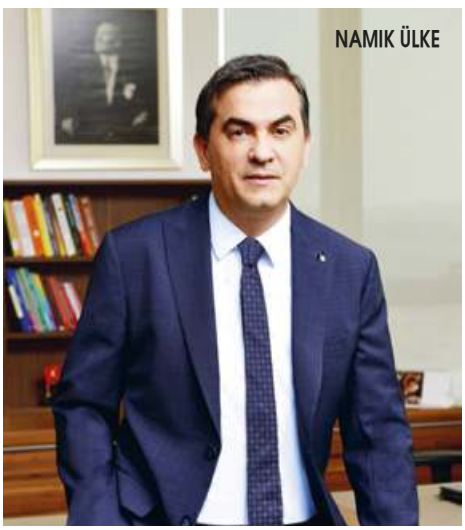
"HACMİ ARTIRIYORUZ"

Kuveyt merkezli Burgan Bank Grubu'nun güçlü sermayesi, grubumuzun bilinirliği ve özellikle MENA bölgesindeki güçlü ağıyla müşterilerimizin ihtiyaçlarına özel, hızlı çözümler sunuyoruz. Dış ticaret finansmanında bu çabalarımız sonucu dış ticaret hacmimizi 2020'de dolar bazında yüzde 16 yükselttik. Son iki yılda aylık hacim ortalamalarımızı da yüzde 29 artırdık. Tüzel bankacılıkta bu yıl sektörün büyümesine paralel büyümeyi öngörüyoruz. Toplam mevduatımızın da yüzde 25-30'u tüzel müşterimizden oluşuyor. Önümüzdeki dönemde de bu oran benzer seviyelerde kalacak."

ğıt-ambalaj, gıda, sağlık ve perakende ticaret alanlarında canlı. Bir de bu dönemin parlayan yıldızı ihracat tarafında güçlü hareket var. Nisan ayında, geçen yılın aynı ayına göre ihracat yüzde 109 artış gösterdi. Bu da ihracatçı şirketleri, tüm bankaların büyüme odağına almasını sağlıyor.

2020'de tüzel müşterileri "Kurumsal ve Ticari Bankacılık" ile "KOBİ ve İşletme Bankacılık" olarak iki ayrı iş kolunda yönetmeye başladıklarını açıklayan Anadolubank Genel Müdürü Namık Ülke, bu yıl stratejilerinde tüm tüzel segmentlerin yanında özellikle dış ticareti olan firmalara ve de ihracatçılara çok önem verdiklerinin altını çiziyor. Banka, nakit kredilerde yüzde 15-20 büyüme öngörüyor.

"2021'de dış ticaret alanında büyümeye odaklanıyoruz. Katma değer yaratan orta ve büyük ticari şirketlere destek olacağız" diyen Odeabank Genel Müdürü Mert Öncü ise ihracat pazar payında yüzde 30 büyüme ve 3 milyar doların üzerinde bir ihracat hacmine çıkmayı planladıklarını aktarıyor.



NAMIK ÜLKE

TİCARET VE TARIM RADARDA

KOBİ'lere odaklı bankaların çoğu da bu segmentte ihracat yapanları radarına almış durumda. Tüzel tarafta müşterilerinin yüzde 93'ünü oluşturan KOBİ segmentine büyük önem verdiklerini söyleyen Kuveyt Türk KOBİ'den Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Abdurrahman Delipoyraz, özellikle ticaret, üretim ve ihracatın içinde yoğun şekilde yer alan KOBİ'lerle daha yakından çalışacaklarını belirtiyor. "Özellikle küçük esnafımıza destek olmak için elimizden geleni yapıyoruz" diyen Delipoyraz, yıl sonunda KOBİ finansmanında yüzde 20- 25 büyüme hedefliyor.

Bu yıl mikro segment ve ticaride yüzde 25 büyüme planı yaptıklarını aktaran Fibabanka Genel Müdürü Ömer Mert, tarım tarafında da TarımKart'la Pankobirlik ve Süt Birliğiyle anlaşmalar yaptıklarını tarım kredilerinde 400-500 milyon TL bandına çıkmak istediklerini söylüyor. Banka, kurumsal bankacılıkta kredi ihtiyacının az olması nedeniyle bu yıl yüzde 10'un altında bir büyüme öngörüyor.



"TÜZELDE YÜZDE 15 BÜYÜRÜZ"

MELİKŞAH UTKU / ALBARAKA TÜRK GENEL MÜDÜRÜ

DAHA FAZLA DESTEK

Tüzelde 5 kurumsal, 4 ticari merkez ve farklı illerde 30 ticari, 188 perakende ve 2 yurt dışı şubesi olmak üzere toplam 230 şubeyle tüm segmentlerde aktif rol alıyoruz. Stratejik olarak daha fazla müşteri ilişkisiyle sürdürülebilir büyüme sağladığı için KOBİ alanında daha yoğun bir büyüme hedefliyoruz. KOBİ'lerde artan ihracat hacmini de gözlemliyoruz. İhracatçı firma niteliğindeki KOBİ'leri daha fazla destekliyoruz. Katılım bankacılığında üretimi ve emeği desteklemek kritik. Ek olarak üretim yapan ya da ihracat hacmi olan şirketlerle iş ilişkisi kurmak önceliğimiz. Yapılanmamız ve yeni ürün, hizmet geliştirmelerimizi de bu strateji çerçevesinde yürütüyoruz.

YENİ PROJELER

Pandemiyle daha çok ön plana çıkan medikal, sağlık, teknoloji ve yazılım sektörlerine odağımızı vermeye çalışıyoruz. Yenilenebilir enerji faaliyetleri yürüten şirketlerle iş ilişkilerimizi devam ettiriyoruz. Yeni projeler üzerinde çalışıyoruz. Tarım sektöründe yer alan çiftçilerimizle 2020 son çeyreği itibarıyla daha aktif çalışmaya başladık. Belirli illerde başlayan tarım bankacılığı hizmetimizi ilerleyen aylarda şubemizin olduğu tüm illerde yaygınlaştıracağız. 2021, pandemi nedeniyle beklentilerin sık sık değiştiği bir yıl oluyor. Pek çok değişken olsa da biz yıl sonunda tüzel kullandırılan fonlarda yüzde 15 büyüme hedefliyoruz."

BLOK MEVDUAT SEVİLMİYOR

Tabii bir de madalyonun mevduat tarafı var. BBDK verilerine göre toplam mevduatın yüzde 62,5'i gerçek kişilere, kalan kısmı ise şirketlere ve resmi kuruluşlara ait. Bu yılın başından 12 Mayıs'a kadar sektörde tüzel mevduatların büyüme oranı yüzde 5,1 oldu. Bankalar, genelde büyük şirketlerin yüksek tutarlı mevduatlarını tutmak için rekabet gereği daha yüksek faizler vermek zorunda kalıyor. Bu nedenle de mevduat toplamada küçük esnaf, mikro işletmelerle tabana yayılmak ana strateji olarak benimseniyor.

"Bankamızda tüzel mevduatın toplamda payı yüzde 33" diyen Anadolubank Genel Müdürü Namık Ülke, şirketlerden elde edilen mevduatın krediyle doğru orantılı olduğunu belirtiyor. Bu yıl hem krediler hem mevduatta TL ağırlıklı büyümek istediklerine dikkat çeken İş Bankası Genel Müdürü Hakan Aran, "Mevduatta özellikle tabana yaygın ticari mevduatta büyümek istiyoruz" diyor. Aynı şekilde Fibabanka Genel Müdürü Ömer Mert, "Mevduatta tabana yaygın ilerliyoruz. Blok mevduat tutmuyoruz, bu sayede daha kontrol edilebilir gidiyoruz" yorumunu yapıyor.

TÜZEL İKİNCİ SIRADA

Garanti BBVA da aynı stratejiye sahip. "Bu alanda birinci önceliğimiz, portföyümüzü kalıcı müşteri mevduatı ile büyütmek. Kalıcı müşteri mevduatının sürdürülebilir fonlama yapımızdaki önemi büyük" diyen Garanti BBVA Genel Müdürü Recep Baştuğ, bunun için de özellikle bireysel. Baştuğ KOBİ segmentini ana odakları olarak açıklıyor ve "Fonlama maliyeti bakışıyla fiyat duyarlı tüzel mevduat bizim için daha ikinci planda" diyor.



ABDURRAHMAN DELİPOYRAZ

Kuveyt Türk, tüzelde müşterilerine birikimlerini katılma hesabı, yatırım fonları, sukuk gibi ürünlerle değerlendirebilme imkanı veriyor. Kuveyt Türk KOBİ'den Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Abdurrahman Delipoyraz, burada da çiftçi ve esnaf müşteri sayılarını daha da artırmayı istedikleri söylüyor. Tüzel toplanan fonlarda 2021 yılında yüzde 24 artış planladıklarını da dile getiriyor.

Capital500'E DAVETLİSİNİZ

✓ **Türkiye'de ilk defa aylık ekonomi dergisi Capital tarafından gerçekleştirilen, "Capital Özel 500" adlı araştırma 2021'de yirmi birinci kez start aldı.**

✓ **Türk özel sektörünün gerçek gücünü ortaya koymak için perakendeden bilişime bütün sektörleri kapsayan bu araştırmaya katılmaya tüm şirketleri davet ediyoruz.**

✓ **Şirketinizin Capital Özel 500'e girebileceğini düşünüyorsanız, aşağıdaki formu doldurabilir ya da www.capital500.net ile www.capital500.com.tr adreslerine gidebilirsiniz ve bcorak@capital.com.tr'ye e-posta gönderebilirsiniz.**



Şirketinizin "Capital500"de yer alması için aşağıdaki bilgileri, 2020 yıl sonu rakamlarına göre doldurunuz

1. Ciro (Net satışlar) :..... TL
2. Vergi öncesi kâr :..... TL
3. İhracat tutarı :..... ABD Doları
4. Aktif toplamı :..... TL
5. Özsermaye :..... TL
6. Çalışan sayısı :.....
7. Sektörü :..... TL

Şirket adı :.....
Telefon-adres :.....
.....
.....

Capital Dergisi
Doğan Burda
Dergi Yayıncılık A.Ş
Trump Towers, Kule 2, Kat 22
Şişli - İstanbul 34387
Tel: 0 (212) 410 32 28
Faks: 0 (212) 410 32 27
bcorak@doganburda.com
www.capital500.net
www.capital500.com.tr

İLAN REZERVASYONU:
(0212) 336 53 00-57-59

Pandeminin stres testi yaklaşımlarına etkisi



EZGİ İVECAN

EY Türkiye Finansal Risk Yönetimi Direktörü

ezgi.ivecan@tr.ey.com

"Düzenleyici otoritelerin talepleri doğrultusunda, finansal kurumların teknolojilerini ve veri yeterliliklerini tekrar ele alması gerekebilir."

COVID-19 salgını, kısa bir süre içinde tüm dünyayı etkisi altına alarak daha önce benzeri görülmemiş bir değişim yarattı. İşletmelerin ve bireylerin uzaktan işlem yapma ihtiyacı göz önüne alındığında, kapanmalar hem finansal kurumların hem bu kurumların müşterilerinin inovasyonu ve teknolojiyi benimsemesini hızlandırdı.

Tüm dünyada devletler, ihtiyacı olan bireylere ve işletmelere maddi yardımlar sağladı ve pandemi sırasında toplumu desteklemek üzere bazı temel hizmetleri finanse ettiler. Finansal düzenleyiciler ise finansal kuruluşların kredi ve likidite sağlamasına ve hükümetlerin teşviklerinin desteklenmesine olanak sağlamak üzere harekete geçti.

Bu yazıda, COVID-19 salgınıyla birlikte finansal kurumların önümüzdeki dönemde ele alması gereken konulara ve salgının düzenlemeler üzerindeki olası etkilerine yer vereceğiz. Bu kapsamda, yakın vadede bankaların karşılıklarını ve sermaye yeterliliklerini farklı senaryolar dahilinde değerlendirmelerine olanak veren stres testi yaklaşımlarının düzenleyici otoritelerin odağında olabileceğini söylemek mümkün.

Pandemi, mevcut senaryo bazlı stres testlerinin, krizin kredi portföyleri üzerindeki etkisini tahmin etmede yetersiz olduğunu gösterdi. Bu sayede, risklerin sektörlere, alt sektörlere ve borçluların tedarik zincirlerine (üretim girdileri) ve talep zincirlerine (satışlar) dayalı olarak daha ayrıntılı ve detaylı olarak ele alınmasının kritik öneme sahip olduğu anlaşıldı. Bahse konu bu veri noktalarının çoğu, bir taraftan da iklim değişikliği için yapılan stres testi çalışmalarına konu edilenlerle benzerlik taşıyor. Örneğin tedarik zincirlerini, fiziksel riske maruz müşteri/varlıkları anlama gibi... Tüm bunlar, büyük verinin finansal kurumların tekrar gündemine girerek finansal dayanıklılık için borçluların, operasyonel dayanıklılık için ise tedarikçilerin, banka ve sigorta şirketlerinin bilançoları üzerindeki finansal etkilerini tahmin edebilen gelişmiş bir model yaklaşımına geçiş yapmaları anlamına geliyor. Bu noktada, ikili yapıda bir stres testi yapısına geçişi öngörmek mümkün. Bunlardan ilki, mevcut modellere benzer makroekonomik senaryo odaklı yapı, ikincisi ise daha kapsamlı ve geniş bir etki alanına sahip olay güdümlü yapı olarak özetlenebilir. Yeni bir bakış açısı gerektiren bu ikinci yapı, çok çeşitli ve ekonomik kaynaklı olmayan nedenlerden türetilmiş olaylara uyarlanabilecek iklim değişikliği benzeri risklerin analiz edildiği testleri ele alıyor. Nitekim İngiltere Merkez Bankası (BoE), Fransa İhtiyati Kontrol ve Çözüm Kurumu (ACPR) ve Avustralya İhtiyati Düzenleme Kurumu'nun ve son dönemde Basel Komitesi'nin bu konular üzerine çalışma ve tartışmaları sürüyor.

Bu doğrultuda, finansal piyasalarla sektörler, alt sektörler ve coğrafyalar genelinde borçluların arz/talep zincirlerinde bulaşma riskini modelleme ihtiyacının kapsamlı veri, veri etiketleme ve veri yönetimi konularındaki ihtiyacı daha da artıracağını söylemek mümkün. Çevresel, sosyal ve kurumsal yönetişim (ESG) gereklilikleriyle müşteri talebiyle gelişen dijital gündem bir araya geldiğinde bu durum, düzenleyici otoritelerin talepleri doğrultusunda finansal kurumların teknolojilerini ve veri yeterliliklerini tekrar ele almaları anlamına gelebilir.

2021 yılının ortalarında bulunduğumuz bu dönemde, pandeminin bireyler, işletmeler ve finansal kurumlar üzerindeki etkileri konusunda önemli belirsizlikler devam ederken bu süreç toplumu iklim değişikliği, çevresel riskler ve aynı zamanda benzer salgın riskleri gibi diğer tehditleri anlamaya ve kabul etmeye bir adım daha yaklaştırdı. Salgının etkisiyle söz konusu riskleri tanımlama, ölçme ve yönetme konusunda yeni düzenlemelerin kaçınılmaz olacağını ve bundan böyle de bireylerin, işletmelerin ve finansal kurumların bu konuları daha derinlemesine düşünmek ve analiz etmek üzere harekete geçeceğini söylemek mümkün. C

Tek yapmanız gereken dergiburda.com adresine girmek ve abonelik işleminizi gerçekleştirmek

1

Capital aboneliği **240 TL**

Ücretsiz kargo ile adresinize teslim

YILLIK Capital ABONELİĞİNDE LUX SUV'LAR ÖZEL SAYI HEDİYE!

AYLIK İŞ VE EKONOMİ DERGİSİ









Kampanya stoklar ile sınırlıdır. Doğan Burda kampanya koşullarını değiştirme ve kampanyayı bitirme hakkını saklı tutar.* Kampanyada belirtilen koşullar www.dergiburda.com sitemizden yapılan satışlar için geçerlidir.

capital.com.tr

Google play | App Store

0 (212) 478 03 00
abone@doganburda.com
www.dergiburda.com



“İkinci yarı iyi geçer”

Emeklilik sisteminin uzun süredir beklediği adım atıldı. 18 yaş altının sisteme girmesinin yolu açıldı. Sektörün büyük oyuncularından Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü YILMAZ ERTÜRK, “Ülkemizde 18 yaş altı nüfus, 23 milyon civarında. Bu anlamda mevcut katılımcı sayısının üzerinde bir potansiyel sektöre gelecek” diyor. Ertürk, burada asıl hareketlenmeyi yılın son aylarında ve 2022’de göreceğimizi düşünüyor.

ELÇİN CİRİK • ecirik@capital.com.tr

Emeklilik sistemi sonunda istediği yeni kanı buluyor. Mayıs ayında alınan kararla artık 18 yaş altı vatandaşlar da emeklilik sistemine girebilecek. Böylece 7 milyon katılımcı sayısında takılı kalan gönüllü BES tarafında güçlü bir büyüme potansiyeli olacak. Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü Yılmaz Ertürk, “Ülkemizde 18 yaş altı nüfus 23 milyon civarında. Bu sayı, toplam nüfusumuzun yüzde 27’sini temsil ediyor. Bu anlamda mevcut katılımcı sayısının üzerinde, bu sayıdan çok daha fazla bir potansiyel sektöre gelecek” diyor.

Ertürk, her ne kadar sisteme girecek katılımcı sayısında tahmin yapmanın zor olduğunu belirtse de Türkiye Sigorta Birliği’nde ilk etapta 23 milyonun yüzde 10’nunun yani 2,3 milyonun sisteme girebileceğine dair değerlendirmeler yapıldığını söylüyor. Ertürk, bu süreçte bu yıl sektör fon büyüklüğü için bekledikleri yüzde 20 büyümeyi ve katılımcı sayısındaki mütevazı artışı da yukarı yönlü revize edebileceklerini aktarıyor.



"HAYAT SİGORTALARINDA REEL BÜYÜME OLMAZ"

"DÜŞÜŞ VAR"

2020 yılında hayat sigortası branşında yüzde 27 yıllık artışla 14,4 milyar TL prim üretimi gerçekleşti. Hayat sigortası prim üretimi bugüne kadarki en yüksek seviyesine ulaştı. Bu gelişimde kredi hayat sigortaları etkiliydi. Kredi faiz oranlarının çok düşük seyrettiği salgın döneminde bireysel kredi kullanımı arttı. Bu yılın ilk 4 ay verilerine göreyse hayat sigortaları prim üretiminde yüzde 6 düşüş var. Bunun nedenlerinden biri, geçen yılın aynı döneminde bugünkü gibi pandemi yoktu. İkinci neden de hayat sigortalarında prim üretimi, ağırlıkla kredi bağlantılı ürünlerden geliyor yani faizlerin genel seyri çok önemli. Frenlemiş oldu.

"YÜZDE 10 BÜYÜR"

Geçen yıl ulaşılan yüksek büyümenin kaynağı kredi bağlantılı sigortalar olduğu için bu yılında sonundaki artış oranının düşük kalacağını öngörüyoruz. Sektörde kredi bağlantılı ürünlerin yanında farklı eğitim, birikimli hayat ürünleri de var. Geçen yıl pandemi etkisiyle birikimli hayat sigortaları yüzde 55 büyüdü. Bu yıl da sektörün bu tip kredi bağlantısız ürünlere odaklanacaklarını düşünüyoruz. Sonuçta hayat sigortalarının yıl sonunda prim üretimi reel bazda artmayacak ama nominal bazda ufak da olsa artış olacağını tahmin ediyoruz. Yıl sonunda hayat sigortası prim üretiminin yüzde 10'lar seviyesinde büyüyeceğini öngörüyoruz.

Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü Yılmaz Ertürk ile yeni düzenlemenin etkilerini, hem hayat hem emeklilik tarafında yılın tablosunu masaya yatırdık:

● 18 yaş altının BES'e dahil olabilmesine dair yasa kabul edildi. Burada nasıl bir süreç izlenecek?

■ Sektörün uzun zamandır beklediği kararlardan biriydi. Bu karar, sektörün büyüme potansiyeli anlamında gerçekten çok büyük önem arz ediyor. Halihazırda otomatik katılım sistemi (OKS) ve gönüllü BES toplamında katılımcı sayısı 13,6 milyon kişi civarında. Ülkemizde 18 yaş altı nüfus ise 23 milyon civarında. Bu sayı, toplam nüfusumuzun yüzde 27'sini temsil ediyor. Bu anlamda mevcut katılımcı sayısının üzerinde, bu sayıdan çok daha fazla bir potansiyel sektöre gelecek. BES'in sağlıklı büyümesi için önemli bir kilometre taşı. Muhtemelen bundan sonra ufak birtakım ayrıntılar anlamında açıklama gelebilir. Sistemde tüm şirketler bu alana odaklanmaya hazır. Bu gelişmeyle biz de geleceğe çok daha sağlıklı ve umutla bakıyoruz.

● Açıklamalar sonrası hemen satışa başlanabilecek yani?

■ Öyle görünüyor. 18 yaş altı denince kanunen reşit olmayan bir kitleden bahsediyoruz, burada ebeveynler ve vasilerle ilgili istisnai durumlar söz konusu olabilir. İstisnai durumlarda nasıl davranılacağına dair bir rehber, emeklilik şirketlerinin hayatını kolaylaştırabilir.

● Gelir anlamında baktığınızda 23 milyonun ne kadarı sisteme girebilir durumda?

■ Açıkçası tahminlerden bahsetmek için gelişmeleri görmekte fayda var. Sonuçta kuvvetle muhtemel 18 yaş altı bireyler için ödemeleri ebeveynleri veya yakınları yapacak. Onların bu konudaki tercih ve iştahları belirleyici olacak. Henüz uygulamaya geçmediğimiz için tahmin yapmak kolay değil. Ama Türkiye Sigorta Birliği'nde ilk etapta 23 milyonun yüzde 10'unun, yani 2,3 milyonun sisteme girebileceğine dair değerlendirmeler yapıldı.

● Bu yıl için nasıl bir artı yaratacak? Ne kadar sürede gerçek potansiyele ulaşılır?

■ Anadolu Hayat Emeklilik olarak bu yıl, 18 yaş altının girmesi kararından önce, fon büyüklüğünde yüzde 20 büyüme bekliyorduk. Katılımcı sayısında da OKS tarafı ağırlıklı olmak üzere mütevazı bir büyüme olacağını öngörmüştük. 2020 yılında sistemde toplam katılımcı sayısı yüzde 5,1 artmıştı, 660 bin kişi sisteme katılmıştı. Bu 660 bin kişinin 30 bini gönüllü BES ve geri kalan 630 bin kişi ise OKS ile sisteme girmişti. Bu yıl için 2020 yılındaki gibi yüzde 5 bir beklentimiz yoktu. Ama şimdi 18 yaş altının devreye girmesiyle bu tahminleri yukarı yönde revize edeceğiz. Katılımcı sayısında iyi bir büyüme şaşırtıcı olmayacak. Fon büyüklüğü tarafında ise varlık fiyatları etkili oluyor. Bu yılın ilk 4 ayında finansal varlık fiyatlarında önemli dalgalanmalar yaşandı, yine de bu yıl fon büyüklüğünde baz senaryomuzda yüzde 20'lerin biraz üzerinde artış beklentisi var. 18 yaş altının sisteme katılım iştahına göre bu rakamları da yukarı yönlü revize edebiliriz.

18 yaş altının sisteme aktarılması için sektörde bir tanıtım, hazırlık dönemine ihtiyaç olacak. Ödemeleri yapacak kitlelere ulaşmamız gerekecek. Bu hazırlık döneminden sonra katılımcılar gelecektir, gerçek ivmeyi yılın son aylarında ve asıl 2022'de göreceğimizi tahmin ediyorum.

● Geçen yıl OKS'ye giren katılımcılar nereden geldi? Bu yıl giriş sürüyor mu?

■ OKS'de sistem dışında kalan çalışanlar vardı, bunların 630 bini 2020 yılında sisteme girdi. Katılımcıların ağırlıkla az sayıda çalışanı olan şirketlerden, küçük işletmelerden girdiğini gözlemledik. Bu yıl da bu trend devam ediyor. Yıl başından beri ilk 4 ayda katılımcı sayısında 72 bin artış oldu. Bunun 9 bini gönüllü BES'ten, geri kalan yaklaşık 63 bin kişi OKS'den geldi.

● Bu yılın ilk aylarında sistemin gelişimi nasıl oldu?

■ Pandeminin başında emeklilik sektöründe birikimlerin acil ihtiyaçlar nedeniyle çekilebileceği yönünde beklenti vardı ama günün sonunda hep beraber yanıldık. Tam tersine gelecekte gelirle ilgili belirsizlik yeni katılımcılar getirdi, tasarruf yapmaya itti.



"18 YAŞ ALTINDA ÖNCÜ OLACAĞIZ"

"LİDERLİĞİMİZİ SÜRDÜRDÜK"

Bu yılın ilk 4 ayında gönüllü ve otomatik katılım (OKS) toplamından oluşan fon büyüklüğünde özel emeklilik şirketleri arasında liderliğimizi sürdürdük. Fon büyüklüğümüz 31,1 milyar TL'yi aştı, katılımcı sayımız 2 milyona yaklaştı. Yılbaşından bu yana 14,4 bini OKS'den olmak üzere 15 bin yeni katılımcı kazandık. Bu yılın sonunda, emeklilik varlığımızda yüzde 22-25 büyüme hedefliyoruz. 18 yaş altının sisteme girmesinde öncü olmayı hedefliyoruz. Zaten çocuklara sunduğumuz tasarruf amaçlı hayat sigortası ürünümüz var. Hayat sigortalarında birikimli hayat, kritik hastalıklar, eğitim gibi bağımsız hayat sigortalarına ağırlık vereceğiz. Yıl sonunda hayat tarafında yüzde 15'in üstünde büyüme hedefliyoruz.

ODAĞIMIZ DİJİTALDE

Her ay yeni ürünlerimizi internet ve mobil kanala koymaya başladık, daha fazla ürünümüzü dijitalden sunma hedefimiz var. Dijitalleşme ana odağımız olacak. Müşterilerimizin dijital kanal kullanım oranı yüzde 81,4'e ulaştı. Bunu yıl sonu yüzde 90'a yükseltmeyi istiyoruz. FonMatik Robo'yu kullanan katılımcı sayımız 50 bini ve fon büyüklüğü 2 milyar TL'yi aştı. Bugün fonlarımızın yüzde 8,5'i FonMatik Robo tarafından yönetiliyor. Bu oranda gidebildiği yere kadar gitmek istiyoruz. Yakın zamanda sürdürülebilirlik endekslerinde yer alan hisse senetlerine ve teknoloji şirketlerine yatırım yapan 2 yeni fonu sunacağız.

Bu yılın başından beri de aynı trend sürüyor. 30 Nisan 2021 itibarıyla aylık devamlılık oranı Aralık 2020'deki yüzde 98,9'dan 99,4'e yükseldi. Geçen yıl BES fonları 42 milyar TL büyümüştü ve bu rakamın 12 milyar TL'si sisteme giren yeni paradan, 30 milyar TL ise fonların değer artışından gelmişti. Bu yıl para girişi sürüyor. Sistemde fon büyüklüğü yılın başından 30 Nisan'a kadar yüzde 2,5 artarak 174,5 milyar TL'ye ulaştı.

● Mayıs sonrası yeniden bir açılma dönemine giriyoruz. Yılın devamı sizce nasıl olacak?

■ 2021 yılının ilk yarısı ile ikinci yarısının farklı olacağını düşünüyorum. İlk yarıda kapanmalar kendini hissettirdi. Çünkü emeklilik ve hayat branşlarında müşteriyle yüz yüze temas çok önemli. Kapanmalarda satış ekipleri ve acentelerin çalışmaları minimuma iniyor. Tam kapanma tedbirlerinin yanı sıra milli ve dini bayramlar nedeniyle mayıs ayında çalışılan iş günü sayısının az olması da sektörün yeni satış rakamlarını yılın ilk 4 ayına nazaran azaltacak diye öngörüyoruz.

Yılın ikinci yarısı, pandemiyle mücadelede geldiğimiz nokta, normalleşme planı ve aşılamayla daha farklı olacak. Ayrıca Ekonomi Reformları paketinde bireysel emeklilik ve hayat sigortasını yakından ilgilendiren 4 farklı konu yer aldı: İlki 18 yaşından küçüklerin BES'e dahil edilmesi gerçekleşti. Diğer konu başlıkları bireysel emeklilik ile hayat, sağlık ve eğitim sigortası gibi özel güvencelerin cazip olanaklarla bütünleşik bir güvence paketi şeklinde sunulması, BES dışında özel emeklilik hizmeti veren sandık, vakıf, vb. kuruluşlar nezdindeki birikimlerin 2023 yıl sonuna kadar BES'e aktarılması ve emeklilik yatırım fonlarının Bireysel Emeklilik Fon Alım Satım Platformu'nda işlem görmesiydi. Bu uygulamalar, yılın ikinci yarısında hayatımıza girecek. Bu nedenle de yılın ikinci yarısı daha iyi geçecek. Genel ekonomik ortam da destek olacak, bu yıl hem küresel hem Türkiye'de 2020'den daha iyi bir büyüme bekleniyor.

● Dövizli BES ve daha önemlisi tamamlayıcı emeklilik sistemi de yakında uygulamaya alınır mı?

■ Dövizli BES için bu yıl alt düzenlemelerin çıkması pek olası görünmüyor. Diğer ülkelerin mevzuatlarının incelenmesi gerekiyor. Dövizli BES bir sonraki yıla kalabilir.

OKS'nin tamamlayıcı emeklilik sistemine dönmesi, gündemdeki sıcak konulardan biri. Ancak bunun hayata geçebilmesi için kamuyla birlikte tüm paydaşların tam mutabakata ulaşması gerekiyor. Bu dönüşümün en erken 2023 yılında uygulamaya alınması yönünde bir planlama var. C

LİDERLERİN DERGİSİ

İŞ İNSANLARI VE CEO'LARIN YAŞAMLARI BU ÖZEL DERGİDE... KAÇIRMAYIN!



BAHAR SAYISI BAYİNİZDE

DİJİTAL DERGİLİK UYGULAMALARINDAN DA OKUYABİLİRSİNİZ

ANDROID APP ON Google play

Available on the App Store

Üç ayda bir yayımlanır

DB DOĞAN BURDA DERGİ

"TL'de değer kaybı sürebilir"

Piyasaların yılın geri kalanında en çok takip edecekleri konu başlıkları, enflasyon ve faiz politikaları olacak. HSBC Portföy Yönetimi Genel Müdürü NİLGÜN ŞİMŞEK, bugün gelinen noktada yüzde 40 para piyasası fonu, yüzde 30 hisse fonu, yüzde Eurobond fonu ve yüzde 10 altın fonu öneriyor. Şimşek, "Cari açıkta düşüşe rağmen yüksek seyrin neden olduğu döviz ihtiyacı, reel faizlerin düşme ihtimali ve ABD'de enflasyon konusundaki endişeler, TL'nin yılın kalanında değer kaybetmeye devam edebileceğine işaret ediyor" diyor.

TALİP YILMAZ • tyilmaz@doganburda.com

Mart ayı ortalarına kadar piyasalarda risk iştahı yüksek seyrederken öne çıkan, varlık sınıfı sanayi kesimi hisse senetleri oldu. Yükselen kısa vadeli faizler, para piyasalarını cazip kılarken yerel tahviller de küresel gidişata paralel olarak değer kaybetti. Mart ayı sonlarından itibaren ise yükselen risk algısıyla TL'ye değer kayıpları hâkim olurken tüm varlık sınıfları negatif hareket etti. TCMB'nin faizleri değiştirmeyerek enflasyonda belirgin düşüş sağlanana kadar mevcut seviyesinde tutacağını belirtmesi, varlık fiyatlarındaki dalgalanmayı dindirdi. Yılın geri kalanı için enflasyon ve faiz vurgusu yapan HSBC Portföy Yönetimi Genel Müdürü Nilgün Şimşek ile piyasa beklentilerini ve yatırım stratejilerini konuştuk:

● Yılın geri kalanında piyasaların izleyeceği önemli konu başlıkları neler olacak?

■ Yurt dışında en yakından takip edilecek veri, ABD tüketici enflasyonu ve çekirdek enflasyon göstergesi olacak. Yükselmesi beklenen enflasyonun, ABD Merkez Bankası'nın (FED) belirttiği gibi geçici mi yoksa kalıcı mı olacağı ana gündem maddesini oluşturacak. Enflasyonun uzun süre hedeflenen seviyenin üzerinde kalması, FED'in para politikasını gözden geçirmesine neden olabileceği gibi küresel anlamda tüm varlık fiyatlarına etki edebilir. Ülkemizde ise kırılgan makro dengenin ana unsurları olan enflasyon ve cari açık, bu enflasyon patikası ışığında TCMB'nin alacağı faiz kararları, piyasalar tarafından çok yakından izlenecek. Aşılamaların belirli bir seviyeyi geçmesi sonrası ekonomilerin tam kapasite açılması, yine yakından takip edilecek diğer önemli veriler arasında.

● Borsada yıl sonu endeks beklentileriniz nedir? Borsa yatırımcısı bu yıl nasıl bir strateji izlemeli?

■ Borsada şirketlerin bilanço kaliteleri ve kâr büyümeleriyle ilgili genele baktığımızda normal bir seyir görüyoruz. Mevcut görünüme göre hisse senetleri halen ucuz değerlemelerde. Yüksek devam eden yurt içi enflasyon ve TL üzerindeki küresel risklerin, ihracatçı ve döviz geliri olan sektörlerde yoğunlaşma gerektirdiğini düşünüyoruz. Aynı zamanda pandemi döneminde çok zorlanmış havacılık gibi sektörlerin tekrar artmaya başlayacak olan hava trafiği ve normalleşmeyle beraber kayıpları telafi ettiği bir döneme girebiliriz.

Enflasyon tarafında endişeler giderilebildiği takdirde, BIST 100 Endeksi'nin mevcut kâr büyüme potansiyeli de göz önünde bulundurulduğunda

ğunda, yılı mevcut seviyelerin anlamlı ölçüde üzerinde tamamlayabileceğini düşünüyoruz.

● Dolar/TL'de yıl sonu beklentiniz nedir? Dövizi etkileyecek ana gündemler neler olacak?

■ Cari açık kaynaklı döviz ihtiyacının miktarı, portföy girişlerinin seyri, yurt içinde reel faizlerin seyri, Türkiye-ABD ilişkileri ve ABD'de enflasyon beklentileri dolar/TL'yi yıl sonuna kadar etkileyebilecek ana gündem maddeleri. Cari açığın geçen yılki 37 milyar dolardan (GSYİH'ye oranı yüzde -5,2) bu yıl 28 milyar dolara (GSYİH'ye oranı yüzde -3,7) düşmesini öngörüyoruz. Ekonomik aktivitede güçlü seyir ve turizm gelirlerinde zayıflığın sürmesi, Türkiye'nin cari açık kaynaklı döviz ihtiyacının geçen yıla göre düşebilecek olsa da yüksek seyredeceğine işaret ediyor. Diğer yandan portföy hareketlerinde zayıf seyrin hafifleyerek de olsa devam etme ihtimali, finansman açısından zayıflığın sürmesine neden olabilir. Cari açıkta düşüşe rağmen yüksek seyrin neden olduğu döviz ihtiyacı, reel faizlerin düşme ihtimali ve ABD'de enflasyon konusundaki endişeler, TL'nin yılın kalanında değer kaybetmeye devam edebileceğine işaret ediyor.

● TL mevduat faizindeki getiriyi nasıl değerlendiriyorsunuz? Yükseliş eğilimi devam eder mi?

■ TL mevduat faizi, mevcut seviyesi ve stopaj avantajıyla oynaklıktan uzak reel getiri fırsatı sunuyor. Bir kur veya yurt dışı arz şoku olmaması durumunda, enflasyonun yaz sonu zirve yaparak yıl sonuna doğru düşüşe geç-



"FAİZ İNDİRİMİ SON ÇEYREKTEN ÖNCE OLMAZ"

"Para Politikası Kurulu'nun 6 Mayıs'taki açıklamasındaki en önemli ifade, 'Nisan Enflasyon Raporu tahmin patikasındaki belirgin düşüş sağlanana kadar para politikasındaki mevcut duruş sürdürülecektir'" oldu. Son Enflasyon Raporu'nda paylaşılan enflasyon tahmini patikasına bakıldığında enflasyonun nisanda zirve yaptığını değerlendiren TC Merkez Bankası tüketici enflasyonunun, eylül ayında orta noktası yüzde 16 civarında olan bir aralığa gerilemesini bekleniyor. Bu nedenle TCMB'nin yaptığı açıklama, dördüncü çeyreğe kadar faiz indirimi gelmeyebileceğine işaret ediyor. TCMB'nin TL'nin görünümü izin verirse politika faizini 450 baz puan düşürerek yıl sonunda yüzde 14,5'e çekebileceğine dair değerlendirmemizi şimdilik koruyoruz."



"YENİ FONLAR ÇIKARIYORUZ"

"10 MİLYAR TL'Yİ YÖNETİYORUZ"

Toplam 10 milyar TL'ye yakın bir fon bakiyesini yönetiyoruz. Bunun yarısını tarafımızca kurulan HSBC Portföy fonları oluştururken, diğer yarısını ise ülkemizin önde gelen büyük emeklilik şirketleri tarafından kurulmuş olan bazı emeklilik fonları oluşturuyor. Varlık dağılımının yüzde 40'ını Türk hisse senetleri oluşturuyor. Yüzde 26'sını sabit getirili menkul değerler, yüzde 22'sini yerli ve yabancı çoklu varlık grupları ve kalan yüzde 12'sini likit fonlar oluşturuyor.

"KISA ZAMANDA TALEP GÖRDÜ"

Nitelikli yatırımcılara sunabileceğimiz mutlak getiri hedefli serbest hisse yoğun fonumuzu ocak ayı içinde yatırımcılarımızla buluşturduk. Mart ayında da TEFAS aracılığıyla tüm bankalardaki nitelikli yatırımcılara açtık. Fon hem cazip getirisi hem de hisse senedi fonlarına göre daha düşük risk seviyesi nedeniyle kısa zamanda talep gördü. Nisan sonu gibi kısa bir zaman içinde bakiyesi 700 milyon TL'ye ulaşırken, net getirisi yüzde 9,5'i aştı.

"SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ ÖNEMSİYORUZ"

Özellikle COVID-19 sonrası dünya çapında sürdürülebilirlik teması, herkesin gündeminde en öncelikli konu. Bu kapsamda sürdürülebilirlik konusunda yatırım yapan şirketlere yatırım yaparak onlara hak ettikleri ayrıcalıkları vermek istedik. Bu fonlarımızı kısa süre içinde TEFAS üzerinden de tüm bankalar aracılığıyla satışa sunacağız.

mesi bekleniyor. TCMB'nin bu patikayla uyumlu hareket etmesi halinde TL mevduat reel getiri sunmaya devam edebilir. Stopaj avantajının bitmesiyle birlikte erken faiz indirimlerinin gelmesi durumunda TL mevduat, yatırımcıların tercihleri arasında ön sıralarda yer almayabilir. Mevduat oranlarında daha yüksek seviyelerin görülmesi beklenti enflasyonun daha da yükselmesiyle olabilir. Mevcut koşullarda bu yıl daha yüksek seviyeler öngörmüyoruz.

● Altın fiyatını etkileyecek önemli başlıklar neler? Gram altın-TL fiyatında ve ons fiyatında yıl sonu için ne bekliyorsunuz?

■ ABD'de enflasyon beklentileri, dolayısıyla FED'in yılın kalanında varlık alım programına dair adım atıp atmayacağı konusunda beklentiler ve ABD 10 yıllık reel tahvil faizinin seyri, ons altın fiyatı konusunda ana belirleyiciler. Halen görece düşük küresel faiz ve bol likidite ortamı, dolar cinsi ons altın için olumlu olmaya devam ediyor. Bununla birlikte küresel ekonomik aktivitede toparlanma, ABD'de enflasyon riski ve aşının yaygın şekilde uygulanmaya başlanması altın için olumsuz faktörler. Bu nedenle toplamda ons altın için uzun vadeli görüşümüz nötr. Olası yükselişlerin kalıcı olmayabileceğini değerlendiriyoruz. Diğer yandan TL'de değer kaybının devam ettiği, fakat ons altın fiyatı için aşağı yönde risklerin gündemde olduğu bir ortamda, TL cinsi gram altın fiyatlarında yükseliş potansiyeli sınırlı.

● Yılın geri kalanı için ortalama bir yatırımcı nasıl bir portföy dağılımı yapmalı?

■ Mevcut yüksek kısa vadeli faizler ve stopaj avantajından yararlanmak amacıyla portföyün yüzde 40 gibi bir kısmı para piyasası fonlarında değerlendirilebilir. Aktif hisse seçimi yapan ve hisse piyasalarında oluşan getiri fırsatlarından yararlanan bir fon olması şartıyla orta /uzun vadede portföy getirisini artırmak amacıyla portföyün yüzde 30'luk kısmı için hisse ağırlıklı değişken fonlar tercih edilebilir. Halen gelişmiş ve karşılaştırılabilir gelişmekte olan ülke Eurobondlarına göre yüksek faizler sunmaları nedeniyle portföyün yüzde 20'lik kadar kısmı, kısa vadeli Türk Eurobondları içeren fonlarla değerlendirilebilir.

Son olarak yurt dışında oluşabilecek enflasyonist ortamdan korunma sağlamak amacıyla yüzde 10'luk kalan bakiye için de altın fonları cazip olabilir. C



finance suite

ELÇİN CİRİK ecirik@capital.com.tr

Gündem

“Yenilikçi ürünlerimizin sayısı artacak”

2020 sonrası parlayan sağlık sigortalarında yenilikler sürüyor. Bu alanda ilk faizsiz özel sağlık sigortasını Katılım Emeklilik çıkardı. Şimdi de şirket, ürününü zenginleştirme kararı aldı. **Katılım Emeklilik Genel Müdürü Ayhan Sincek**'ten sağlık sigortalarında hedeflerini öğrendik:

40 BİN SİGORTALI “Tamamlayıcı sağlık sigortalarıyla (TSS) başladığımız sağlık sigortası hizmetlerimize, 2020 yılında Katılım Sağlık markası altında özel sağlık sigortalarını (ÖSS) da ekledik. Şimdi de Katılım Sağlık ile sigortalılarımıza acil ambulans, online doktor, diyetisyen ve psikolog gibi zengin ek hizmetler veriyoruz. Sağlık sigortası tarafında 156 kurumsal müşterimiz ve 10 bini tamamlayıcı sağlık olmak üzere toplamda 40 bin sigortalımız mevcut. Toplam prim üretimimiz 50 milyon TL. Hedefimiz, prim üretiminde 2023'te sektörde ilk 10'da, 2025'te de ilk 5'te yerimizi almak.

TSS'DE AGRESİF Bu yıl sonunda 60 binin üzerinde sigortalı sayısı ve yüzde 40 artışla 70 milyon TL prim üretimine ulaşmayı planlıyoruz. Pandemiyle tamamlayıcı sağlık sigortası ürünlerinin daha geniş kesimlerce farkına varıldı. TSS üretimimizi artırarak toplamda payını yüzde 50'de tutmak istiyoruz. Prim tutarları ve kolay ulaşılabilir olması açısından TSS tarafında agresifliğimiz ÖSS alanına nazaran bir miktar fazla olacak. Önümüzdeki dönemde dijitalleşmenin merkezde olduğu yenilikçi ürünlerimizin sayısı artacak ve ağırlıklı olarak TSS ürünümüze yatırım yapacağız.”

GÖSTERGE

Bankacılıkta 2020 sonuna göre ilk 4 ayda bireysel krediler **yüzde 2,6** artarken bireysel kredi kartlarında artış **yüzde 7,2**.



Rekabet

VakıfBank'tan yeni adım



Kamu bankaları, son yıllarda aktif büyüklük, kredi ve mevduatta aldıkları pazar paylarını diğer alanlara taşımak için çalışıyor. BDDK verilerine göre kredi kartlarında son 6-7 yıldır ilk 5'te hep özel sermayeli bankalar yer alıyor. Son dönemde atağa kalkan VakıfBank, piyasaya yeni çıkardığı dijital kart 'Click Kart'ı ile bu alanda gücünü artırmayı planlıyor. **VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Lütfü Çelebi** ile bu yeni ürünü ve hedeflerini konuştuk:

1 MİLYON YENİ “Click Kart ile kartı olmayan tüm müşterilere, dakikalar içinde internet üzerinden alışveriş yapabilme, mobil temassız ödeme ve QR ödemeyle fiziki POS cihazlarında kartını hemen kullanabilme imkanı veriyoruz. VakıfBank olarak kredi kartı işlem hacminde son 11 yıldır kesintisiz sektörün üzerinde büyüyoruz, pazar payımızı her yıl artırıyoruz. 2021'de de bu geleneği sürdürmeyi hedefliyoruz. Bugün 6 milyon 450 bin kredi kartı adedine ulaştık. Bu yılın ilk çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre 1 milyon adet daha fazla kredi kartını sisteme kazandırdık. Bu yıl kredi kartı artışımızın yüzde 25'ini yeni ürünümüzle sağlamayı planlıyoruz.

PANDEMİYE ÖZEL Pandeminin etkisiyle kredi kartında özellikle temassız ve e-ticaret alışverişlerine yönelik kampanyalara ağırlık verdik. Kapanmanın etkisiyle iş kaybına uğrayan müşterilerimize yönelik ekstre erteleme ve taksitlendirme uygulamalarımızı hizmete sunduk. Alışverişlerinde limit problemi yaşanmaması için müşterilerimizin limitlerini düzenli artırıyoruz.”



TALİP YILMAZ tyilmaz@doganburda.com

PORTFÖY BAROMETRE

Merkez bankaları ne yapacak?

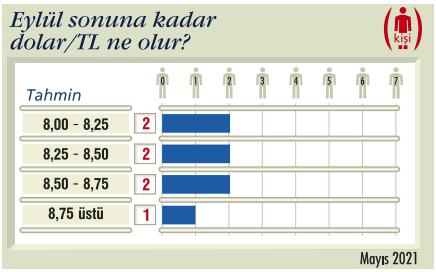
Piyasalar, yurt içinde ve yurt dışında enflasyon başta olmak üzere makro verileri ve merkez bankalarının olası hamlelerini izliyor. Böyle bir ortamda yaz dönemine girerken piyasa beklentilerini sorduk. Piyasa uzmanlarının eylül ayı sonuna kadar olan sürede piyasa beklentileri şöyle şekilleniyor:

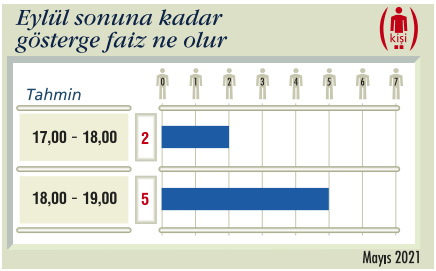
BORSA: BİST 100 Endeksi'nin kısa vadede teknik görünümü olumlu olmakla birlikte yabancı ilgisi düşük. TL'de devam eden değer kaybının da etkisiyle birlikte endekste yükseliş potansiyelinin sınırlı olduğu ifade ediliyor.

DOLAR/TL: TCMB erken bir faiz indirimden kaçınılacağı mesajını net olarak verdi. Ancak başta ABD'de artan enflasyon endişeleri olmak üzere küresel risk iştahı ve jeopolitik gelişmeler TL için destekleyici olmayabilir. Dolarda 8,00 TL'nin altı öngörülmezken, 8,75 TL'nin üstünü öngören uzmanlar da var.

FAİZ: Sıkı para politikası duruşunun korunmasıyla kurda ek değer kayıpları önlenirse enflasyon görünümü düzelebilir. Bu şekilde eylül/ekim ayları gibi Merkez Bankası'ndan kademeli bir faiz indirim süreci başlayabilir. Böyle bir ortamda gösterge faizde beklenti 18,00-19,00 bandında şekilleniyor.







1 SORU

Haskan Grup Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Bayram

Döviz kurundaki hareketlilik devam edecek mi?

1 YANIT

"Kur 8,50-8,75 seviyesinde denge bulur"

Ziraat Yatırım Genel Müdürü Uğur Boğday, soruyu şöyle yanıtlıyor:

"Döviz, enflasyonun ne zaman zirve yapacağına ve TCMB'nin bu ölçüde yapacağı hamlelere yine haziran ayı ortasında Cumhurbaşkanı Erdoğan ve ABD Başkanı Biden'ın görüşmesine göre şekillenebilecek. Yaz aylarında turizm tarafında Türkiye'ye gelecek turist sayısı da önemli olacak. Bu çerçevede, Rusya, İngiltere, Almanya gibi ülkelerin korona virüs tablosuna göre vereceği kararlar, piyasalar tarafından yakından izlenecek. Yine yurt içi yerleşik yatırımcıların döviz pozisyonlaması ve cari denge başta olmak üzere makro veriler de yakından takip edilecek. Yurt dışı tarafta enflasyon verileriyle birlikte ABD Merkez Bankası'nın (FED) güvercin duruşunu koruyup korumayacağına yönelik FED toplantıları izlenecek. Beklentimiz ise kurun 8,50-8,75 TL arasında denge bulabileceği yönünde. Kurların son hareketinde özel bir neden gözlenmiyor."

TAKVİM

Enflasyon önemli

2 Haziran: AB, TÜFE verileri
3 Haziran: TÜİK enflasyon
4 Haziran: ABD, tarım dışı istihdam, istihdam verileri
10 Haziran: AB, ECB faiz kararı
11 Haziran: Türkiye, TÜİK sanayi üretimi
14 Haziran: Türkiye, TCMB, cari açık
14 Haziran: AB, sanayi üretimi
15 Haziran: Türkiye, merkezi yönetim bütçe dengesi
15 Haziran: ABD, kapasite kullanımı ve sanayi üretimi
15 Haziran: ABD, ÜFE verileri
16 Haziran: ABD, FED faiz kararı
17 Haziran: Türkiye, TCMB faiz kararı
24 Haziran: Türkiye, tüketici güven endeksi
24 Haziran: Türkiye, kapasite kullanım oranı

GÖRÜŞ



Portföy nasıl olmalı?

Yaz döneminde takip edilecek en önemli konu, ABD ekonomisi başta olmak üzere global ekonomik aktivitedeki toparlanma ile ABD'de enflasyon gelişmeleri ve uzun vadeli tahvil faizlerinin seyri olacak. Yurt içinde ise enflasyonun seyri ve TCMB'nin para politikasına ilişkin mesajlar izlenecek. **Gedik Yatırım Genel Müdürü Metin Ayışık**, şu önerilerde bulunuyor: "Yaz dönemi için yüzde 40 mevduat, yüzde 20 dolar, yüzde 20 hisse ve yüzde 20 altın ağırlıklı bir portföy önerisinde bulunuyoruz. Model portföyümüzde Arçelik, Erdemir, Koç Holding, Mavi Giyim, Migros, Sabancı Holding, Şok Market, Türk Telekom, Turkcell, Yapı Kredi hisseleri bulunuyor. Portföyümüzdeki sanayi sektörü hisse tercihlerimizin tümü büyük ölçüde güçlü ve sürdürülebilir nakit akışı, özvarlık kârlılığı gelişiminin devamı ve cazip çarpanlardan işlem görmesi kriterlerine uygun olarak seçildi."

PARAYI NE YAPMALI?

FAİZ / İYİ ALTERNATİF TCMB, enflasyonun seyrine bakarak bir süre daha faiz politikalarında temkinli duruşunu koruyacağı mesajını veriyor. Bu ortamda TL mevduat yatırımcılar için iyi bir alternatif olmaya devam ediyor. Uzmanlar portföylerde yüzde 25-30 seviyelerinde TL mevduat tutulabileceği yönünde değerlendirmelerde bulunuyor. Yatırımcılar vade bitiminde faiz konusunda bankalarıyla yeniden görüşmeli.

Dövizin son 1 yıllık getirisi

Döviz cinsi	Son değeri (TL)	Yıllık değişim (%)
Dolar	8,3705	23,0
Euro	10,2256	38,2
Sterlin	11,9041	43,4
İsviçre Frangı	9,3519	33,3
100 Japon Yeni	7,7176	21,6

Not: 21 Mayıs 2021 TCMB verileridir.

DÖVİZ / EUROBOND'A DİKKAT

Yurt dışı dinamiklerde ABD enflasyon kaynaklı risk algısında bozulma ana etken olmaya devam ediyor. İçerde ise korona virüs nedeniyle bazı ülkelerin seyahat kısıtlamalarının turizm gelirlerine etkisi izleniyor. Yaz dönemi için dövizde yukarı hareketlerin sınırlı olacağı yönündeki görüşlere paralel olarak portföylerde döviz ağırlığının yüzde 15-20 civarında olması öneriliyor. Eurobond getiri açısından daha önde olabilir.

Borsada endekslerin getiri analizi

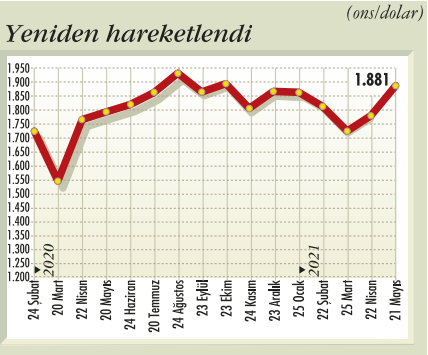
	Son değeri (TL)	Yıllık değişim (%)
BİST-100	1.462	42,5
BİST-30	1.521	27,6
Sanayi	2.686	103,0
Hizmetler	1.142	36,4
Mali	1.371	25,4

Not: 21Mayıs 2021 BİST verileridir.

BORSA / SEÇİCİ OLUN

Endeksin 1400 seviyesi üzerinde kalmakta ısrarcı olması durumunda hisse ağırlığının yüzde 30-35'lerde tutulması öneriliyor. Risk algısının ani değişimleri karşısında kısa vadeli nakde geçilebilir ve hisse tarafında potansiyel düzeltmelerde alım fırsatı yaratabilecek hisseler takip edilebilir. Burada döviz girdisi olan, nakit akışı sağlam sektörlere ve hisselere ağırlık verilebilir. Hisse fonlar da tercih edilebilir.

Yeniden hareketlendi



ALTIN / AĞIRLIĞI ARTIYOR

Son iki ayda altının yükseliş eğilimine devam ettiği ve yatırımcılarına kazandırdığı görüldü. Yapılan değerlendirmelerde gram altının yaz döneminde 520-540 TL aralığına doğru hareketlenebileceği yorumları yapılıyor. Bu ortamda portföylerde altın ağırlığının yüzde 20-25'lere kadar çıkarılabileceği uzmanlarca öneriliyor. Altın fonlar ve altın hesaplar da alternatif olarak değerlendirilebilir.

BES FON

ALTIN FONLAR KAZANDIRMAYA DEVAM EDİYOR

30 Nisan, 21 Mayıs tarihleri arasında BES fonların getirilerine bakıldığında, ons ve dolar bazında artışlara paralel olarak altın ağırlıklı fonlar kazandırmaya devam ediyor. Bu dönemde en çok kazandıran fonların tamamı altın ağırlıklı. En yüksek getiriyi ise AvivaSa Emeklilik'in altın fonu yüzde 7,48 primle sağladı. Onu yüzde 7,44 getiriyle NN Hayat Emeklilik'in altın fonu ve yüzde 7,41 getiriyle BNP Paribas Cardif Emeklilik'in altın fonu takip etti.

START UP CLUB'A DAVETLİSİNİZ!

Start Up Dergisi, 7'nci yılında tüm ekosistemi bir araya getirmek için Start Up Club'ı hayata geçirdi. Üyeliğin tamamen ücretsiz olduğu kulübe bugüne kadar ekosistemden 465 kişi üye oldu. Başkanlığını Türkiye Girişimcilik Vakfı Başkanı Sina Afra'nın yaptığı kulübün amacı, girişimcilik dünyasının tüm paydaşlarını bir araya getirip ortak bir sinerji yaratmak. Gerçekleştirilecek anket ve etkinliklerle girişimcileri desteklemek, güçlü bir networking ortamı yaratmak.

START UP *club*

KİMLER KATILABİLİR?



- Start up kurucuları
- Melek yatırımcılar ile melek yatırım ağlarının yöneticileri
- Kuluçka ve hızlandırma merkezi yöneticileri
- Bankaların girişimcilik ve start up'larla ilgili birimlerinin başındaki yöneticiler
- Holdinglerin veya şirketlerin girişimcilik projelerini yöneten yöneticiler
- Özel girişim sermayesi fonlarının yöneticileri
- Ortak çalışma alanlarının yöneticileri
- Teknokentlerin yöneticileri
- Teknoloji transfer merkezlerinin yöneticileri
- Hızlandırma programlarının yöneticileri

Siz de bu kulübe üye olmak istiyorsanız lütfen efirat@capital.com.tr ve ngozutok@capital.com.tr elektronik posta adreslerine yazın.
Start Up Club'a üye olun, ekosistemin daha ileriye gitmesi için katkıda bulunun.

START UP CLUB'TA KİMLER VAR?

	İsim	Start up/Şirket/Kurum adı
1	SINA AFRA	Türkiye Girişimcilik Vakfı/Tiko
2	Abdurrahman Yuvalı	Petify Teknoloji
3	Ahmet Bilgen	Trendbox Innovative Solutions
4	Ahmet Burçin Gürbüz	GarageATLAS Teknoloji
5	Ahmet Onur	Kolektif House
6	Ahmet Öney	Tiplaystudio
7	Ahmet Şenkaya	Pisano
8	Ahmet Toprakçı	Peakup
9	Ahmet Ulukan	Windlar
10	Ahu Bade Nilgün	NBSHR
11	Ahu Serter	Arya Kadın Yatırım Platformu
12	Ali Erdoğdu	Magistum
13	Ali Halabi	Volt Lines
14	Ali Hulusi Ölmez	Bulut Klinik
15	Ali Necati Gökmen (Prof. Dr)	Cenos AŞ
16	Ali Rıza Babaoğlu	Grow in EMEA
17	Ali Yılmaz	Obilet.com
18	Alp Çiçekdağı	Parkpalet
19	Alper Duysak	Zontroy
20	Alper Sert	Tresor Games
21	Alperen Aygören	Yıldız Ventures
22	Alperen Cem Sanap	Legaling
23	Altay Tınar	Yuvako
24	Amir Alkadri	Ustaol
25	Ansın Öztürkmen	Databin
26	Arda Aşkın	Startshup
27	Arda Helvacılar	Sertifier Eğitim
28	Arda Örçen	Nanomik Biyoteknoloji AS
29	Arda Özen	Dopigo (EMA Bilgi Teknolojileri)
30	Arif Gürdenli	Bugbounter Siber Güvenlik
31	Armağan Ergün	MobilMed
32	Arzu Eryılmaz	İTÜ Arı Teknokent
33	Arzu Yavuz	Eloop Digital Solutions
34	Asiye Karakullukçu	Aksense
35	Aslı Elif Tanuğur Samancı	SBS Bilimsel Bio Çözümler (BeeoPropolis)
36	Atakan Sayın	Swenna
37	Atakan Yücel	Fanaliz
38	Aybar Başaran	ServisSoft
39	Aybar Dumlu	Rella Medya
40	Aybüke Temel	Sosyalfon
41	Aycan Göktaş	Marketcepte.com
42	Aydın Demir	ProjeMED Yapım
43	Aydonat Atasever	Z Eksen Bilgi Teknolojileri
44	Ayhan Prepol	İltema
45	Aykut Arslantaş	Sorufidanı.com
46	Aysun Demirdöğen	Clipcil Yazılım
47	Aysun Gençünal	Çarpala
48	Aytuğ Topçu	Sitemia (Intercontinental Yazılım)
49	Aytül Erçil	Vispera
50	Azra Kohen	Hypatia Yayın
51	Bahadır Efeoğlu	Fabrikatör
52	Banu Akgül	ConectoHub
53	Banu Babaoğlu	Grow in EMEA
54	Barış Bayoğlu	Moneymo
55	Barış Düzen	Hypatia Tech
56	Barış Konca	Pindrinks
57	Barış Korkmaz	Earnado
58	Barış Yaşa	Connexease/Tuşla
59	Barış Yüceses	Moneymo
60	Başak (Süer) Sucuka	Givin
61	Batuhan Baybalı	Fventures
62	Batukhan Taluy	Uservision
63	Baturalp Çetin	askHEY
64	Begüm Anıl Başlığil	Bulutistan
65	Begüm Taştan	Internative Yazılım ve Dijital Çözümler
66	Beliz Öztürk	Rapide
67	Beray Bentesen	Qubitro
68	Berk Kırmızı	Toffu Bilgi Teknolojileri
69	Berk Özer	FalconAI Technologies
70	Berkay Çınkaya	Partnersbond
71	Berkay Mollamustafaoğlu	Opsgenie/ScaleX Ventures
72	Betül Karaduman	Minalp Karaduman Bitkisel Üretim
73	Bilal Baysoy	Onlinebilet
74	Bilal Nebi Görgün	ETHS Bilişim
75	Bilgehan Yılmaz	Kabi Partners
76	Bora Alp Arat	Shopimia
77	Bora Savaş	Zebramo
78	Burak Aydın	SabancıDX
79	Burak Elitaş	Kelus Reklam
80	Burak Özbek	Modimu
81	Burak Tülü	Bonegraft
82	Burak Yörük	Meshine Sürü Teknolojileri A.Ş.
83	Burcu Arslan	Munis Tarım
84	Buse Berber Örçen	Nanomik Biyoteknoloji A.Ş.
85	Bülent Demirhan	Scalar Vision
86	Bülent Doğru	DGR Project
87	Bülent Peker	Rem People
88	Bülent Yılmaz	Liberro
89	Büşra Hatice Büyükoğlu	Unidad
90	Can Turanlı	33.fit
91	Can Uğurluoğlu	Pafta Atölye
92	Can Yayımlar	Süpery
93	Caner Çelik	Pangolin
94	Cansu Tokuç	DogGo
95	Cantürk Yılmaz	CY Enerji
96	Cavid Bayramlı	Wastespresso Atık Yönetimi
97	Cebrail Bektaş	Yomlab Yazılım
98	Cem Elibol	DogGO App
99	Cem Soysal	Inventram
100	Cem Tütüncüoğlu	Kraker Studio
101	Cengiz Çalışkan	GeleceğeMektupGönder
102	Cenk Bayrakdar	Revo Capital
103	Cenk Güler	Roadmark Corporation
104	Cenk Tunç	Yariyo
105	Ceren Süngü Kalpaklıoğlu	Pabbler Lojistik
106	Cesur Ölçenoğlu	İnteraktif Kredi
107	Cihan Nam	Fitnesshocam
108	Cihat Büyük	Voscreen.com
109	Cüneyd Murad Özsert	Yolda Lojistik
110	Çağatay Kaan Karataş	Tingz
111	Çağdaş Eryüksel	Secube Teknoloji
112	Çağla Arslan	Gene-us Biotechnology
113	Çağla Yıldırım	Pacem Medikal Teknoloji
114	Çınar Laloğlu	Bren İleri Teknoloji
115	Çiğdem Öztabak	Deliveri
116	Çoruh Durmuş	Levitate Gösteri Teknolojileri
117	Demirtunç Ceylan	Çekpara
118	Deniz Can	Tabbs
119	Deniz Dündar	Voscreen.com
120	Deniz Güven	Moxbank.com
121	Deniz Okumuş	Abonesepeti
122	Deniz Özcan	Distant Teknoloji
123	Doğan Turan	Glocalzone
124	Doğukan Gözeten	Kobaküs
125	Doğukan Yelseli	Funmoth Games
126	Dr. Muhammet Avcal	Imperial Bioscience
127	Dr. Okan Erol	Wordego
128	Dr. Önder Türker	Nakliyemkolay/DRN Lojistik
129	Duygu Kutluoğlu Kılıç	FineDine
130	Duygu Yılmaz	Biolive Biyolojik Ve Kimyasal
131	Ece Çiftçi	SosyalBen Vakfı
132	Ece Er Aydın	Olizzi (Mana Krea Gıda)
133	Eda Günay	Uplifers / Lea Medya
134	Efe Aydın	Scoutium
135	Efe Hızır	Fideyo.com
136	Efe Kethüda	Flank Esports & KTH Event Agency
137	Efe Küçük	Game Factory
138	Efecan Erdur	Kolay IK
139	Ege Orhan	Meraklı Karga
140	Egemen Alpay	Fplus Venture
141	Elif Çetin	Loud and Proud
142	Elif Küçükkırsoy	Nuluce
143	Elis Yılmaz	Youthall
144	Emin Batur Dizdar	Ratio Technologies
145	Emin Görgün	Piple
146	Emine Yılmaz	HYGGEFOODS
147	Emir Bostan	Pisano
148	Emir Özçoban	Happy Diet
149	Emir Tümen	Dekopasaj
150	Emrah Uzunok	Pusula360
151	Emrah Yiğit	Pepapp Teknoloji
152	Emre Akıncı	Zaxe
153	Emre Aykan	Youthall
154	Emre Fadıllıoğlu	App Samurai
155	Emre Güzer	Lidio
156	Emre Haraççıoğlu	Rem People
157	Emre Kayretli	Vomsis
158	Emre Ölçer	İş Bankası
159	Emre Ulusoy	Hadi
160	Ender Kuru	FinCloud Yazılım ve Danışmanlık
161	Ender Suvacı	Entekno Materials
162	Engin Can Kurt	Clotie Elektronik Hizmetler
163	Enis Yazırlıoğlu	Turkcell
164	Eray Uğurelli	Kidolog
165	Ercan Gümüş	11Sight
166	Ercan Pilcioğlu	Wask Bilg Teknolojileri
167	Erdem Lafçı	Apps
168	Erdem Mutlu	Icarbon Chemistry
169	Erdem Yılmaz	Turksys Elektrik Elektronik
170	Erdem Yurdanur	Kokteyl
171	Eren Küçük	Teknar Teknoloji
172	Eren Yumuk	Yumuk Ticaret
173	Ergin Eroğlu	Segmentify
174	Erhan Kocabaş	Workindo
175	Erkan Doygun	GEOMİN Madencilik
176	Erman Taylan	QNB Beyond
177	Ersan Turan	SFM Yazılım
178	Ersin İnankul	İstanbul Havalimanı
179	Ersoy Soyer	Queeme
180	Ertaç Çiftçi	Leos Bilim Teknolojileri
181	Eser Yoğurtçu	Temiz.co
182	Esra Küçükyalçın	Spordakadin.net
183	Esra Sarıarslan	Atiba Mühendislik
184	Esra Selen Altuğ	AcademyLab
185	Evren Özatay	iUGO Teknoloji
186	Eyüp Rahmi Aydın	Süpery
187	F. Cenk Tuncay	Flowerbox
188	Fatih Alp Yiğit	Visiosoft
189	Fatih Coşkun	Sanction Scanner
190	Fatih Gür	ERVE PRO
191	Fatih Köleoğlu	FK
192	Ferdi Cebeci	Mottojoy
193	Ferhat Babacan	Bluedot Technologies
194	Fevzi Güngör	Ödeal
195	Furkan Tirit	Satılıkfil
196	Gökçen Karan	GMPLY INC
197	Gökhan Talat Tuna	Eyedius
198	Gökhan Uslu	Soho MCI
199	Gökhan Yücel	RNV Analytics
200	Göksenin Göksel	Yodiviki
201	Görkem Ünel	BenzinLitre
202	Gülçin Özbiçerler	Baboon Kozmetik
203	Gürhan Koncaoğlu	Kalem Mühendislik
204	Gürol Üzenç	Teknopark İstanbul Cube Incubation
205	Güven Koçkaya	Econix
206	Hakan Akbaş	HakanAkbas Danışmanlık
207	Hakan Kibar	Temizlikyolda
208	Hakan Ürey	CY Vision
209	Hakkı Alkan	SDN Bilişim
210	Hale Tansık	Tiko
211	Halil Karaköse	Subscreasy Yazılım
212	Halit Çavuşoğlu	Grafen Biotech
213	Haluk Külah	Mikro Biyosistemler
214	Haluk Özek	Öneriver
215	Hamdi Levent Doğru	DGR Project
216	Hamza Bilgen	Bosch Türkiye
217	Hasan Aslanoba	Aslanoba Capital
218	Hasan Celil Tombul	Cineshort
219	Hasan Zafer Elçik	Otsimo
220	Hatice Kulak	Pollective
221	Haydar Çelik	Akıllı Gezgin
222	Haydar Sinan Yıldırım	AbilityPool
223	Hayriye Ocak	NemFlora
224	Hazel Topçu	Haus Freeze Dry
225	Hulusi Berik	Keiretsu Forum
226	Hulusi Horozoğlu	D Yatırım Bankası
227	Hüseyin Bulut	Filmaldım
228	Hüseyin Nalbantoğlu	Ekmob
229	Irmak Günayer	Kassa Mobil BT
230	İbrahim Bayır	BirFatura Yazılım
231	İbrahim Hakkı Şenol	VAWTTURK ENERJI

START UP CLUB'TA KİMLER VAR?

	İsim	Start up/Şirket/Kurum adı
232	İbrahim Küçükhalıcı	Sadetoptan
233	İbrahim Onat Yılmaz	Towen Games
234	İhsan Elgin	Core Strateji
235	İlker Demirkapı	DMR Danışmanlık
236	İlker Elal	Goldenpreneurs Eğitim Hizmetleri
237	İlker Vardarlı	3Durak Arge
238	İnanç Erol	NGN
239	İpek Ötügen Dinçer	Anneyimyolla.com
240	İren Saltalı	4AI Bilgi Teknolojileri
241	İsa Korkmaz	Navlungo
242	İsmail Arı	Özyeğin Üniversitesi
243	İsmail Çınar Ergin	Jobuum
244	İsmail Haznedar	Gain Global
245	İsmail Özgür Özer	MagSpin
246	Jilda Bal	Gilda&Partners Consulting
247	Kaan Akın	Hackquarters
248	Kaan Aslan	Zebramo
249	Kadir Çaylı	Birim Bilgi
250	Kağan Tonyukuk Fikri	Visiomex
251	Kanat Cavlak	Medicine Yazılım
252	Kazım Evren Posacı	AVA Araba Akıllandırma Sistemleri
253	Kemal Kozakçı	Publins
254	Kerem Erikçi	Tarlaio
255	Kıvılcım Pınar Kocabıyık	Akko MARKA-Yuvam Dünya/The Farm of 38-30
256	Koray Gültekin Bahar	Figopara (şirketi Foriba'dan istifa etti)
257	Kubilay Güler	Maltavista
258	Kubilay Şahinler	Optio Studio
259	Kudret Türk	Apsiyon
260	Kurtuluş Cumhur Korkmaz	The Blueground
261	Kutluhan Hakan	Car4Future Technologies
262	Kutluhan Sabik	Mypopa Dijital
263	Kübra Yaradılmış	Koytola
264	Kürşat Ceylan	Wewalk
265	Lale Ergin	ESA Esports & Media
266	Lara Talvi	Make My Day
267	Levent Atlas	ForFarming
268	Lokman Ökten	Lonca Girişimcilik Merkezi
269	Lütfi Mutlu	Innolife Mekatronik
270	M. Halis Ertaş	Talya Bitkisel Ürünler
271	Mahir Ünal	Advitasoft Bilgi Teknolojileri
272	Mahmut Hazım Şahin	Digimall
273	Mehmet Akgün	Mobixa
274	Mehmet Ali Umar	Eplayout Eğitim
275	Mehmet Buldurgan	Şirketortağım.com
276	Mehmet Bülent Kula	CoolREG Enerji
277	Mehmet Bülent Yaşar	CY Redüktör
278	Mehmet Fatih Önkol	Prebliss
279	Mehmet İlem	Sade Teknoloji-Sade Labs
280	Mehmet Kenan Kanburoğlu	RISE Teknoloji
281	Mehmet Kıvanç	Optonom
282	Mehmet Kibar	Kibar Immobilien GmbH
283	Mehmet Ogul Gürsoy	DogGO
284	Mehmet Şöhrap Sanlı	Girişim Merkezi
285	Mehmet Umut Ermeç	Tiplaystudio
286	Mehmet Yüksel	Missafir
287	Melih Ödemiş	GBA (Yemeksepeti'nin kurucularından)
288	Melis Altınoluk	MeLway Danışmanlık
289	Meltem Dağdeviren Lale	3E Industrial
290	Mert Alemdar	Rem People
291	Mert Can Boyar	Verilogy OÜ
292	Mert Esenli	KoçSistem
293	Mert Karslıoğlu	Ecording
294	Meryem Alaca	The Qualitâlâ Istanbul Deri Ürünleri
295	Mesut Keskin	Ebursum
296	Metin Serhat Atayeter	Price&Me
297	Mina İlköz	UP School
298	Muhammed Üzeyir Özcan	ZcnTech
299	Muhammed Yüceer	İnnoyum
300	Muhittin Engin Şatana	Dopigo (EMA Bilgi Teknolojileri)
301	Murat Albayrak	Varonline
302	Murat Bahadır Kılınç	Episome Biyoteknolojik Ürünler
303	Murat Bak	Farmer Expert
304	Murat Balaban	Episome Biyoteknolojik Ürünler
305	Murat Can Akın	AI Factory Bilgi Teknolojileri
306	Murat Ceylan	Aivisiontech Elektronik
307	Murat Demirhan	Mealbox
308	Murat Emre Duman	Adastec
309	Murat Erdör	Me Consultancy
310	Murat Hacıoğlu	B2Metrik Yazılım
311	Murat İşler	Maxeff Teknoloji
312	Murat Merdin	MET İleri Teknoloji
313	Murat Soysal	Segmentify
314	Mustafa Furkan Tanrıverdi	Süperpay Ödeme
315	Mustafa Gençoğlu	Kurslab
316	Mustafa Güllü	Medialyzer
317	Mustafa Kopuk	Tarvenn
318	Mustafa Kurt	Sentos Yazılım
319	Mustafa Özer	İMECE
320	Mustafa Tavus	Benimpos Bilişim Teknolojileri
321	Mustafa Tülü	argeX Araştırma
322	Müjgan Aydın	Abonesepeti
323	Mürsel Özgür Karabıyık	E2B Finansal Teknolojiler
324	Nasuh Önal	Lunano
325	Nazlı Temur	Xena Vision
326	Nevzat Aydın	Yemeksepeti
327	Nizamettin Sami Harputlu	Centrum Teknoloji
328	Nuri Murat Avcı	House Of Human
329	Oğuzhan Atay	Billionetoone
330	Oğuzhan Sarıtaş	Car4Future Technologies
331	Okan Arıkan	Adım adım eğitim setleri/Mikado yayınları
332	Okan Ünlüçerçi	Fon Radar Bilişim
333	Oktay Erbey	DQ Türkiye (Bir deSoftWare Ar-Ge adlı şirketin kurucusu)
334	Oktay Uysal	Entekno
335	Oktay Yılmaz	Yeaty
336	Onur Yılmaz	Someka Bilişim
337	Onur Bilgin	Linsight
338	Onur Candan	PulpoAR
339	Onur Çakar	Wallids
340	Onur Erbay	Naviga Venture Capital
341	Onur Gargılı	Angel Effect
342	Onur Güdü	Laska Teknoloji
343	Onur Günduru	Onur Enerji
344	Onur Güzey	KR Bilişim (Hamilinden.com)
345	Onur Kavak	Letgo
346	Onur Özgür Özkan	Bulutfon
347	Onur Selek	YGTSoft
348	Onur Sinan Türkmen	Margeht Biyoteknoloji
349	Onur Yağan	Kafabilişim
350	Onur Yurtsever	Akıllı Param
351	Orçun Murat Özalp	Bulutistan
352	Orçun Uzun	KoçSistem
353	Orhan Bayram	Hello Teknoloji
354	Osman Baytaroğlu	Agcurate
355	Osman Bıyık	Drivee Teknoloji
356	Ozan Gözbaşı	Optiyol
357	Ozan Yıldırım	Yıldırım Consulting
358	Ömer Anıl Yurdagül	Kobiyim
359	Ömer Faruk Koç	Move On
360	Özbek Ekermen	Kpay Ödeme Teknoloji
361	Özer Akıncı	Ahtapot App
362	Özer Çakır	Aqua Vizyon Enerji
363	Özer Çelik	Akıllı Çeviri
364	Özge Yalkut	Revy Teknoloji
365	Özge Yeşilyurt	Bosphore Tech
366	Özgür Günay	Smart İş Makinaları
367	Özgür Keysan	Özgür Keysan Fotogrametri
368	Özkan Demir	Pisano
369	Özkan Hacıoğlu	Neredekal
370	Özkan Kaliç	Eofis
371	Özlem Özyurt Canberk	Ziraat GSYO
372	Özlem Sökmen	Personalbest
373	Özlem Ülker	AbilityPool
374	Rasim Üner	BrandFace
375	Recai Serdar Gemici	Albert Healty
376	Ruşen Mat	Tatildekirala.com
377	Sabri Sami Toker	Ulak Yazılım
378	Sabrican Zaim	Paym.es
379	Sadık Köseoğlu	Şirketortağım.com
380	Sadullah Uzun	Verisun Teknoloji
381	Salih Özcobanoğlu	Antkalp
382	Salim Yılmaz	Türk Telekom
383	Samed Düzcay	Infoset
384	Sami Eyidilli	Challenger Insider
385	Sargın Erdoğan	Anlatsin.com
386	Sarp Tomrukçu	inMapper
387	Sedat Avşar	Techventure
388	Sedat Yazıcı	Pır Yazılım
389	Selen Demir	Bizimtarifler.app
390	Selim Göksin	Ecanta
391	Selin Orçunsel	APE Drone Teknolojileri
392	Selin Öz	Garanti Bankası
393	Selin Şahin	Bakiyem.com
394	Selinay Filiz Parlak	Bluedot Technologies
395	Selma Bahçıvanoğlu	İTÜ Arı Teknokent
396	Sema Demir Toktaş	Heraklet.com
397	Semih Emre Özcan	Packupp Teknoloji Yazılım
398	Semih Kılıçgedik	Barty
399	Sena Nomak	RS Research
400	Serdar Yılmaz	Eyedius
401	Serkan Bilgehan Üstündağ	Chomar Siber Güvenlik
402	Serkan Şahin	Bakiyem.com
403	Serkan Ünsal	Startups.watch
404	Serra Eren Sarıoğlu	Ludens
405	Sertaç Oral	Bosch Türkiye
406	Seyfullah Kılıç	SwordSec Siber Güvenlik Teknolojileri
407	Shirly Kaston	Skare Gıda (Kök Project)
408	Sibel Akyiğit	Wecart E-ticaret
409	Simay Danış	Eyedius
410	Sinan Güler	SGSA (Gülerbiz)
411	Sinan Melikoğlu	JSIN
412	Sinan Orkun Şanlı	Arya Trader
413	Soner Yarayıcı	Socialhunter
414	Suat Özkan	Scrubb
415	Suat Yüksek	Goyomad E ticaret
416	Süha Soydan	Özyeğin Üniversitesi
417	Şevket Karacançi	Duru Yeşil Tarım İlaçları
418	Şevval Karadağ	Fortuna Healing Innovations
419	Şule Başarslan	Mips Laboratuvar
420	Şule Yücebıyık	Science Of Impact
421	Taner Palamutçu	Stork Camper
422	Tarkan Anlar	Scotty
423	Taylan Samancı	SBS Bilimsel Bio Çözümler (BeeoPropolis)
424	Timur Tandoğar	Evidea/Reboost
425	Tolga Coşkun	ImpressVR Studios
426	Tolga Öztürk	Hi Games
427	Tolga Şahin	Onlinekapitalizm
428	Tolga Tatari	Akinon
429	Tolga Ünlü	Magfi
430	Tuba Alaylı	Sihirli Boyalar
431	Tuba Yılmaz Gözbaşı	Optiyol
432	Tufan Kurtini	ProcessEye Görüntü İşleme
433	Tugay Alyıldız	Veloxia Teknoloji
434	Tuna Sönmez	B2Metrik Yazılım
435	Tunç Berkman	TBS Investment
436	Tunç Laçin	ELAA Teknoloji
437	Tümay Solak	Enerji Analiz
438	Ubeydullah Güngör	Kahvegibikahve
439	Ufuk Baydilek	Optio Studio
440	Ulvi Can Poyraz	KR Bilişim (Hamilinden.com)
441	Umut Büyük	Hibrigen
442	Umut Esen	Softtech Ventures
443	Umut Ünlü	Basefy
444	Umut Vural	Adgager
445	Umut Yalçın	Bakiyem.com
446	Umutcan Duman	Evreka
447	Utkan Menteş	Inovean ve SnapBuyApp
448	Utku Kaynar	Buck.ai
449	Ünal Aslan	Boğaziçi Üni Girişimcilik Programı
450	Yahya Ülker	Yıldız Ventures
451	Yalçın Taş	Redlab Teknoloji
452	Yaşar Kımıl	Birgünde Kargo
453	Yekcan Güler	Resardis
454	Yılmaz Seçkiner	Seçkiner Teknoloji(ilaçlar.com)
455	Yiğit Gürocak	Obilet.com
456	Yiğit Yüceer	Uras Dijital Etkileşim
457	Yunus Emre Çelik	ProcessEye Görüntü İşleme
458	Yusuf Can Algül	Pubinno
459	Yusuf Kabbara	Torever
460	Yusuf Yıldız	Gitkargo
461	Yüce Tekol	Scale Plan Yazılım
462	Zafer Karadayı	Nara
463	Zehra Korkusuz	Foster Insight
464	Zekeriya Ekinci	Ülke Grup
465	Zühtü Eşiyok	Kiraplus.com

NİL DUMANSIZOĞLU
ndumansizoglu@capital.com.tr



“Sıfırlanma zamanı”

Pandemi nedeniyle kısıtlanan sosyal hayatla birlikte iş-yaşam arasında denge kurmak da zorlaştı. Bu süreci, evde hobilerine daha çok vakit ayırarak, ailesiyle keyifli zamanlar yaratarak ve yürüyüş yaparak sağlıklı atlatmaya çalıştığını söyleyen Watsons Türkiye Genel Müdürü METE YURDDAŞ, “Kendinizi sıfırlamaz, sürekli aynı döngü içinde kalırsanız çözüm aradığınız konulara dışarıdan dingin bir kafayla bakamazsınız” diyor.

Sağlık kaygısıyla sosyal hayattan uzaklaştığımız bu dönemde zihinsel yorgunluğumuzu yönetmek de zorlaşıyor. Bu noktada denge sağlamanın eskisinden daha önemli hale geldiğini düşünen Watsons Türkiye Genel Müdürü Mete Yurddaş, aile yaşamını ve hobilerini ihmal etmeden sürece uyum sağladığını söylüyor. Kendine daha fazla özel anlar yaratıp okumayı ertelediği kitapları okuduğunu, daha fazla müzik dinlediğini ve ailesiyle geçirebileceği keyifli anlar yarattığını anlatıyor.

Özellikle yürüyüş yaparak zihnini boşaltığını belirtiyor ve şöyle konuşuyor:

"Pandemi döneminde maskemi takıp daha fazla yürüyüş yapmaya başladım. Yürüyüş yaparken zihnimi resetliyorum. Kendinizi sıfırlamaz, sürekli aynı döngü içinde kalırsanız çözüm aradığınız konulardan uzaklaşıp o konulara dışarıdan bir gözle dingin bir kafayla bakamaz, sağlıklı çözümler de üretemezsiniz."

Yurddaş'la pandemiyle birlikte oluşan yeni rutinini ve iş-yaşam dengesi formüllerini konuştuk:

● İş-özel yaşam dengesi arasındaki çizgilerin belirsizleştiği bir süreç yaşıyoruz. Siz bu dönemde denge kurma konusunda zorlandınız mı? Dengeyi nasıl sağlamaya çalıştınız?

■ Herkes gibi ben de pandemi sürecini hem kendi sağlığımı hem de sevdiklerimin sağlığını korumak için evde kalarak geçirmeye özen gösteriyorum. Watsons olarak pandeminin başından beri tedbirler kapsamında evden çalışma modeline geçtik. Sosyal teması azaltmak için merkez ofis çalışanları olarak A ve B grubu olmak üzere iki gruba ayrıldık. Ayın sadece belirli günlerinde ofise gidiyoruz. Bugünlerin dışında evden çalışıyoruz. Elbette ofis çalışma hayatını hepimiz özlüyoruz ancak bu dönemde sağlık hepimiz için en öncelikli konu.



Evden çalışırken işime odaklanıyorum ancak bununla birlikte aile yaşamımı ve hobilerimi de ihmal etmemeye özen gösteriyorum. Pandemi nedeniyle sosyalleşemediğimiz bu dönemde iş ve özel yaşamımdaki denge benim için çok önemli. Çünkü bedensel sağlığımız kadar zihinsel sağlığımızı da korumamız gerek. Eğer kendimizi iyi hissettiğimiz hobilerimizi yapmazsak ve ailemize, kendimize bu süreçte keyifli vakit geçirebileceğimiz zamanı ayırmazsak yönetilmesi çok daha güç bir süreç yaşarız.

● Yeni rutininiz nedir? Eskiye göre günlük rutininizde neler değişti?

■ Ben pandemi öncesinde de haftanın her günü sahilde kulaklıklarımı takıp yürüyüş yapıyordum ve mümkün olduğunca gideceğim her yere yürüyerek gitmeyi tercih ediyordum. Bu durum pandemi döneminde de değişmedi. Hatta maskemi takıp daha fazla yürüyüş yapmaya, zihnimi boşaltmaya, kendime vakit ayırmaya başladım. Yürüyüş yaparken zihnimi resetliyorum. Bunun iş yaşamım üzerinde de çok olumlu bir etkisi var. Çünkü kendinizi sıfırlamaz, sürekli aynı döngü içinde kalırsanız çözüm

"GERÇEK HAYATTAN UYARLANAN FİLMLERİ SEVİYORUM"

BELGESEL TAVSİYESİ

Son zamanlarda Netflix'te oldukça fazla zaman geçiriyorum. Özellikle sürdürülebilirlik üzerine yapılan belgeselleri izliyorum. David Attenborough belgesellerini çok sıkı takip ediyorum. Bunun dışında en son Seaspiracy: Denizlerdeki Komplo belgeselini çok beğenerek izledim.

EN SON İZLENENLER

Filmlerde ise gerçek hayattan uyarlananları seviyorum. En son Everest'i izledim. Bir de Jake Gyllenhaal'un oynadığı filmleri büyük bir keyifle izliyorum, onun filmlerinden de en son Zodiac'ı izledim.

"KIŞ TATİLİ BENİM İÇİN OLMAZSA OLMAZ"

"NEGATİF ENERJİYİ ALIYOR"

Doğa içinde vakit geçirmenin, şehirden uzaklaşmanın vücuttaki negatif enerjiyi aldığını düşünüyorum ve kendimi çok iyi hissediyorum. Bunun için kış mevsiminde kayak yapıyorum. Kış aylarında 3-4 aylık dönemde hafta sonları kaçabildikçe mümkünse 4-5 günlüğüne uzaklaşıyorum.

"ZİHNİMİ TEMİZLİYOR"

Kayak, hem yalnız hem aile ve arkadaşlarla yapılabilen bir spor. Sevdiğiniz insanlarla paylaşabildiğiniz bir aktivitenin önemi oldukça büyük. Aynı zamanda doğa içinde yapıldığı için her şeyden uzaklaşıp zihninizi dinlendirmenizi sağlıyor.

"RUHUMA İYİ GELİYOR"

Doğa içinde vakit geçirmek ve şehirden uzaklaşmak vücuttaki negatif enerjiyi aldığı gibi adeta bir meditasyon etkisiyle insanın ruhuna da iyi geliyor. Bu nedenle baştan sona bir kayak tatilinde spor yaparken aynı zamanda dinlendiğimi hissediyorum. Nispeten kolay ulaşılabilir yerlere gitmey tercih ediyorum.

"AİLECE KARAR VERİYORUZ"

Ailece sevdiklerimizle birlikte tatil yapmaya özen gösteriyoruz. Tatillerimize ailece birlikte karar veriyoruz. Büyük bir arkadaş grubuyla gidiyorsak elbette daha erken karar verip planlıyoruz. Kayak tatilleri için kendi programımızı kendimiz oluşturuyoruz ancak turları tercih ettiğimiz tatillerimiz de oluyor. Kış tatilinin kendisi benim için olmazsa olmazlardan...





aradığınız konulardan uzaklaşıp o konulara dışarıdan bir gözle dingin bir kafayla bakamaz, sağlıklı çözümler de üretemezsiniz.

● Evde geçirdiğiniz zamanı nasıl değerlendirdiniz?

■ Elbette pandemi nedeniyle arkadaşlarımızla, sevdiklerimizle, aile dostlarımızla görüşmeyi minimuma indirdik ve sosyal mesafeli şekilde görüştük. Haliyle sosyalleşmenin en aza indiği bu dönemde daha bireysel hobilerle iş-özel yaşam dengemi sürdürüyorum. Vaktimizin çoğunu evlerimizde geçirdiğimiz için bunu pozitif bir duruma çevirmeye çalışıyorum. Örneğin kendime daha fazla zaman yaratıp bir süredir okumak istediğim ancak zamansızlıktan okuyamadığım kitapları okuyorum, daha fazla müzik dinliyorum, dijital mecraları daha yakından takip ediyorum ve ailemle birlikte daha fazla film izliyorum.

● Gitmeyi özlediğiniz yerler oldu mu?

■ Elbette hepimiz gibi arkadaşlarımızla oturup keyifli sohbetler eşliğinde yemekler yemeyi, sofralar kurmayı ben de çok özledim. Ama sevmek, her zaman fiziksel olarak bir arada olmak değil, pandemi bize bunu hatırlattı. Sevdiklerimizi ve kendi sağlığımızı korumak için bir süre daha sosyalleşeceğimiz günleri özlemeye devam edeceğiz.

Bunun dışında özellikle çağdaş sanat sergilerini gezmeyi, yurt dışına çıkıp gittiğim ülkenin yemeklerini tatmayı, tarihi mekanları gezmeyi ve gezerken o yerlerin geçmişlerini öğrenmeyi özledim ancak bir süre daha okuyarak, izleyerek ve dijital sergiler ve müzelerle bu özlemi gidererek hayatımıza devam edeceğiz.

● Bununla beraber beslenmenize de dikkat ediyor musunuz? Düzenli uyguladığınız bir diyet var mı?

■ Her gıdayı mevsiminde ve taze tüketmeye ve akşam yemeklerini hafif yemeye dikkat ediyorum. Günde 1 kaşık polen tüketiyorum. C ve D Vitamini takviyelerini belirli periyotlarla düzenli olarak kullanıyorum. Ve yazın bol bol güneş alıyorum.

● Yaz tatillerinizi nasıl değerlendirirsiniz?

■ Genellikle yaz tatillerini ailece Çeşme'deki evimizde geçiriyoruz. Mümkün olduğunca arkadaşlarımızla denize girmeye, güneşlenmeye, plajın tadını çıkarmaya çalışıyoruz. C

Sağlıkta dijital gelecek zirvesi



HALUK KARABATAK
PHILIPS TÜRKİYE CEO'SU



MURAT PAPİLA
TÜRKERLER HOLDİNG İCRA KURULU BAŞKANI



MERI ISTIROTI
LIV HOSPITAL GRUP KOORDİNATÖRÜ



ALI HULUSİ ÖLMEZ
BULUT KLİNİK KURUCUSU



SÜHA TAŞPOLATOĞLU
ABDİ İBRAHİM İLAÇ CEO'SU

Sağlıkta Dijital Gelecek Zirvesi gerçekleşti

Capital ve Ekonomist dergilerinin düzenlediği Sağlıkta Dijital Gelecek Zirvesi'nde, sektör çok boyutlu olarak masaya yatırıldı. T.C. Sağlık Bakanlığı Bakan Yardımcısı Dr. Şuayip Birinci'nin de konuşmasıyla katıldığı zirvede, sağlık sektörünün önde gelen isimleri önemli değerlendirmelerde bulundu.

Capital ve Ekonomist dergilerinin düzenlediği "Sağlıkta Dijital Gelecek Zirvesi" online ve herkese açık olarak gerçekleştirildi. Philips Türkiye ana sponsorluğunda, Abdi İbrahim İlaç destek sponsorluğunda hayata geçirilen etkinlik Capital Dergisi Yayın Yönetmeni Ebru Fırat Tayman'ın sunumu ve Philips Orta Doğu, Türkiye ve Afrika CEO'su Vincenzo Ventricelli'nin açılış konuşmasıyla başladı.

Konuşmasında sağlığın üreten ve gelişen toplumların temelini oluşturduğunu, ekonomik ve sosyal başarının sürdürülebilir olmasını sağladığını vurgulayan Philips Orta Doğu, Türkiye ve Afrika CEO'su Vincenzo Ventricelli, şöyle konuştu:

"Dijital dönüşüm yıllardır gündemde. Ama COVID-19 değişimi tetikledi. Hepimizi sağlık hizmetlerini yeniden düşünmeye, aktif şekilde yeniden şekillendirmeye ve olması gereken yapıya kavuşturmaya yönlendiren bir dönüm noktası oldu."



DR. ŞUAYİP BİRİNCİ
SAĞLIK BAKAN YARDIMCISI

"E-NABIZ'LA BÜYÜK DÖNÜŞÜM SAĞLADIK"

T.C. Sağlık Bakanlığı Bakan Yardımcısı Dr. Şuayip Birinci, konuşmasında kamunun sağlık politikalarındaki inovatif uygulamalarına ve dijital ajandasına değindi ve şunları söyledi:

"2015'te e-nabız'ı açtık. 1-1,5 aylık gibi kısa bir zamanda 3 milyonluk kullanıcısı oldu. Bugün, 1.900 tane sağlık kuruluşunun entegre olduğu büyük bir portala sahip olduk. Pandemi sürecinde de e-nabız'ın geniş data alanı sayesinde, ölümlerden hasta yataklarının efektif kullanımına ve tele-muayene süreçlerine kadar çok önemli kazanımlar elde ettik."



ŞEYMA ÖNCEL BAYIKSEL
CAPITAL DERGİSİ YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ



EBRU FIRAT TAYMAN
CAPITAL DERGİSİ YAYIN YÖNETMENİ

"SAĞLIK YAZILIMI ÜRETİMİNDE DÜNYA LİDERİYİZ"

Capital Dergisi Yazı İşleri Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel'in moderatörlüğünde gerçekleşen "Sağlıkta Dijital Gelecek" panelinde konuşan Philips Türkiye CEO'su Haluk Karabatak, COVID-19 salgınıyla beraber sağlık hizmetlerine uzaktan erişimin ihtiyaç haline geldiğini vurgulayarak şunları söyledi:

"Yapay zeka destekli teknolojilerin geliştirilmesi, dataların doğru kullanılarak medikal değeri olan verilerin, klinik çözümlere ulaştırılmasıyla artık bu yönde dönüşüme gitmek gerekiyor. Gelecekte sağlık alanında dört temel trend görüyoruz. Dünyanın artan nüfusu, yaşlanan nüfus, artan kronik hastalıklar ve sürdürülebilir sağlık sistemine sahip olmak önemli başlıklar."

"KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ TEDAVİLER ÖNE ÇIKACAK"

Erişimi kolaylaşan teknolojilerin doğru kullanılıp kullanılmadığının sağlık sektöründe önemli endişelerden biri olduğunu söyleyen Abdi İbrahim İlaç CEO'su Süha Taşpolatoğlu, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Vizyon 2025 stratejisiyle sektörün nereye gittiğini ve bizim de bu noktada neler yapmamız gerektiğini belirledik. İlaç endüstrisiyle sanayi-üniversite iş birliğinde anlayışın değişeceğini ön görüyoruz. İlaç endüstrisi tıp bilimleriyle ilgilenirken artık mühendislik fakülteleriyle iş birliği de öne çıkıyor. Kişiselleştirilmiş tedavi önümüzdeki dönemde ana trend olacak. 3D yazıcıların katkısıyla kişiye özel bir vitamin üretimi mümkün kılınacak. Biz de şirket olarak formülasyonlar geliştirmek üzere çalışıyoruz."

"ÖDEYİCİ KURUMLAR OYUNUN PARÇASI OLMALI"

Liv Hospital Grup Koordinatörü Meri İstiroti panelde yaptığı konuşmada şunları söyledi:

"Hastanelerimizde verilerin girişi ve bu datalara göre doktora yönlendirme haritasının yazılım olarak sunulması önemli bir dijitalleşme adımı oldu. Dijitalleşmenin hastaya yansıyan tarafı, kendi hastanemizin mobil yazılımlarıyla randevuyu online alma, kişiselleştirilmiş check up sunumları ve doktorlarla online görüşmeler oldu. Türkiye'de yazılımları yapacak değerli kaynaklar var. Ayakta sağlık hizmetlerini hastane binasına gelmeden sunmanın yollarını bulmalıyız. Ödeyici şirketlerin olmadığı bir noktadaysa ilerlemek güç. Bakanlık ve sigorta şirketleri bu işin içine girmeli."

"SAĞLIKTA YENİ YATIRIMLARA HEVESLİYİZ"

Türkerler Holding İcra Kurulu Başkanı Murat Papila ise şunları söyledi:

"Bu yıl içinde üç hastanemiz açılacak. Sağlıkta yeni yatırımlara hevesliyiz. Sağlıkta dijitalleşme ve entegrasyonla bu alanda yerli üretim yapabilecek şirketlere ihtiyaç var. Orta ölçekli işletmeler projelerle hastanelere hizmet vermek için çabalıyor. Önem verdiğimiz bir husus da bu alanda çalışan büyük yabancı şirketlerin hastanelerimizde hizmet vermek istemesi. Ortaklık teklifleri bile geliyor."



VINCENZO VENTRICELLI
PHILIPS ORTA DOĞU, TÜRKİYE VE AFRİKA CEO'SU

"TELEMEDICINE İLE FARKLI ÜLKELERE GİRECEĞİZ"

Panelde konuşan Bulut Klinik Kurucusu Ali Hulusi Ölmez de Bulut Klinik'in bir fikirden değil, bir ihtiyaçtan doğduğuna işaret ederek şöyle konuştu:

"Telemedicine, pandemiyle popüler olsa da biz 2016'da bu alanda çalışmaya başladık. 8 milyon muayene yapılıyor ve yarı yarıya reçete veriliyor. Sağlık kişiye özel olmalı. Kişisel sağlık bilgileriyle telemedicine'ı bir araya getiriyoruz. Türkiye gibi sağlık sistemi iyi olan bir yerde bizim sistemlere ihtiyaç varsa diğer coğrafyalarda daha fazla ihtiyaç vardır. Bu doğrultuda farklı ülkelerde de çalışmalarımız olacak. Sağlığın ve hizmetin kişiselleştirilmesi konusunda gelişmeler olmasını bekliyoruz."

Capital INFOCARD

HAZİRAN 2021

GEÇMİŞTEKİ 1 LİRANIN BUGÜNKÜ SATIN ALMA GÜCÜ

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Ortalama
1991	3.878,2536	3.697,0959	3.552,8502	3.403,1132	3.192,4139	3.090,4297	3.000,4172	2.898,3937	2.786,9171	2.626,6890	2.464,0610	2.342,2633	3.077,7415
1992	2.243,5472	2.050,7744	1.961,3374	1.869,7211	1.801,2727	1.785,2059	1.776,3243	1.719,2453	1.656,3057	1.542,1841	1.433,2566	1.366,3075	1.767,1235
1993	1.330,3871	1.263,4255	1.209,4826	1.154,0864	1.105,4468	1.055,8231	1.037,1543	1.014,6295	987,9548	935,5632	875,1761	822,5339	1.065,9719
1994	793,9516	760,4901	725,2433	689,3947	552,8426	502,5842	498,1013	490,6435	481,0230	448,7155	409,7859	379,0804	560,9880
1995	356,6137	332,9726	319,6742	305,9083	289,1383	279,9015	272,8085	262,7707	251,9374	233,9251	220,0613	210,1827	277,9912
1996	202,4881	186,9697	177,6265	168,2069	157,6447	150,8562	147,1768	141,0820	134,6203	126,8805	119,1367	113,2478	152,1613
1997	109,5240	103,4221	98,4409	93,3975	87,6149	83,6819	81,3235	76,9235	72,4326	67,5048	62,3313	58,4721	82,9224
1998	55,6348	51,8981	49,9212	47,8631	45,7145	44,1686	43,1334	41,6667	40,0642	37,5484	35,3897	33,9306	43,9111
1999	32,8467	31,3423	30,2065	29,0168	27,6614	26,8818	26,0231	25,0897	24,0784	22,7155	21,3692	20,5079	26,4783
2000	19,3654	18,4608	18,0000	17,4927	17,0994	16,7313	16,6150	16,3341	15,9825	15,5019	15,0358	14,4993	16,7598
2001	14,1457	13,8007	13,0490	12,2988	11,1503	10,6092	10,2902	10,0471	9,7640	9,2200	8,6899	8,3396	10,9504
2002	8,0810	7,6743	7,6089	7,5186	7,3640	7,3201	7,2764	7,1534	6,9994	6,7627	6,5467	6,3622	7,2223
2003	6,2620	6,1033	5,9394	5,7608	5,6423	5,5534	5,5646	5,5802	5,5690	5,4652	5,3897	5,3049	5,6779
2004	5,2575	5,2231	5,1909	5,1415	5,1165	5,0940	5,1012	5,0864	5,0476	5,0006	4,8910	4,8273	5,0815
2005	4,8119	4,7856	4,7846	4,7722	4,7386	4,6954	4,6907	4,7176	4,6778	4,6306	4,5491	4,4863	4,6950
2006	4,4676	4,4343	4,4246	4,4127	4,3543	4,2740	4,2595	4,2236	4,2422	4,1882	4,1357	4,0830	4,2916
2007	4,0737	4,0333	4,0161	3,9794	3,9319	3,9123	3,9217	3,9506	3,9498	3,9095	3,8400	3,7665	3,9404
2008	3,7583	3,7285	3,6810	3,6460	3,5857	3,5331	3,5458	3,5254	3,5339	3,5181	3,4289	3,4007	3,5738
2009	3,4147	3,4048	3,4164	3,3792	3,3786	3,3571	3,3534	3,3450	3,3551	3,3421	3,2634	3,2225	3,3527
2010	3,2055	3,1473	3,1023	3,0844	3,0660	3,0771	3,0944	3,1093	3,0970	3,0593	3,0043	3,0034	3,0875
2011	3,0125	3,0002	2,9784	2,9660	2,9404	2,8709	2,9126	2,9246	2,9034	2,8818	2,7905	2,7430	2,9103
2012	2,7272	2,7120	2,6969	2,6859	2,6457	2,6513	2,6754	2,6815	2,6666	2,6394	2,5887	2,5789	2,6625
2013	2,5691	2,5274	2,5198	2,5033	2,4929	2,4891	2,4703	2,4627	2,4652	2,4463	2,4031	2,4028	2,4793
2014	2,3918	2,3454	2,3354	2,3093	2,2787	2,2697	2,2626	2,2525	2,2505	2,2473	2,2054	2,2015	2,2792
2015	2,2112	2,1871	2,1717	2,1462	2,1118	2,1000	2,1108	2,1089	2,1005	2,0819	2,0502	2,0365	2,1181
2016	2,0322	1,9959	1,9963	1,9971	1,9817	1,9702	1,9610	1,9385	1,9442	1,9407	1,9131	1,9032	1,9645
2017	1,8725	1,8276	1,8129	1,7946	1,7714	1,7634	1,7682	1,7656	1,7564	1,7451	1,7095	1,6844	1,7726
2018	1,6729	1,6560	1,6440	1,6279	1,5980	1,5725	1,5325	1,5241	1,4899	1,4016	1,3651	1,3457	1,5358
2019	1,3511	1,3370	1,3348	1,3212	1,2993	1,2870	1,2867	1,2694	1,2586	1,2462	1,2218	1,2172	1,2859
2020	1,2082	1,1921	1,1880	1,1812	1,1713	1,1556	1,1427	1,1361	1,1264	1,1156	1,0923	1,0677	1,1481
2021	1,0546	1,0371	1,0278	1,0168	1								

NOT 1: 1983-87 dönemi için 1978-79=100 Tüketici Fiyat Endeksi, 1988-94 yılları için 1987=100 Tüketici Fiyat Endeksi, 1995-2003 dönemi için 1994=100 Tüketici Fiyat Endeksi, 2004 ve sonrası için ise 2003=100 Tüketici Fiyat Endeksi esas alınmıştır.

NOT 2: Bu tablodan şu şekilde yararlanabilirsiniz: Örneğin, 1991 Ocak ayında 300 TL maaş alıyordunuz. Bu maaşın bugünkü değerini hesaplamak için, tablodan Ocak '91 sütununu buluyorsunuz. Bu rakam 3.878,2536'dır. 2021 Mayıs değerini bulmak için, o gün aldığınız maaş olan 300 TL ile 3.878,2536'yı çarpıyorsunuz. Sonuçta bulduğunuz 1.163,476 TL sizin 1991 Ocak ayında aldığınız maaşın bugünkü değeridir. Yapacağınız hesaplamalarda 1 Ocak 2005 tarihinde paramızdan 6 sıfır atıldığını unutmayınız.

YILLARA GÖRE ENFLASYON (%) Kaynak: TÜİK

Yıl	Toptan Eşya Fiyatları (*)		Tüketici Fiyatları	
	Yıl sonu	Ortalama	Yıl sonu	Ortalama
1999	62,9	53,1	68,8	64,9
2000	32,7	51,4	39,0	54,9
2001	88,6	61,6	68,5	54,4
2002	30,8	50,1	29,7	45,0
2003	13,9	25,6	18,4	25,3
2004	13,8	11,1	9,3	10,6
2005	2,66	5,89	7,72	8,18
2006	11,58	9,34	9,65	9,60
2007	5,94	6,31	8,39	8,76
2008	8,11	12,72	10,06	10,44
2009	5,93	1,23	6,53	6,25
2010	8,87	8,52	6,40	8,57
2011	13,33	11,09	10,45	6,47
2012	2,45	6,09	6,16	8,89
2013	6,97	4,48	7,40	7,49
2014	6,36	10,25	8,17	8,85
2015	5,71	5,28	8,81	7,67
2016	9,94	4,30	8,53	7,78
2017	15,47	15,82	11,92	11,14
2018	33,64	27,01	20,30	16,33
2019	7,36	17,56	11,84	15,18
2020	25,15	12,18	14,60	12,28

(*) 2005 yılından itibaren üretici fiyat artışlarını (ÜFE) göstermektedir.

DÖNEM SONU BİST BİLEŞİK ENDEKSİ (TL bazında)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2020	2021
Ocak	25.934	54.651	63.278	57.171	78.783	61.858	88.945	73.481	86.296	119.529	104.074	119.140	1.473,45
Şubat	24.027	49.705	61.284	60.721	79.333	62.553	4.147	75.955	87.478	118.951	104.529	105.993	1.471,39
Mart	25.765	56.538	64.435	62.423	85.898	69.736	80.846	83.447	88.947	114.930	93.784	89.643	1.391,73
Nisan	31.652	58.959	69.250	60.010	86.046	73.871	83.947	85.664	94.655	104.283	95.415	101.101	1.397,82
Mayıs	35.003	54.385	63.046	55.099	85.990	79.289	82.981	79.106	97.542	100.652	90.589	105.520	1.451,84
Haziran	39.395	54.839	63.269	62.543	76.294	78.489	82.249	75.406	100.440	96.520	96.485	118.042	
Temmuz	42.641	59.867	62.296	64.259	73.377	82.156	79.910	75.968	107.531	96.952	102.082	1.152,70	
Ağustos	46.551	59.973	53.946	67.368	66.394	80.312	75.210	76.119	110.011	92.723	96.718	1.078,61	
Eylül	47.910	65.774	59.693	66.396	74.486	74.937	74.205	76.488	102.908	99.957	105.033	1.145,24	
Ekim	47.185	68.760	56.061	72.529	77.620	80.579	79.409	78.536	110.143	90.201	98.468	1.112,37	
Kasım	45.350	65.351	54.518	73.059	75.748	86.168	75.233	73.995	103.984	95.146	105.959	1.283,58	
Aralık	52.825	66.004	51.267	78.208	67.801	85.721	73.913	78.139	115.333	106.903	114.425	1.476,72	

İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Aylık Bültenleri, 1986 Ocak=100 (*) 21 Mayıs verisidir. Temmuz 2020'de endekslerden iki sıfır atılmıştır.

DÖNEM SONU DOLAR KURLARI (Döviz Alış)

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2007	1,4203	1,4130	1,3801	1,3607	1,3166	1,3046	1,2746	1,2914	1,2048	1,1716	1,1715	1,1593
2008	1,1680	1,1906	1,3064	1,2849	1,2067	1,2186	1,1564	1,1746	1,2375	1,5603	1,5624	1,5218
2009	1,6345	1,6875	1,6682	1,5786	1,5345	1,5247	1,4691	1,4956	1,4770	1,4826	1,4825	1,4873
2010	1,4831	1,5361	1,5157	1,4739	1,5665	1,5737	1,5045	1,5209	1,4434	1,4301	1,4991	1,5376
2011	1,5991	1,5928	1,5363	1,5141	1,5859	1,6157	1,6733	1,7454	1,8512	1,7458	1,8409	1,8889
2012	1,7640	1,7375	1,7729	1,7489	1,8404	1,8065	1,7864	1,8111	1,7847	1,7853	1,7774	1,7776
2013	1,7548	1,7955	1,8087	1,7963	1,8842	1,9248	1,9309	2,0311	2,0365	1,9895	2,0174	2,1304
2014	2,2696	2,2129	2,1557	2,1154	2,0916	2,1226	2,1333	2,1584	2,2789	2,2171	2,2149	2,3189
2015	2,4013	2,4786	2,6134	2,6559	2,6587	2,6850	2,7839	2,9179	3,0251	2,9149	2,9109	2,9181
2016	2,9609	2,9612	2,8249	2,8014	2,9515	2,8848	3,0125	2,9544	3,0004	3,1024	3,4174	3,5192
2017	3,7874	3,6078	3,6362	3,5504	3,5334	3,5168	3,5226	3,4410	3,5521	3,700	3,9505	3,8104
2018	3,7795	3,7833	3,9949	4,0535	4,4834	4,6083	4,8850	6,4063	6,0752	5,5203	5,1649	5,2609
2019	5,2781	5,2905	5,5423	5,9282	5,9235	5,7665	5,5709	5,7994	5,6591	5,7363	5,7579	5,9402
2020	5,9716	6,1593	6,5160	6,9787	6,7894	6,8422	6,9372	7,3050	7,8080	8,1211	7,7975	7,3405
2021	7,3723	7,1924	8,3260	8,1753	8,3689							

Ocak 2006'dan itibaren YTL'ye göre düzenlenmiştir. (*) 21 Mayıs verisidir.

DÖNEM SONU EURO KURLARI (Döviz Alış)

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2007	1,8296	1,8646	1,8383	1,8517	1,7705	1,7585	1,7473	1,7658	1,7086	1,6925	1,7295	1,7060
2008	1,7357	1,8098	2,0643	1,9994	1,8706	1,9248	1,8055	1,7314	1,8065	1,9873	2,0039	2,1332
2009	2,1027	2,1360	2,2163	2,1032	2,1555	2,1523	2,0735	2,1358	2,1611	2,1977	2,2297	2,1427
2010	2,0717	2,0861	2,0405	1,9616	1,9273	1,9292	1,9596	1,9278	1,9693	1,9746	1,9535	2,0551
2011	2,1842	2,2026	2,1822	2,2496	2,2844	2,3397	2,3880	2,5186	2,5007	2,4451	2,4518	2,4438
2012	2,3260	2,3378	2,3664	2,3132	2,2840	2,2742	2,1929	2,2750	2,3085	2,3210	2,3114	2,3452
2013	2,3787	2,3560	2,3189	2,3485	2,4498	2,5137	2,5608	2,6930	2,7502	2,7200	2,7454	2,9344
2014	3,0726	3,0447	2,9699	2,9252	2,8471	2,8979	2,8560	2,8451	2,8914	2,7902	2,7702	2,8207
2015	2,7136	2,8137	2,8075	2,9709	2,9146	2,9982	3,0506	3,2716	3,3941	3,2068	3,0795	3,1838
2016	3,2292	3,2305	3,2090	3,1908	3,2881	3,2078	3,3446	3,2910	3,3548	3,3993	3,6364	3,7099
2017	4,0558	3,8222	3,8851	3,8744	3,9558	4,0126	4,1325	4,1430	4.2000	4.3848	4.6853	4.5478
2018	4,6824	4,6646	4,9191	4,8961	5,2064	5,3310	5,7034	7,4735	7,1130	6,2734	5,8737	6,0280
2019	6,0339	6,0257	6,2335	6,6151	6,5966	6,5571	6,2088	6,4315	6,1836	6,3772	6.3396	6,6506
2020	6,5782	6,7344	7,2150	7,5764	7,4238	7,7082	8,1481	8,6897	9,1281	9,5974	9,2988	9,0079
2021	8,9216	8,781	9,7741	9,9090	10,2043							

Ocak 2006'dan itibaren YTL'ye göre düzenlenmiştir. (*) 21 Mayıs verisidir.

AYLIK ORTALAMA ALTIN SATIŞ FİYATI (ABD Doları/Ons)

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2007	625,94	664,58	655,07	683,55	667,53	655,64	664,34	665,87	724,34	759,72	803,3	805,25
2008	886,56	931,6	959	908,38	887,95	895,88	943,56	841,7	832,56	791,26	768,06	803,75
2009	870,15	947,38	935,5	894,33	942,94	944,19	934,75	954,38	1.000,19	1.040,55	1.113,67	1.130,19
2010	1.104,31	1.090,25	1.110,81	1.151,68	1.206,50	1.233,38	1.191,80	1.220,13	1.270,50	1.336,94	1.379,67	1.382,42
2011	1.349,13	1.376,25	1.423,63	1.455,08	1.504,00	1.530,37	1.568,40	1.757,70	1.765,90	1.678,40	1.732,38	1.646,40
2012	1.657,75	1.736,50	1.675,80	1.650,62	1.596,43	1.588,25	1.594,93	1.630,15	1.766,00	1.742,95	1.719,45	1.676,68
2013	1.663,50	1.631,00	1.593,10	1.495,12	1.409,85	1.316,12	1.279,81	1.334,12	1.348,93	1.307,66	1.275,75	1.218,76
2014	1.249,35	1.307,25	1.337,75	1.303,87	1.281,20	1.287,62	1.314,06	1.292,00	1.232,75	1.209,05	1.177,50	1.195,56
2015	1.244,45	1.223,93	1.176,65	1.198,05	1.199,59	1.184,90	1.127,85	1.120,73	1.122,83	1.155,35	1.077,38	1.070,85
2016	1.100,91	1.211,93	1.254,46	1.241,82	1.256,33	1.280,55	1.336,80	1.339,43	1.325,01	1.262,38	1.234,48	1.149,51
2017	1.187,90	1.234,77	1.230,22	1.274,07	1.244.08	1.258,97	1.239,85	1.281,22	1.311,75	1.277,26	1.281,58	1.270,85
2018	1.333,01	1.331,32	1.324,69	1.333,28	1.306,38	1.278,50	1.237,43	1.202,88	1.196,70	1.221,31	1.221,42	1.253,95
2019	1.286,73	1.319,78	1.303,78	1.285,66	1.282,23	1.385,80	1.414,08	1.489,62	1.504,65	1.495,43	1.472,89	1.479,18
2020	1.561,69	1.601,80	1.621,58	1.679,92	1.724,10	1.724,82	1.847,27	1.964,40	1.921,06	1.903,37	1.878,86	1.864,98
2021	1.872,32	1.787,08	1.717,01	**1.758,23**								

Ocak 2006'dan itibaren YTL'ye göre düzenlenmiştir.

GSYİH VE KİŞİ BAŞINA GSYİH BÜYÜME HIZLARI (Sabit fiyatlarla) Kaynak: TÜİK

Yıl	GSYİH (%)	Kişi Başına GSYİH (%)	Yıl	GSYİH (%)	Kişi Başına GSYİH (%)	Yıl	GSYİH (%)	Kişi Başına GSYİH (%)
1943	-9,8	-10,8	1969	4,1	1,5	1995	7,2	5,5
1944	-5,1	-6,1	1970	3,2	0,7	1996	7,0	5,4
1945	-15,3	-16,2	1971	5,6	3,0	1997	7,5	5,9
1946	32,1	29,7	1972	7,4	4,8	1998	3,1	1,6
1947	4,1	1,9	1973	3,3	0,7	1999	-3,4	-4,8
1948	16,4	13,9	1974	5,6	3,0	2000	6,6	5,1
1949	-5,0	-7,0	1975	7,2	4,5	2001	-6,0	-7,3
1950	9,4	7,0	1976	10,5	8,1	2002	6,4	5,1
1951	12,8	9,9	1977	3,4	1,3	2003	5,6	4,4
1952	12,0	8,9	1978	1,5	-0,6	2004	9,6	8,3
1953	11,2	8,2	1979	-0,6	-2,7	2005	9,0	7,7
1954	-2,9	-5,5	1980	-2,4	-4,4	2006	7,1	5,8
1955	8,1	5,1	1981	4,9	2,3	2007	5,0	3,7
1956	3,3	0,4	1982	3,6	1,0	2008	0,8	-0,4
1957	7,9	4,9	1983	5,0	2,4	2009	-4,7	-6,0
1958	4,6	1,6	1984	6,7	4,1	2010	8,5	6,9
1959	4,6	1,7	1985	4,2	1,7	2011	11,1	9,5
1960	2,9	0,0	1986	7,0	4,6	2012	4,8	3,5
1961	1,7	-0,9	1987	9,5	7,6	2013	8,5	7,1
1962	6,1	3,5	1988	2,1	-0,4	2014	5,2	3,8
1963	9,4	6,8	1989	0,3	-1,5	2015	6,1	4,7
1964	4,1	1,6	1990	9,3	7,4	2016	3,2	1,8
1965	2,6	0,1	1991	0,9	-0,8	2017	7,4	6,1
1966	11,7	9,0	1992	6,0	4,3	2018	2,6	1,2
1967	4,5	1,9	1993	8,0	6,3	2019	0,9	-0,6
1968	6,7	4,0	1994	-5,5	-6,9	2020	1,58	0,61

EN ÇOK GETİRİ SAĞLAYAN 25 EMEKLİLİK FONU

Fon adı	Kümülatif getiri (%)	Ort. günlük getiri (%)
Fiba Em. ve Hay. His. Sen. Gr. EYF	98,21	0,2904
Fiba Em. ve Hay. Tacirler Por. Değ. EYF	91,58	0,2663
Katılım Em. ve Hay. Katılım His. Sen. EYF	91,36	0,2696
Bereket Em. ve Hay. Katılım His. Sen. EYF	91,25	0,2691
Anadolu Hayat Em. B.R.I.C. Ülkeler Yab. Değ. EYF	81,56	0,2499
AvivaSA Em. ve Hay. Teknoloji Sektörü Yab. Değ. EYF	67,71	0,2202
Allianz Yaşam ve Em. Koç İştirak Endeksi EYF	65,66	0,2149
Cigna Sağlık Hay. ve Em. Bir. His. Sen. EYF	63,55	0,2077
Fiba Em. ve Hay. His. Sen. EYF	59,30	0,1972
VEM Katılım Hisse Senedi EYF	59,04	0,1960
HEM Katılım Hisse Senedi EYF	58,76	0,1953
AvivaSA Em. ve Hay. BIST Temettü25 Endeksi EYF	56,77	0,1887
Anadolu Hayat Em. Bir. Değ. EYF	56,17	0,1824
Garanti Em. Hay. Sürd. His. Sen. EYF	53,59	0,1793
Allianz Yaşam ve Em. Karma Gr. EYF	53,58	0,1763
Garanti Em. Hay. His. Sen. Gr. EYF	53,44	0,1814
Fiba Em. ve Hay. Oyak Port. His. Sen. EYF	52,24	0,1790
Garanti Em. Hay. His. Sen. EYF	51,27	0,1756
Aegon Emeklilik ve Hay. His. Sen. EYF	51,05	0,1758
Allianz Yaşam ve Em. BIST Temettü Endeksi EYF	49,76	0,1702
Anadolu Hayat Em. His. Sen. Gr. EYF	49,35	0,1709
Allianz Yaşam ve Em. His. Sen. EYF	48,09	0,1675
Allianz Hayat Em. His. Sen. EYF	48,08	0,1674
Allianz Hayat Em. Karma EYF	47,79	0,1609
Axa Hayat ve Em. His. Sen. EYF	47,62	0,1665

Not: Emeklilik yatırım fonları, 21 Mayıs 2020- 21 Mayıs 2021 tarihleri arasındaki 365 günlük (son 1 yıllık) kümülatif getirilerine göre sıralanmıştır.
Kaynak: Finnet

FAİZ ORANLARINDA BRÜT-NET HESAPLARI (%)

FAİZ (Brüt)	1 AY DÖNEM SONU NET	1 AY YILLIK BİLEŞİK	3 AY DÖNEM SONU NET	3 AY YILLIK BİLEŞİK	6 AY DÖNEM SONU NET	6 AY YILLIK BİLEŞİK	1 YIL DÖNEM SONU NET
4	0,28	3,95	0,84	3,95	1,70	3,99	3,40
5	0,35	4,93	1,05	4,93	2,12	4,99	4,25
6	0,42	5,92	1,26	5,92	2,54	5,98	5,10
7	0,49	6,90	1,47	6,90	2,97	6,98	5,95
8	0,56	7,89	1,68	7,89	3,39	7,98	6,80
9	0,63	8,88	1,89	8,88	3,81	8,98	7,65
10	0,70	9,86	2,10	9,86	4,24	9,97	8,50
11	0,77	10,85	2,31	10,85	4,66	10,97	9,35
12	0,84	11,84	2,52	11,84	5,09	11,97	10,20
13	0,91	12,82	2,72	12,82	5,51	12,96	11,05
14	0,98	13,81	2,93	13,81	5,93	13,96	11,90

MİLLİ GELİRİN 25 YILI

Yıl	Nüfus (Bin Kişi)	Kişi başına GSYİH($)	Kişi başına GSYİH TL	SGP değeri ($/TL)	SGP'ye göre kişi başına GSYİH ($)
1996	60.671	4.118	335	0,031021	10.805
1997	61.582	4.239	645	0,055384	11.639
1998	62.464	4.410	1.151	0,128875	8.931
1999	63.364	4.026	1.691	0,196465	8.608
2000	64.269	4.258	2.656	0,281525	9.433
2001	65.166	3.073	3.766	0,414894	9.078
2002	66.003	3.616	5.445	0,591251	9.209
2003	66.795	4.693	7.007	0,737352	9.503
2004	67.599	6.001	8.536	0,792891	10.766
2005	68.435	7.342	9.844	0,834589	11.796
2006	69.295	7.958	11.389	0,842822	13.513
2007	70.158	9.642	12.550	0,852195	14.726
2008	71.052	10.829	14.001	0,879960	15.911
2009	72.039	8.965	13.870	0,903759	15.347
2010	73.142	10.571	15.860	0,919695	17.245
2011	74.224	11.250	18.787	0,966176	19.445
2012	75.176	11.649	20.880	1,019856	20.473
2013	76.148	12.500	23.766	1,070294	22.205
2014	77.182	12.107	26.489	1,104504	23.983
2015	78.218	10.992	29.899	1,162141	25.728
2016	79.278	10.891	32.904	1,241177	26.510
2017	80.313	10.618	38.732	1,373044	28.209
2018	81.407	9.505	45.750	1,607830	28.455
2019	82.579	9.140	51.834	1,831953	28.294
2020	83.500	8.599	60.537	29.293	20.666

Kaynak: TÜİK, TCMB-EVDS, OECD ve Capital
Not: Tüm veriler 2009 baz yılı yeni milli gelir serisine göredir.

PARASAL GÖSTERGELER

Göstergeler	2021		2020		2019
	14 Mayıs	7 Mayıs	25 Aralık	15 Mayıs	27 Aralık
PARA ARZI (milyon TL)					
M1	1.309.060	1.302.038	1.237.686	1.054.662	712.833
M2	3.632.035	3.617.061	3.374.870	2.949.095	2.457.543
M3	3.737.490	3.721.181	3.469.721	3.090.833	2.575.195
TOPLAM MEVDUAT (milyon TL)	**3.738.698**	**3.732.487**	**3.490.401**	**2.999.512**	**2.569.921**
Vadesiz mevduat (TL)	364.768	386.762	329.979	396.937	265.809
Vadesiz mevduat (YP)	836.264	828.820	807.103	518.471	360.200
Vadeli mevduat (TL)	1.296.857	1.291.272	1.213.508	1.086.112	998.199
Vadeli mevduat (YP)	1.240.809	1.225.633	1.139.811	997.992	945.713
KREDİ STOKU (milyon TL)	**3.665.760**	**3.674.951**	**3.483.468**	**3.036.170**	**2.564.869**

AYLIK TÜKETİCİ FİYAT ARTIŞLARI (%)

Kaynak: TÜİK

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2007	1,00	0,43	0,92	1,21	0,50	-0,24	-0,73	0,02	1,03	1,81	1,95	0,22
2008	0,80	1,29	0,96	1,68	1,49	-0,36	0,58	-0,24	0,45	2,60	0,83	-0,41
2009	0,29	-0,34	1,10	0,02	0,64	0,11	0,25	-0,30	0,39	2,41	1,27	0,53
2010	1,85	1,45	0,58	0,60	-0,36	-0,56	-0,48	0,40	1,23	1,83	0,03	-0,30
2011	0,41	0,73	0,47	0,87	2,42	-1,43	-0,41	0,73	0,75	3,27	1,73	0,58
2012	0,56	0,56	0,41	1,52	-0,21	-0,90	-0,23	0,56	1,03	1,96	0,38	0,38
2013	1,65	0,30	0,66	0,42	0,15	0,76	0,31	-0,10	0,77	1,80	0,01	0,46
2014	1,98	0,43	1,13	1,34	0,40	0,31	0,45	0,09	0,14	1,90	0,18	-0,44
2015	1,10	0,71	1,19	1,63	0,56	-0,51	0,09	0,40	0,89	1,55	0,67	0,21
2016	1,82	-0,02	-0,04	0,78	0,58	0,47	1,16	-0,29	0,18	1,44	0,52	1,64
2017	2,46	0,81	1,02	1,31	0,45	-0,27	0,15	0,52	0,65	2,08	1,49	0,69
2018	1,02	0,73	0,99	1,87	1,62	2,61	0,55	2,30	6,30	2,67	-1,44	-0,40
2019	1,06	0,16	1,03	1,69	0,95	0,03	1,36	0,86	0,99	2.00	0,38	0,74
2020	1,35	0,35	0,57	0,85	1,36	1,13	0,58	0,86	0,97	2,13	2,30	1,25
2021	1,68	0,91	1,08	1,68								

AYLIK ÜRETİCİ FİYAT ARTIŞLARI (%)

Kaynak: TÜİK

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2007	-0,05	0,95	0,97	0,80	0,39	-0,11	0,06	0,85	1,02	-0,13	0,89	0,15
2008	0,42	2,56	3,17	4,50	2,12	0,32	1,25	-2,34	-0,90	0,57	-0,03	-3,54
2009	0,23	1,17	0,29	0,65	-0,05	0,94	-0,71	0,42	0,62	0,28	1,29	0,66
2010	0,58	1,66	1,94	2,35	-1,15	-0,50	-0,16	1,15	0,51	1,21	-0,31	1,31
2011	2,36	1,72	1,22	0,61	0,15	0,01	-0,3	1,76	1,55	1,60	0,65	1,00
2012	0,38	-0,09	0,36	0,08	0,53	-1,49	-0,31	0,26	1,03	0,17	1,66	-0,12
2013	-0,18	-0,13	0,81	-0,51	1,00	1,46	0,99	0,04	0,88	0,69	0,62	1,11
2014	3,32	1,38	0,74	0,09	-0,52	0,06	0,73	0,42	0,85	0,92	-0,97	-0,76
2015	0,33	1,20	1,05	1,43	1,11	0,25	-0,32	0,98	1,53	-0,20	-1,42	-0,33
2016	0,55	-0,20	0,40	0,52	1,48	0,41	0,21	0,08	0,29	0,84	2,00	2,98
2017	3,98	1,26	1,04	0,76	0,52	0,07	0,72	0,85	0,24	1,71	2,02	1,37
2018	0,99	2,68	1,54	2,60	3,79	3,03	1,77	6,60	10,88	0,91	-2,53	-2,22
2019	0,45	0,09	1,58	2,98	2,67	0,09	-0,99	-0,59	0,13	0,17	-0,08	0,69
2020	1,84	0,48	0,87	1,28	1,54	0,69	1,02	2,35	2,65	3,55	4,08	2,36
2021	2,66	1,22	4,13	4,34								

EKONOMİK VERİLERİN SON DURUMU

GÖSTERGELER	2021	2020	2019	Değişim (%)
GSYİH (Yıllık)		1,8	0,9	
GSYİH (1. üç aylık)		4,5	-2,3	
GSYİH (2. üç aylık)		-9,9	-1,6	
GSYİH (3. üç aylık)		6,7	1,0	
GSYİH (4. üç aylık)		5,9	6,0	
Dış borç stoku (Şubat sonu, milyon dolar)	192	168,5		13,9
Cari işlemler dengesi (Mart milyon dolar)	-7.769	-8.841		12,1
BÜTÇE DENGESİ (Nisan, milyon TL)	5.762	-71.821		-
-Gelirler	429.528	313.602		36,9
-Harcamalar	423.766	385.423		9,9
DIŞ TİCARET DENGESİ (Mart, milyon dolar)	-11.043	-13.017		
-İhracat	49.986	42.663		17,2
-İthalat	61.029	55.680		9,6
Merkezi yönetim borç stoku (Nisan sonu, milyar TL)	1.949,5	1.575,6		23,7
FİYAT ARTIŞI (Nisan sonu, %)				
Yurtiçi üretici	35,2	10,2		
Tüketici	**17,1**	**10,9**		

ÇAPRAZ KURLAR (ABD Doları/yabancı para)

Yıl (Yıl sonu)	Euro/ Dolar	Alman Markı	Fransız Frangı	İsviçre Frangı	Japon Yeni	Sterlin/ Dolar
1998	1,1673	1,6693	5,5950	1,3673	115,09	1,6718
1999	1,0041	1,9490	6,5360	1,5992	102,52	1,6147
2000	0,9290	2,1183	7,1045	1,6492	112,82	1,4762
2001	0,8490	-	-	1,6894	132,84	1,4394
2002	0,9450	-	-	1,5574	118,95	1,6153
2003	1,2502	-	-	1,2479	106,16	1,7750
2004	1,3611	-	-	1,1350	103,75	1,9205
2005	1,1831	-	-	1,3149	117,49	1,7231
2006	1,3172	-	-	1,2200	118,94	1,9621
2007	1,4715	-	-	1,1255	112,01	2,0033
2008	1,4018	-	-	1,0618	90,35	1,4532
2009	1,4406	-	-	1,0304	92,36	1,6160
2010	1,3366	-	-	0,9363	81,33	1,5503
2011	1,2938	-	-	0,9400	77,46	1,5449
2012	1,3193	-	-	0,9151	86,12	1,6170
2013	1,3759	-	-	0,8910	105,24	1,6480
2014	1,2164	-	-	0,9888	119,57	1,5535
2015	1,0929	-	-	0,9908	120,46	1,4817
2016	1,0459	-	-	1,0246	116,42	1,2259
2017	1,1935	-	-	0,9808	112,82	1,3444
2018	1,1458	-	-	0,9838	110,38	1,2667
2019	1,1196	-	-	0,9726	109,15	1,3114
2020	1,2271	-	-	0,8853	103,21	1,3673

Yüksek enflasyon ve devalüasyon Türkiye'nin kaderi mi?



MEHMET GERZ

Ata Portföy Yönetimi
Genel Müdürü

mgerz@ataportfoy.com.tr

Türkiye devalüasyon ve yüksek enflasyon sorununu çözemedi. 2008 küresel finans krizinden beri gelişmiş ülkelerde faizler sıfıra yakın olduğu için Türkiye'nin akranı olan Brezilya, Rusya, Hindistan ve Güney Afrika gibi ülkeler enflasyonu yüzde 5 civarına indirmeyi başardı. Türkiye ise Arjantin ile birlikte yüksek enflasyon ve devalüasyon sorunu yaşamaya devam ediyor.

Türk Lirası, 2013'ten beri hızlı değer kaybediyor. Bunu siyasi nedenlere bağlayanlar çoğunluktadır. Ama daha geçmişe bakarsak, TL son 25 yılda yüzde 99 değer kaybetmiş. Yani 25 yıl önce evini 100 bin dolar karşılığı satıp parasını TL olarak kasada tutan biri, bugün bu TL ile dolar alsa 900 dolar alabiliyor; çünkü TL dolara karşı yüzde 99,1 değer yitirdi (Dolar/TL kuru 111 katına çıktı!) Aynı işlemi yapan bir Arjantinli 1.100 dolar; Rus 6.800 dolar, Hintli ise 48 bin dolar alabilirdi.

Türkiye'de son 10 yılda ekonomi yönetiminin giderek bozulduğu subjektif bir saptama olmasa gerek. Ancak sorunu sadece siyasete bağlamak, davranışsal iktisattaki "temsililik" yanılgısına düşmek olur. Sınırlı veri ve gözlemle yanlış sebep sonuç ilişkisi kurmak insanoğlunun en çok düştüğü yanılgılardan biri. Türkçe'de bu kavramın güzel bir karşılığı var: "Algının seçiciliği".

TL NEDEN DEĞER KAYBEDİYOR?

Bu konuda değerli ekonomist Ege Cansen'in yıllardır dile getirdiği görüşü, en isabetli yanıt olarak görüyoruz: Türkiye'nin sürekli dış ticaret ve cari açığının olması, kazandığından fazla harcadığı anlamına geliyor. Döviz borcuyla yanlış yatırımlar yapmak ve harcamayı finanse etmek sürdürülebilir bir politika değil. Örneğin Türkiye 2002-2012 arası döviz borcuyla çoğunlukla mantıklı yatırımlar yaptı ve tüketici kredilerini kontrol altında tuttu. 2014'ten sonra ise döviz kredileriyle kamunun yeterince şeffaf olmayan mega projeleri ve çoğunlukla kamu bankalarının finanse ettiği ucuz TL konut ve tüketici kredileri makro dengeleri giderek bozdu.

Türkiye eğer Arjantin gibi daha da kötüye gitmek istemiyorsa son beş yılda Rusya ve Brezilya'nın enflasyonla başarılı mücadelesine bakmalı: Her iki ülke de enflasyonu düşürmek için birkaç yıl durgunluğun maliyetini siyasi olarak göze alarak merkez bankasını rahat bıraktı. Türkiye'de ise merkez bankası başta olmak üzere kurumların bağımsızlığı büyük ölçüde erozyona uğradı ve yanlış makroekonomik politikalarla yüksek enflasyon geri döndü. Yanlıştan dönüşün en önemli işareti, eleştiri ve ifade özgürlüğünün sağlıklı bir basın ve hukuk ortamında yeniden başlaması olacak. C

Son 25 yılda dolara karşı ne kadar değer kaybedildi?

Para cinsi	25 yıllık değer kaybı (%)	100 bin dolarlık yerel para 25 yılda kaç dolara düştü?
Türk Lirası	99,1	900
Arjantin Pezosu	98,9	1.100
Rus Rublesi	93,2	6.800
Endonezya Rupisi	83,8	16.200
Brezilya Reali	81,1	18.900
Güney Afrika Randı	68,9	31.100
Hindistan Rupisi	52,0	48.000

Kaynak: Bloomberg (20 Mayıs 2021)

"Özgür bir basın ve okuyan bir toplumda her şey güvende olur."
Thomas Jefferson

EXPAT
Capital
June 2021
Year 29
capital.com.tr

SURVEY

DOPING FOR GIANTS

RESEARCH

TO WHICH AREA DOES A SHIFT OCCUR?



HÜSNÜ ÖZYEĞİN:

"I FAILED TO CREATE OUR OWN BRAND"

DOPING FOR GIANTS

They are the major groups of the Turkish economy. They generate a total turnover of TRY 830.7 billion and employ 728 thousand people. So how about the performance of these groups in the new period? In such an environment where the world economy contracted and the Turkish economy grew by 1.8 percent, many giant groups also grew. In our survey, which included 38 groups, 27 groups drew attention with double-digit growth performance and 4 groups with single-digit growth performance. This year, "cash flow" is at the focus of the groups that are influential in sector and country diversification and increasing exchange rates performance.

In 2020, the world economy was expected to grow by 2.7 percent and the Turkish economy by 5 percent. However, the pandemic turned all balances around. While the world economy contracted by 3.5 percent last year based on the IMF estimates, the Turkish economy grew by 1.8 percent.

Turkey's largest groups displayed significant resilience once again and managed to grow with the advantage of operating in different industries and countries in such a setting. Of the 38 groups that are the locomotives of the Turkish economy, 27 of them leave 2020, which was one of the toughest years, behind with a double-digit growth and 4 with a single-digit growth. Only 7 groups shrank in turnover.

Focusing on profitability, these groups performed very well in this regard as well. While only 2 of the 19 groups recorded losses, 7 achieved three-digit profitability and 7 achieved two-digit profitability. Some groups even delivered a performance exceeding their goals. Akkök is one of these groups. Stating that while they expect growth between 9-10% in 2020, they achieved a 14% increase in turnover thanks to a balanced and cautious strategy, Ahmet Dördüncü, Chief Executive Officer of Akkök Holding, says: "Taking the right measures on time and our diversified company portfolio enabled us to close this difficult year with growth in turnover and profitability."

PERFORMANCE SCORECARD

In the uncertain environment of the past year, proactive balance sheet management, cash flow generation and efficiency were at the agenda of giant groups. Pointing out that in 2020, conservative and proactive balance sheet management, creating positive free cash flow, utilizing idle assets and strict working capital management were their most critical priorities, Hurşit Zorlu, Anadolu Group Chief Executive Officer says: "Despite the uncertainties and risks caused by the pandemic, we completed the year with TRY 62.1 billion, with an increase of 21.5 percent in consolidated net sales, as we expected."

Fuat Tosyalı, Chairman of the Tosyalı Holding Board of Directors, also expresses that their practices, which have brought them 27.3 percent increase in turnover, are mainly the remarkable growth in qualified steel and flat steel in particular. Tosyalı goes on saying: "For our overseas operations, we have predicted the contractions in Europe, North America and Africa and prioritized operational efficiency accordingly. This has enabled us to achieve results that exceeded our targets."

Some groups have achieved extraordinary growth with the extraordinary demand created by the pandemic. Index is one of these

groups. Banu Sürek, the general manager of the group, states that they have started the year with a target of nearly 50 percent growth and that they have grown 93.4 percent in turnover and 54 percent in net profit.

TARGETS FOR 2021

The OECD estimates that the world economy will grow by 5.6 percent and the Turkish economy by 5.9 percent, and the IMF estimates that both the world and Turkish economy will grow by 6 percent in 2021.

Turkey's giant groups also have a very high appetite for growth this year. LC Waikiki aims to grow by 78 percent, Alarko by 41.6 percent, Nurol by 30-35 percent, Borusan 30 by percent, Global Investment by 25-90 percent, Akkök, Index, Kastamonu Entegre and Yıldızlar Yatırım Holding by 25 percent, and Doğan and Zorlu Holding by 20 percent.

Many groups express that the first quarter of the year has passed in line with these targets. Expressing that they have displayed a remarkably strong performance in the first quarter of the year, Zorlu Holding CEO Ömer Yüngül states that their growth will be driven by exports again. He says: "We believe that the domestic market will make a relatively limited contribution due to the constraints caused by the pandemic."

FACTORS TO GROW

Turkcell is targeting 1 million new invoiced customers this year as well, as in every year. Murat Erkan, Turkcell General Manager says: "We are targeting 14-16 percent revenue growth and 14 billion TL EBITDA for this year. Sarkuysan, which shrank by 10 percent on a tonnage basis due to the pandemic, had a good year despite its 10 percent growth target in 2020. Sarkuysan Chairman of the Board of Directors Hayrettin Çaycı says that despite less production on tonnage basis, both the turnover and profitability have been positively affected by the continuous increase in exchange rates and the increase in LME copper prices. Çaycı explains that they are targeting 8 percent growth this year. He says: "We have recorded 2 percent growth in tonnage in the first quarter of this year. However, due to the excessive increase in turnover, exchange rates and copper prices, the increase was 60 percent compared to the first quarter of last year. That is a record-high increase." C

How did they grow in the midst of pandemic?

	Holding/Group	Turnover (TRY Million) 2019	2020	2019-2020 difference (%)
1	KOÇ	153.516	183.777	19,7
2	YILDIZ	65.000	75.000	15,4
3	SABANCI	54.774	65.487	19,6
4	ANADOLU	51.700	62.100	20,1
5	KİBAR	33.189	35.050	5,6
6	ZORLU	30.700	35.000	14,0
7	RÖNESANS	31.710	31.670	-0,1
8	LİMAK	26.082	31.545	20,9
9	TURKCELL	25.100	29.100	15,9
10	TÜRK TELEKOM	23.657	28.289	19,6
11	BORUSAN	22.800	26.100	14,5
12	TOSYALI	19.278	24.535	27,3
13	ŞİŞECAM	18.059	21.341	18,2
14	LC WAİKİKİ	21.100	18.200	-13,7
15	EREN	13.699	17.665	29,0
16	IC HOLDİNG	18.000	17.000	-5,6
17	ALARKO	11.163	14.400	29,0
18	TEKFEN	14.603	11.730	-19,7
19	ENKA	10.733	11.617	8,2
20	YILDIRIM	9.526	11.356	19,2
21	ECZACIBAŞI	9.500	11.100	16,8
22	DOĞAN	13.254	10.768	-18,8
23	SANKO	9.300	10.500	12,9
24	INDEX	5.303	10.255	93,4
25	YILDIZLAR YATIRIM	8.200	10.000	22,0
26	NUROL	9.100	9.000	-1,1
27	KASTAMONU ENTEGRE	6.438	8.205	27,4
28	YAŞAR	6.000	7.500	25,0
29	SARKUYSAN	5.780	6.742	16,6
30	AKKÖK	5.600	6.200	10,7
31	ACIBADEM SAĞLIK	5.200	5.700	9,6
32	KALE	2.700	4.000	48,1
33	İNCİ	3.668	3.971	8,3
34	TAV HAVALİMANLARI	4.756	2.415	-49,2
35	AKFEN	1.520	2.068	36,1
36	FARK HOLDİNG	1.712	2.008	17,3
37	NUH ÇİMENTO	1.200	1.700	41,7
38	GLOBAL YATIRIM	1.441	1.629	13,0
39	POLİSAN	1.031	1.051	1,9

NOTE: The average dollar exchange rate in 2019 was taken as TRY 5.67 and EUR exchange rate was taken as TRY 6.34, while the average dollar exchange rate in 2020 was taken as TRY 7.01 and the EUR exchange rate was taken as TRY 8.03.

"I FAILED TO CREATE OUR OWN BRAND"

Hüsnü Özyeğin is undoubtedly one of the most extraordinary business people in the business world. His uniqueness stems from his entrepreneurship and innovativeness. He handed over the duty to his children 1 and half years ago and focused on Özyeğin University. He is now satisfied with his new life and the performance of his children. He even says "I should have transferred the authority a few years earlier. They are handling the business better than I do." This business person who founded 100 companies in 13 countries throughout his career has an important regret: "If we had created our own brand, we would have provided more benefits to Turkey's economy. I always dreamed of it but could not realize it."

● 5 months before the pandemic, you transferred your responsibilities in the Fiba Group to your two children in the 50th year of your business life. What made you make this decision?

■ I did not transfer the responsibilities immediately. My children got prepared very well in terms of their training and personality. Maybe I should have transferred the authority a few years earlier. I transferred it 1.5 years ago and they are handling the business better than I do.

● You have completed half a century in your business life. How many companies have you established so far? How do you define yourself as an entrepreneur?

■ I have established 100 companies in 13 countries so far. Maybe my entrepreneurship has been a very different entrepreneurship like no other in Turkey. I have done businesses in many different geographies. For example, I did banking in the Netherlands, Switzerland, Ukraine and Russia, and no other Turkish banker but me did this. Those who did just returned. However, I have been doing banking business in Russia for 24 years. I am the only entrepreneur who has established insurance, leasing companies, operational car rental companies in other countries. We are also the first to build the first shopping mall in Bucharest. We built a shopping mall and a hotel in Moldova. We made a shopping mall investment in China. Thanks to this investment, we have realized the biggest Turkish investment in China.

● Are you the first Turkish entrepreneur who invested in China?

■ Yes, there is no other investment of that volume. We have actually carried the largest capital ever. I cannot say that we have been successful in China. But we have built a shopping mall with 98 percent occupancy rate there. I mention about these examples to explain that we are an unusual



ÖZYEĞİN'S SECRET

1 Above all, I worked really hard. I had a pace where I worked for seven days.

2 Secondly, I hired very valuable employees. For the first time, I have included Boğaziçi and METU graduates in the Turkish banking system.

3 The third important thing was to empower employees I have recruited at a very early age. All my general managers, including Ömer Aras and Sinan Şahinbaş, became general managers at the age of 35, 36.

4 If I were an entrepreneur today, I would definitely want to be in the digital economy. All the growth potential is there.

entrepreneurship group. For example, we are one of the first companies to take clothing retailing from Turkey to abroad. We penetrated into Russia 15 years ago with brands Marks & Spencer, GAP, Banana Republic. Of course, if we had created our own brand, we would have provided more benefits to Turkey's economy. But we are bringing the profits we have made abroad with these foreign brands into Turkey. Thus, we offer benefits to Turkey.

● Why didn't you create your own brand?

■ I always dreamed of it but could not realize it. It's one of those things we always imagined but failed to do. However, we have a very valuable manpower in clothing retailing. We could have done that, too. We intended to achieve it with a partner and we tried so hard. We are still considering it.

● Apart from what you have not done, you are one of the doyens in the business world with your successful work. What thing do you think is the reason for this success?

■ Above all, I worked really hard. I had a pace where I worked for seven days. Secondly, I hired very valuable employees. For the first time, I have included Boğaziçi and METU graduates in the Turkish banking system. I recruited foreign-speaking business graduates and engineers as bankers. Then they all became general managers in banks. When I founded Finansbank after what I did at Pamukbank and Yapı Kredi, I did not recruit any personnel from those banks in order not to harm the banks where I benefited. Interestingly, we started with 24 people at Finansbank, and I recruited 15 people from Citibank. When I attempted to sell Finansbank after 19 years, Citibank gave the second highest bid. I founded a bank with a capital of 8 million dollars with employees I recruited from Citibank. Citibank made me an offer of 4.5 billion dollars. But National Bank of Greece offered 5.5 billion dollars and I sold the bank to them. This is the irony of fate. It is a very strange feeling to make the bank so valuable with the employees I have recruited from Citibank.

The third important thing was to empower employees I have recruited at a very early age. All my general managers, including Ömer Aras and Sinan Şahinbaş, became general managers at the age of 35, 36. A very good generation grew up in Finansbank. The most enjoyable thing for me was to recruit these employees, support their training and grow the bank as a team with them.

● How would you act if you were a beginner entrepreneur in today's conditions?

■ If I were an entrepreneur today, I would definitely want to be in the digital economy. It would be the first and only sector. All the growth potential is there. I would like to study in a university at specialties in the digital economy, such as industry or electrical and electronics engineering, instead of civil engineering. *In this period, the business world is also going through a great transformation. What do you think of the current transformation?

Turkish business people have created miracles. We are going through a difficult period due to the pandemics. But the Turks are trying to overcome this very well. I watched an interview of Abdullah Kiğılı recently. He said, "Our business in Turkey is really bad, the stores are closed. I expanded abroad. I grew by 80 percent abroad this year." I think penetrating in countries where the epidemic is less effective is the best thing to do right now, and they are doing it. C

TO WHICH AREA DOES A SHIFT OCCUR?

There is a shift towards more eco-friendly, healthy, economical and functional products in almost every industry. While the organic and vegan product market is growing rapidly, sales of seating group, accessories and bedding products are increasing in the furniture segment. Demand in real estate shifts to low-rise houses with gardens, while sales of deep freezers in white goods are on the rise. Due to the increase in time spent at home, sales of small home appliances are expected to triple.

As a result of the pandemic, the use of natural resources has come to the forefront, bringing up the need for alternative protein in the food market. According to Metro Turkey data, the demand for organic products increased 34 percent and the demand for vegetable-based vegan products increased approximately 3 times in the last 3 months, compared to the same period before the pandemic. Stating that the number of people who prefer a vegan lifestyle is increasing due to environmental concerns and the need to protect animal welfare, Deniz Alkaç, Metro Turkey Board Member for Purchasing, believes that this trend in the market will be permanent. Alkaç says: "We want to include vegan products in all product categories and increase the number of organic products until the end of 2021. This will naturally increase the share of these products in turnover and sales in the coming years."

Stating that the trend towards healthy protein sources is accelerating, Zahit Çetin, General Manager of Armada Foods, says that the sales of bulgur, chickpea and lentil increased by 73 percent in 2020. Çetin says: "Their share in total sales exceeded 50 percent. We commissioned the organic facility investment to meet the increase in demand."

REASONS FOR THE SHIFT

CEOs and business people see that one of the most important reasons for the change in demand in the past year is the increase in time spent at home. Expressing that the furniture industry has grown in this period as the time spent at homes is prolonged, Davut Doğan, Doğanlar Holding Chairman of the Board of Directors, emphasizes that healthy sleep and hygiene gain importance, and goes on saying: "Our mattresses, which have hygienic fabrics and regenerate your enzymes during sleep by using capsule technology, have attracted great attention." The increasing need for deep freezers is at the forefront for long-term food storage

How is the demand shifts?

Company	Industry	To Which Area Does A Shift Occur?	Potential
Armada Foods	Food	Healthy Protein	Share in turnover has reached 50 percent. This is expected to exceed 50 percent.
Biotrend Enerji	Energy	Renewable energy	Capacity investments will almost double by the end of 2021.
Boğaziçi Dağıtım	Electronics	Personal care, robot and vertical vacuum cleaner	It has grown over 100 percent in the last 1 year, and the growth trend will continue.
BSH	White goods	Deep freezer, small home appliances	Small home appliances market volume will triple. Deep freezer demand will increase.
Doğanlar Yat. Hold.	Furniture	Bedding, seating group	Share in total sales will rise to 60 from 50.
Eker	Milk and dairy Probiotics	Products	The number of products tripled in a year. The number of products will increase and diversify.
İndeks Bilgisayar	IT	Laptop, tablet, smartphone	These markets will continue to grow by double digits.
Mercedes-Benz Türk	Automotive	Heavy commercial vehicle, tow truck	A growth of 100 percent in heavy commercial vehicles and over 200 percent in tractors is expected.
Mesa	Real Estate	Garden, low-rise houses	Growth of 50 percent will continue. Number of low-rise projects will rise.
Metro Turkey	Retailing	Herbal vegan product	Vegan product demand tripled in a year. Share in turnover will increase even more.
Microsoft	IT	Cloud software, video conference platform	Video conferencing trend has doubled in a year and the demand for software has increased by 40 percent.
Özyurtlar	Real Estate	Low-rise residence with plenty of green areas	Share in total sales is 20 percent. This rate could rise to 50 percent.
Pınar Süt	Milk and dairy products	Functional dairy products	Market share will reach 5 percent of the total dairy market.
Polisan	Paint	Antibacterial, antiviral product	It grew by 45 percent compared to the previous year and this rate will exceed 50 percent.
Ülker Bisküvi	Snacks	Shared product group	The snacks market share increased to 37 percent, the leading position will be permanent.
Yeşim Grup	Ready-to-wear	Sportswear, organic and recyclable products	Rapid growth will continue for 3 years. The demand will double.
Yünsa	Textile	Comfortable, flexible, casual fabric	New product group doubled profitability. Share of new products in the turnover will increase.

Note: Alphabetically listed based on Turkish.

in white goods. Gökhan Sığ, CEO of BSH Turkey, emphasizes that the use of dishwashers, washing machines, dryers and vacuum cleaners has increased as a result of the increase in the focus of hygiene and cleanliness of the consumer.

Spending time and working at home increases the demand for home-type computing products. Gürkan Şengil, Boğaziçi Distribution Managing Partner says: "Headphones, mobile computers, tablets and peripherals grew more than 90 percent in 2020 compared to the previous year. Sales of personal care, robot and vertical vacuum cleaners and air cleaning devices grew by more than 100 percent in year-over-year basis."

WHAT IS THE RATE OF INCREASE?

Spending more time at home due to lockdown forces consumers to make their homes more comfortable and enjoyable. Polisan Kansai Boya Marketing and Channel Strategy Director Nur Azade Yazgan expresses that as a result of the increase in working from home, the renovations has accelerated and this has increased the demand for decorative and anti-bacterial paint. Stating that antibacterial product sales grew by 45 percent in 2020 compared to the previous year, Yazgan adds: "The desire to acquire new occupations at home has also increased the demand for hobby paints".

From the moment we step out of the home, the distance of 1.5-2 meters that we place between us and the outside world as well as the sense of hygiene and staying protected also alter the consumption trends in the automotive sector.

Stating that since March 2020, it has witnessed serious increases in zero car sales and records breaking almost every month, Dr. Naim Çetintürk, Arabam.com Marketing Director, adds to his words: " There has been an enormous increase in sales of approximately 20-40 percent in January and February of 2021, compared to the previous period, and 90 percent in March 2021, compared to the previous year." C

INVITATION TO JOIN THE EXPAT SUITE

Capital is establishing a network to bring together foreign executives who live and work in Turkey. The Expat Suit will conduct surveys, publish studies and organize special events and activities in order to build a community of distinguished expatriates and their families. If you would like to join this network, please send an email to sseckin@capital.com.tr

Members of expat suite

Names arranged alphabetically

	Managers	Companies
1	Achim Baumgartner	HP
2	Adriano Treve	Roche
3	Alan C. Mellaart	Mellaart International
4	Andrew Wehrley	Cartesian Capital Group
5	Annette von Koskull	Telia Sonera
6	Armin Zerunyan	Hilton Worldwide
7	Bartlomiej Sedlak	Perfetti Van Melle
8	Bohdan Robert Stepkowski	ING Bank
9	Carla Cabrera Gonzales	Catenon Türkiye
10	Charlotte Ann Lamprecht	Casper
11	Christian Nenciu	Ares Logistic
12	Christophe jung	Alstom Grid
13	D. Angela Teresi	Grow Int. Training & Consulting
14	Davide Ribone	Gi Group
15	Davit Cazorla	Türk Henkel
16	Denis Kvasov	MMK Metalurji
17	Dr. Joachim Behrendt	Bic Angel Investments
18	Emil Gochev	Perfetti Van Melle
19	Enrico Corsini	Korsini-Saf Ambalaj
20	Eugene Willemsen	PepsiCo
21	Eyad Trabulisi	Burj Parking Management Solutions
22	Fariha Salahuddin	GSK
23	Felix Hafele	Spencer Stuart
24	Frank Quante	EWE Türkiye
25	Frederic Trelli	BAT
26	Fulvio Villa	Gefco Türkiye
27	Gavin Hudson	Anadolu Efes
28	Georgi Dimitrov Georgiev	TEB
29	Giulio Cocci	Indesit company
30	Grégory Vaas	Cheque Dejeuner
31	Hideto Yamasaki	Honda
32	Houmer Balazadeh	Yudum Gıda/ Savola
33	Hugo Campo	Page Group Türkiye
34	Humphry Hatton	Deloitte Türkiye
35	Jacques Morand	Grand Hyatt İstanbul
36	Jean Cautain	Metro Türkiye
37	Jean Francois Lloret	Real
38	John Penn	Development Media Int.
39	John T. Mc Carthy	ING Bank
40	Jonathan Wheatcroft	Pwc
41	Karsten Pillukeit	Kaleideskop Danışmanlık
42	Ken Bradley	Prolink Mümessillik
43	Kevin Bradbury	Stanton Chase
44	Kostas Vlachos	Haribo
45	Kris Adams	DPWorld
46	Kristina M. Rogers	Ernst&Young
47	Laetitia Outters	Generali Sigorta
48	Livio Manzini	Bell Holding
49	Louise Westerlind	Fongogo
50	Maarten Hummel	ING Bank
51	Manuel Galatas Sanchez	Garanti Bankası
52	Marco Iannaccone	Yapı Kredi
53	Marcus Tengler	Media Markt Media-Saturn
54	Marius Popescu	ING Emeklilik
55	Mark Harvey	Harvey English
56	Martin Leenhouts	MSP Capital Management
57	Martin Thomsen	BP Türkiye
58	Martin Wetjen	Metro Properties
59	Massimo Eufemia	European Investment Bank
60	Mattia Pizzolato	Generali Sigorta
61	Melissa Quackenbush	Hill +Knowlton Strategies
62	Michael Collini	Hilton Worldwide
63	Michael Weiss	AT Kearney
64	Mike Harrell	UPS
65	Milan Shah	Alapala
66	Mohan Sundaresan	Nestlé
67	Muhammed Hariri	Avea
68	NakKyun Chong	n11.com
69	Natasa Klicko	Roche İlaç
70	Neil Edwards	Nestlé
71	Nihal Mashaki	Şişecam
72	Nolwenn Allano	Gras Savoye Willis
73	Norbert Klein	BSH
74	Olivier Langlet	Real Hypermarkets
75	Olivier Moyse	GL Events
76	Omiros Papazyan	Grow Int. Training & Consulting
77	Ousama F. Najjar	Nesma Telecom
78	Pascal Lefebvre	Leroy Merlin
79	Patrick Savre	Generali Sigorta
80	Patrick Stern	Nestlé
81	Patrick Van Dooyeweert	Qubicon
82	Peter D'Autry	Pedersen & Partners
83	Peter J. Heidinger	Foreign Market Colsunting
84	Peter Reischl	Marriott Hotel Asia
85	Petros Katsampouris	Akzo Nobel
86	Philippe Chabert	TEB Arval
87	Philippe Debray	Decathlon
88	Pierrick Le Gallo	Dupont
89	Piet A.A. Dury	Astellas
90	Rajesh Batra	Nestlé
91	Ralph Radtke	Çırağan Palace Kempinski
92	Raymond de la Court	Metro Cash& Carry
93	Reinhold Jakobi	Nestlé
94	Remco van Kuijk	Know It Consulting
95	Richard de Barbanson	Sony Eurasia
96	Richard Ridewood	Coats
97	Rob Kucera	Radisson Blu Bosphorus
98	Robert Pollock	FSK SupplyPartner
99	Rohit Gupta	Citibank
100	Sabine Çalışkan	Hill Türkiye
101	Sascha Bibert	EnerjiSA
102	Sergey Kolesnichenko	MMK Turkey
103	Simon Hardie	Eurasia Insights
104	Stein Dale	EnerjiSA
105	Stephen B. Symes	Inspark
106	Steven Seggie	Özyeğin Üniversitesi
107	Steven Young	Bosch Sanayi
108	Terry Brown	Acer Euro
109	Thomas Hochhold	Perfetti Van Melle
110	Thomas Kolbinger	Siemens
111	Tim Bright	Oneworld Consulting
112	Tonu Grunberg	Telia Sonera
113	Torben Eckardt	Volvo
114	Trevor Nadeau	Yellow Pages Türkiye
115	Vittorio Zagaia	Galata Taşımacalık
116	Volkan Mueller	Jones Lang LaSalle Turkey
117	Wieger Wagenaar	Eureko Sigorta
118	Wil Olsthoorn	ING Emeklilik
119	Willem Rozenberg	Philips Health Care
120	William Lamb	x
121	Xavier Guilmineau	TEB Grup Risk
122	Yiannis Trakadas	Blue Capital Development
123	Yu-Shik Kim	n11.com
124	Yvan De Cock	TEB



Efsane Mercimek Çorbasının Gizli Tarifi

İçindekiler:

Bol miktarda araç gereç gideri
3 yemek kaşığı ayçiçek yağı
1 adet kuru soğan
1 yemek kaşığı un
Tepeleme ısınma gideri
1 adet havuç
1 adet patates
1 tatlı kaşığı tuz
1 çay kaşığı karabiber
Bayağı çok elektrik maliyeti
1.5 su bardağı mercimek
6 su bardağı sıcak su

GİZLİ MALİYETLERDEN KURTULMANIN ÇÖZÜMÜ MULTINET.

Çalışanlarınızın yemek ihtiyaçları için siz de MultiNet'i tercih edin, yemek giderlerinizi gizli maliyetler olmadan %100 vergi tasarrufuyla yönetin.

444 87 36
multinet.com.tr

multinet



İşCep'ten müşteri olma hizmeti, 18 yaş ve üzerindeki, yeni tip T.C. kimlik kartı sahibi T.C. vatandaşlarının kullanımına açıktır. Yasal mevzuat gereği, uzaktan kimlik tespitinin gerçekleştirilebilmesi için T.C. kimlik kartı çipinin, NFC (yakın alan iletişimi) ile telefona taratılarak doğrulanması, biyometrik doğrulamanın (yüz tanıma) yapılması ve müşteri temsilcimizle görüntülü görüşmenin tamamlanması gerekmektedir. İşlem sırasında NFC özelliği bulunan, internet bağlantısı yapılabilen, ön ve arka kamerası bulunan, video görüşme imkânı sağlayan cep telefonları kullanılmalıdır. Görüşme esnasında başvuru sahibinin yeni T.C. kimlik kartı yanında bulunmalıdır. Görüntülü görüşme, yalnızca başvuru sahibinin kendisi ile gerçekleştirilebilir. Ayrıntılı bilgi: isbank.com.tr

HAZİRAN 2021

TÜRKİYE'YE DEĞER KATAN ŞİRKETLER



Gürer Ünal
ICRON, CEO

KOBİ'lere, hiçbir ön yatırım yapmadan tedarik zinciri planlama yeteneği kazandırıyoruz
Hem de sadece bir kaç hafta içinde

Türk şirketleri dijitalleşme, inovasyon ve çevik yaklaşımla krizden fırsat çıkarıyor

Berdan Cıvata ekonomiyi sürükleyen sektörlerin yarım asırlık çözüm ortağı



Hasan Şemsi
Berdan Cıvata Yönetim Kurulu Başkanı





Berdan Cıvata, inovatif ürünleriyle petrokimya, enerji, ulaşım ve mega inşaatlar gibi lokomotif sektörlere Türkiye'de ve dünyada çözüm ortaklığı yapıyor.

Bağlantı elemanları sektöründe yarım asırdır faaliyet gösteren Berdan Cıvata Tarsus-Mersin Organize Sanayi Bölgesi'ndeki 56 bin m²'lik alana kurulu entegre üretim tesislerinde, 400 çalışan ile faaliyetlerini sürdürüyor. Berdan Cıvata, sektörünün ikinci Ar-Ge merkezinin yanı sıra yine sektörünün ilk ve tek akredite belgeli test laboratuvarını bünyesinde barındırıyor.

Vanalar, Valfler, Basınçlı Kaplar ve Kazanlar; Rafineriler, Petrokimya Tesisleri, Gaz ve Sıvı Borulama Hatları; Enerji Nakil Hatları, Hidroelektrik Santralleri; Nükleer Santraller; Asma Köprüler ve Köprü İnşaatları; Endüstriyel Tesisler ve Çelik Konstrüksiyonlar; Uzay Çatı Sistemleri; Havaalanları, Hangar ve Kargo Binaları; Otoyollar, Tünel ve Demiryolları; Liman, Tersanecilik ve Rüzgâr Enerjisi sektörlerine hizmet veren Berdan Cıvata, bu sektörlerdeki Dünya çapındaki firmaların onaylı tedarikçisi konumunda.

Berdan Cıvata, yurt içinde 6, yurt dışında 2 olmak üzere toplam 8 adet patent, 4 adet faydalı model ve 47 adet Ar-Ge projesine sahiptir. Sahibi olduğu patentli bir metot ile 10.9 ve 12.9 kalite Sıcak Daldırma Galvaniz Kaplamalı Ürünlerinde Hidrojen Gevrekliği Riskini ortadan kaldıran Berdan Cıvata, DIN, ISO, EN, ASTM, DUST, GOST standartlarının neredeyse tüm normlarına ve özel teknik çizimlere göre üretim gerçekleştirebiliyor.

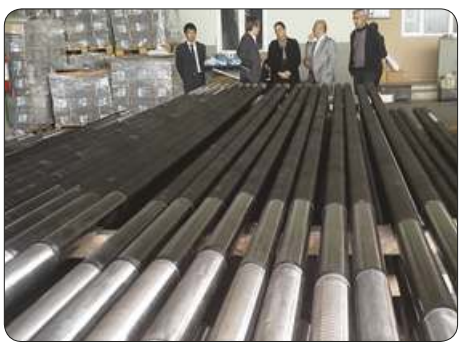
Dün (2015), Avrupa'nın en uzun ikinci asma köprüsü İzmit (Osmangazi Körfez) Geçiş Köprüsü (Her biri 790 kg ağırlığındaki ve 10 m boydaki, M110 çaptaki – 10.9 Kalite, 362 Set)

Bugün (2019-2021), Dünya'nın en uzun asma köprüsü 1915 Çanakkale Boğaz Köprüsü (Her biri 550 kg ağırlığındaki ve 10 m boydaki, M85 çaptaki – 10.9 Kalite, 762 Set) köprü ayaklarını taşıyan ankraj cıvatalarını Japon Köprü Devi IHI ve G. Kore Köprü Devi DAELIM+SK'ya üretmiştir.

Gelecekte, Dünya'nın neresinde ve ne büyüklükte olursa olsun, tüm MEGA PROJELER'de, Berdan Cıvata, yarım asırlık (takriben) bilgi birikimi ve tecrübesi ile çözüm ortağı olmaya hazırdır.



ISO EN 17025'e Göre Akredite Belgeli
Test ve Analiz Laboratuvarı



10 m Boyda 790 Kg Ağırlıkta İzmit Osmangazi
Körfez Köprüsü Ayaklarını Taşıyan Ankrajlar



500 Ton Kapasiteli Avrupa'nın En Güçlü
Çekme Testi Cihazı (Berdan Cıvata Patentli)





Elçim Sirek, Sovos Türkiye Ülke Müdürü

Sovos dijital vergi uyumluluk çözümlerini yerel uygulamalarla birleştirerek büyüyecek

Vergi uyumluluk çözümlerinde lider olan Sovos, Türkiye'de e-Fatura, e-Arşiv Fatura, e-İrsaliye, e-Defter ve SGK Teşvik ürünleri ile dikkat çekiyor. Son 1,5 yılda 8 satın alma gerçekleştiren Sovos, global erişimle yerel uygulamaları birleştirmeyi amaçlayan büyüme stratejisini sürdürecek.

SOVOS, verginin dijital dönüşümü ile gelen karmaşıklıkları çözüme kavuşturmak için kurulan global bir vergi yazılımı sağlayıcısı. Yetmişi aşkın ülkede faaliyet gösteren Sovos, Fortune 500'de yer alan şirketlerin yarısı dahil, 16 binden fazla müşteriye destek veriyor. Hg&TA Associates'in sahibi olduğu Sovos, Amerika ve Avrupa'da 11'den fazla ülkede, 2 bini aşan uzman kadrosu ile faaliyet gösteriyor. Şirketin SaaS ürünleri, çok çeşitli işletme uygulamaları ve devlet uyum süreçleri ile entegre olabiliyor. Vergi açıklarını kapatma, vergi kaçağını azaltma ve verimliliği artırma yönünde devletlerin daha çok adım atmasıyla, verginin dijital dönüşümünün, iş hayatı için de önemli hale geldiğine dikkat çeken Sovos Türkiye Ülke Müdürü Elçim Sirek, "Solve Tax for Good®, bizim sosyal misyonumuz ve bu misyonumuzu gerçekleştirme konusunda kararlıyız." diye konuştu. Elçim Sirek, Sovos'un çalışmalarını ve hedeflerini anlattı.

■ *Sovos'un uzmanlık alanı ve ana faaliyetleri nelerdir?*

Sovos, dünyanın dört bir yanındaki şirketlere zorlaşan vergisel uyumluluk gereksinimlerini karşılamalarında onlara destek olmak için vergi belirleme, sürekli işlem denetimi uyumluluğu (e-Fatura) ve vergi raporlama dahil modern vergi konularına dair kapsamlı çözümler sunabilen benzersiz bir konuma sahip. Yazılımımızın ve teknoloji uzmanlarımızın arkasında, değişen vergi yapısını izleyen ve yazılımımızın daima güncel olduğundan emin olan 100'den fazla regülasyon danışmanının bulunduğu bir ekip var. Ayrıca çözümlerimizin, SAP®, Grant Thornton, Oracle ve Magento® dahil olmak üzere, bugün global şirketler tarafından kullanılan iş süreci platformlarıyla entegre olduğunu da vurgulamak isterim.

Türkiye'de her ölçekteki işletme için çözümler

■ *Sovos Türkiye pazarına ne zaman girdi?*

Sovos, 2019 yılı ortalarında Türkiye için e-Faturada sektör lideri bir sağlayıcı olan Foriba'yı ve düzenli vergisel raporlama çözümlerini satın aldı. Bu ve benzeri satın almalar, operasyonlarını dünyanın neresinde sürdürüyor olursa olsun şirketlere 'Solve Tax For Good' misyonumuz ile daha güçlü bir şekilde destek olmamızı sağlıyor. Bir sonraki adımda çok uluslu şirketler için global vergi süreçlerini basitleştirmeyi amaçlayan Sovos SAP Stratejimizi daha da güçlendiriyor. Satın alımdan bu yana hem gelir hem de müşteri anlamında sürekli artış gösteren ve önemli bir hacme sahip olan Türkiye pazarının daha da büyümesini sağladık.

■ *Türkiye'deki en popüler Sovos çözümü hangisi?*

GİB'in zorunluluk kapsamı eşiğini düşürmesi nedeniyle artık daha fazla şirketin e-belgelere uyumlu olması gerekiyor. Bu nedenle, Türkiye'deki en popüler ürünlerimiz, e-Fatura, e-Arşiv Fatura, e-İrsaliye ve e-Defter. Her ölçekten işletmeye yardımcı olan ve oldukça popüler SGK Teşvik ürünümüz de mevcut. Komple ürün portföyüyle pazarın tümünü kapsıyor ve müşterilerimizin uyumluluk ihtiyaçlarını tam olarak karşılamalarına yardım ediyoruz.

Çift kanallı büyüme stratejisi

■ *Hem Türkiye'de hem de global olarak 2021 hedefleriniz nasıl?*

Devletlerin vergi kontrollerini dijitalleştirme yolunda adımlarını yoğunlaştırdığı ve büyüme potansiyeli yüksek global bir pazarda Sovos olarak iyi bir konuma sahibiz. Tek bir global çözüm teklifi içerisinde sunduğumuz vergi belirleme, e-Fatura uyumluluğu ve vergi raporlama hizmetleriyle eksiksiz bir çözüm sağlayabiliyoruz. Bu alanda saygın, güvenilir ve global bir vergi uyumluluğu yazılımı sağlayıcısıyla çalışmanın değerini bilen şirketlerin tek tercihi olmak istiyoruz. Sovos, hem Türkiye'deki hem de globaldeki müşterileri için sektör lideri olarak vergi uyumluluk çözümlerini geliştirmeyi ve sunmayı sürdürecek.

Diğer taraftan Sovos olarak hem doğal bir süreç içerisinde hem de satın almalarımızla önemli ölçüde büyüme sağladık. Son 1,5 yıl içerisinde, global erişimle yerel uygulamaları birleştirmeyi amaçlayan, uzun süreli stratejimizi yansıtan 8 satın alma gerçekleştirdik. Bu çift kanallı büyüme stratejimizi sürdüreceğiz. Şirketlerin 2025'e kadar tüm fatura alışverişlerinin yüzde 75'inden fazlasını elektronik ve gerçek zamanlı olarak yapacağını veya bunun çok kısa bir süre içinde gerçekleşeceğini öngörüyoruz. Giderek daha fazla ülkenin B2B ve B2C işlemleri için e-Fatura, e-Arşiv Fatura ve e-Makbuz düzenlemelerini benimsediği bir ortamda, global kapsam alanımızla şirketlerin uyumluluk süreçlerine yardımcı olma noktasında benzersiz bir konuma sahibiz. Müşterilerimizin vergiyi olması gerektiği gibi işletmelerinin dijital ve finans temeline entegre etmelerine yardımcı olmakta kararlıyız. Bu sayede, Solve Tax for Good misyonumuzu gerçekleştirerek müşterilerimizin işlerini büyütmelerine konsantre olmaları için imkân sağlayabiliriz.

SOVOS

Editörden

Dünya yoruldu. İnsanlık korkular ve kısıtlamaların eşlik ettiği kapalı ve maskeli yaşamdan sıkıldı. 2021 yılında, iki yıl öncesinde kalan yaşam standartlarına ulaşmayı uman insanlık, bu umutlarını 2022'ye ertelemek riskiyle boğuşuyor. Zaman takvim ve saat ölçeğinde ilerlerken, insanlık kaybettiği refah ve olanaklara yeniden sahip olmak için 2019 yılını milat olarak alıyor. Pandeminin tetiklediği kaos sürerken, dijitalleşme kaçınılmazlığıyla etkinlik alanını genişletiyor.

Stratejik ve ekonomik dengelerin sarsıldığı, taşların yerinden oynadığı ve çok kutupluluk tartışmalarının hararetlendiği; 5G, yapay zeka, nesnelerin interneti, nesnelerin internetinden sonra dijital ve yönetilebilir insan tartışmalarının sürdüğü; ülkelerin bir diğerinin zararına olması pahasına kendi derdine düştüğü; aşılarla ilgili tartışmaların aşılama çalışmaları başlamasına rağmen bitmediği; ülkelerin gelir-gider dengelerinin iyice şaştığı; işsizlik rakamlarının hızla tırmandığı; savaş tehditlerinin havada uçuştuğu aynı zamanda tüm üretim ve hizmet süreçlerinin devam etmek zorunda olduğu bir kaotik ortamda yaşıyoruz.

Şirketler artık dünyanın boğuştuğu sorunlara kayıtsız kalarak, sürdürülebilir ekonomik değer yaratma şanslarının bulunmadığının farkında. Bu nedenle ekonomik değer yaratma aksiyonlarını alırken toplumsal ve çevresel etkilerini de hesaba katacak adımlar atıyor. Ar-Ge ve inovasyon her zamankinden daha önemli ancak uçtan uca dijitalleşme olmadan bunların tam olarak bir değer ifade etmesi artık çok zor. Bütün bu ekonomik değer yaratma süreçlerini planlayıp organize edecek ve geleceğe taşıyacak insan kaynağının iyi eğitimli olması şart. Üretilen mal ve hizmetlerin dolaşıma sokulmasında müşteri taleplerinin iyi okunması, verilerin doğru analizi, tedarik süreçlerinin iyi planlanması ve bütün pazar alternatiflerinin radara alınması olmazsa olmaz.

Artık şirketler açısından, hem gerçek hem de giderek artan bir şekilde dijital ortamda, rakiplerinin ürün ve hizmet performanslarını artırmak için olağanüstü çaba harcadığı bir dönem söz konusu. Böylesi bir dönemde çeşitli sektörlerden şirketlerin ülke ekonomisine değer katma adına neler yaptıklarını bu çalışmamızla öğrenme fırsatı bulacaksanız.

Mehtap AYDIN

İçindekiler

TÜRK ŞİRKETLERİ DİJİTALLEŞME, İNOVASYON VE ÇEVİK YAKLAŞIMLA KRİZDEN FIRSAT ÇIKARIYOR **6-7-8**

AXA SİGORTA EKONOMİK, TOPLUMSAL VE EKOLOJİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK POLİTİKASININ YANI SIRA 'SİGORTA 4.0' VİZYONU İLE FARK YARATIYOR **9**
AXA Sigorta

KOBİ'LERE, HİÇBİR ÖN YATIRIM YAPMADAN TEDARİK ZİNCİRİ PLANLAMA YETENEĞİ KAZANDIRIYORUZ. HEM DE SADECE BİR KAÇ HAFTA İÇİNDE **10-11**
ICRON

İTÜ ETA VAKFI DOĞA KOLEJİ BİLİM, İNOVASYON VE ÇEVRE DUYARLILIĞI İLE GELECEĞE KÖPRÜ OLACAK **12-13**
İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji

NETPAK DİJİTALLEŞME, İNOVASYON VE YENİ PAZARLARLA GÜÇLÜ KONUMUNU DAHA DA İLERİ TAŞIYACAK **14-15**
Netpak

BANVİT BRF YENİ YATIRIMLAR, YENİ ÜRÜNLER VE İHRACATLA BÜYÜMEYE DEVAM EDECEK **16**
Banvit BRF

IAS 2021 YILINDA HIZLI BÜYÜMESİNE DEVAM EDİYOR **18**
IAS

YAYINA HAZIRLAYAN
REEL SEKTÖR REKLAMCILIK HİZM. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
T: 0 212 272 39 02 pbx

YAZI İŞLERİ
Mehtap Aydın Adanır

GRAFİK TASARIM
Selçuk Sarnıç

Türkiye'ye Değer Katan Şirketler Reel Sektör tarafından hazırlanmıştır. Capital Dergisi'nin ücretsiz ilan ekidir

Alışan Lojistik intermodal taşıma, entegre dijital çözümler ve yeni lokasyonlarla büyüyecek

Alışan Lojistik, yüzde 15'lik 2021 yılı büyüme hedefine, intermodal taşımanın yanı sıra dijital iş yapış modüllerine dayalı entegre lojistik hizmetleriyle ulaşacak. Ağırlıklı olarak Orta Avrupa ve Balkanlar'a taşıma yapan Alışan Lojistik, Orta Doğu pazarı ile de yakından ilgileniyor.



Damla Alışan, Alışan Lojistik
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

ALIŞAN Uluslararası Taşımacılık, Türkiye'nin önde gelen lojistik hizmet sağlayıcılarından biri olarak 36 yıldır faaliyetlerini sürdürüyor. Tehlikeli kimyasalların elleçlenmesi, taşınması ve depolanması konusunda uzmanlaşan Alışan Lojistik, intermodal taşımacılık hizmetlerini de odağında tutuyor. 500 adetlik öz mal araç filosu ve Türkiye genelinde 32 farklı lokasyonda yer alan bin 500 çalışanıyla entegre lojistik hizmeti sunan şirketin hedeflerini yönetim kurulu başkan yardımcısı Damla Alışan'dan dinledik.

■ *Lojistik hizmet sağlayıcılığında iddialı olduğunuz alan ve hizmetleriniz neler?*

1985 yılından bu yana Tehlikeli Madde Güvenlik Danışmanlığı (TMGD) taşımacılığındaki iddiamızı sürdürüyoruz. Bizi farklı kılan ve bu yıl da Fortune 500 şirketleri arasında yer almamızı sağlayan, özellikle FMCG ve kimya sektörlerine hizmet sunmamız. Bu sebeple, kimya sektörünün en önemli başlıklarından biri olan tehlikeli kimyasalların elleçlenmesi, taşınması ve depolanması konusunda çok ciddi bir uzmanlığımız, altyapımız, süregelen yatırımlarımız ve başarılı bir çalışma modelimiz bulunmaktadır. Şirketimiz, başta SQAS ve ADR mevzuatı olmak üzere uluslararası standartlar ve yasal mevzuatlar düzeyinde süreçlerini yönetmekte, yatırımlarını bu temel üstüne planlamaktadır. Ayrıca, özellikle tanker yıkama konusu, bizler gibi büyük firmaların çevreye karşı bir yükümlülüğü olduğu için de en hassasiyet gösterdiğimiz çalışmalardan bir tanesidir.

Hedefinde Orta Doğu var

■ *Çözüm ortaklığı yaptığınız sektörleri anlatır mısınız?*

Kimya sektörü hem müşterimiz olarak hem de birçok anlamda önemli bir çözüm ortağımız. Bunun yanı sıra, otomotiv özellikle ticari araç sektörü bizim en önemli üretim kaynağımızı besleyen bir sektör olarak ön plana çıkıyor. Bunun yanı sıra, bilişim sektörü işimizi yaparken farklılık ve optimizasyon yaratmak anlamında en önemli paydaşlarımızın başında geliyor.

■ *Lojistik hizmet ağınızda hangi lokasyonlar öne çıkıyor? Yeni lokasyon hedefleriniz nasıl?*

Yurt dışı taşımalarımıza baktığımızda, toplam taşımalarımız içinde yaklaşık yüzde 30'luk bir yere sahip olduğunu görüyoruz. Ağırlıklı olarak Orta Avrupa ve Balkanlar'a taşıma yapıyoruz. Orta Doğu ise, herkes gibi bizim de ilgimizi çekiyor. Yurt içinde ise Marmara, Trakya, Ege Bölgesi ve Çukurova Bölgesi'nden sonra tüm İç Anadolu Bölgesi'ndeki müşterilerimize hizmetler sunmak amacıyla 4 yıl önce Konya'da kendimize bir üst yarattık ve o bölgedeki yatırımlarımıza da hız kesmeden devam etmekteyiz.

2021'de yüzde 15 büyüme hedefi

■ *Lojistik hizmet sağlayıcılığındaki pazar payınızdan ve hedeflerinizden bahseder misiniz?*

2019 yılını, hedeflediğimiz yıl sonu rakamlarına ulaşarak, 726 milyon TL ile kapatmıştık. 2020 yılını da pandemi ve diğer bütün olumsuzluklara rağmen makul bir büyüme ile kapattığımızı söyleyebilirim. 2021 yılına da, yaklaşık yüzde 15 seviyelerinde bir büyüme hedefi öngördük. Alışan Lojistik, bugün 500 adet öz mal araç filosu ve Türkiye genelinde 32 farklı lokasyonda çalışan bin 500 çalışanı ile entegre Lojistik hizmeti sunan köklü bir markadır. Firma olarak, bu yıl da müşterilerimize terzi dikimi hizmetler sunmaya; intermodal taşımaya ve operasyonlarımızda katma değerli hizmetlere odaklanmaya devam edeceğiz. Ayrıca, teknoloji ve dijitalizasyon anlamında çağın gereklerine uygun yeni çalışma ve iş yapış modülleri tasarlamak; müşterilerimizin iş takip sistemleriyle konuşan, entegrasyon kabiliyeti yüksek yazılım tekniklerini hayata geçirmek de yürüyen projelerimiz arasında yer alıyor.

■ *Pandeminin hızlandırdığı ekonomik değişim sürecinin hizmetlerinize yansıması ve bu doğrultudaki planlarınızı anlatır mısınız?*

Dünya salgın ile mücadele ederken pek çok ülke farklı yöntemlere başvurdu. Ancak tümü lojistik faaliyetlerini sürdürdü. Zira biz krizlere alışık ve üstesinden gelebilme kasına sahip bir sektörüz. Alışan'a baktığınızda ise, ağırlıklı olarak kimyasal madde ve FMCG lojistiği yaptığımız için gıda ve temizlik malzemesi sektörlerine verdiğimiz hizmetlerde bir kapasite azalması olmadı. Çarkların dönmesi ve tüketicinin temel ihtiyaçlarına ulaşabilmesi için tedarik zincirinin önemli bir halkası olarak görevimizin başında yer aldık; almaya da devam ediyoruz. Öte yandan, dış ofislerimizde ve merkez ofislerimizde çalışanlarımızın iş yapış biçimleri değişti. Hatta bu yeni düzen çalışma tarzı kendi içimizde de yenilikler ve farklı beceriler doğurdu.



Türk şirketleri dijitalleşme, inovasyon ve çevik yaklaşımla krizden fırsat çıkarıyor

Çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren Türk şirketleri, Covid-19'un tetiklediği kaos ortamında, esnek hareket kabiliyetlerini, inovasyon ve dijitalleşme ile birleştirerek, krizin içindeki fırsatları bulup hayata geçiriyor.

Yeni bir dünya kuruluyor ve bu kurulumda ülkeler ile şirketler kilit taşını doğru yere yerleştirmeye çalışıyor. Ülkeler refahını artırmak, şirketler ise var oluş motivasyonları olan değer yaratma adına yeni arayışlar peşinde. Belirsizlik ve kaos işleri zorlaştırırken, yeni fırsatları da beraberinde getiriyor.

Şirketler, ürün tasarımı, ana üretim süreçleri, Ar-Ge ve inovasyon, istihdam, tedarik zincirleri, pazarlama ve dağıtım kanalları gibi süreçlerini artık dijital tabana dayandırmak zorunda. Bütün bunların, işletmeye, müşterilerine, sektörlerine, ülke ekonomisine, küresel rakiplerine, içinde bulundukları yerel toplum kadar dünyaya etkilerini doğru araçlarla değerlendirmek şirketler için hayati önemde. Şirketler ayrıca tüm imkanlarından sonuna kadar yararlandığı doğayı göz ardı etmeden, sürdürülebilir yöntemler tercih etmek zorunda. Yakın geçmişte alışverişte kullanılan plastik çantaların para ile satılmaya başlanması sürecinde bunu gördük. Türkiye'de ambalaj sektöründe doğaya zarar vermeyen, geri dönüştürülebilir ürünlerin üretilmesi noktasında oldukça büyük bir mesafe alındı.

Çevik yaklaşımla hareket eden şirketler, esneklik kabiliyetleri ölçüsünde, alternatif yöntemler geliştirip krizi fırsata çevirebildi. Şirketler, müşteri odaklı esnek üretime geçerek alışılagelmiş pazarlardan yeni pazarlara yöneldi. Bilgi ve iletişim teknolojileri altyapısı yeterli olan ülkeler ve firmalar yeni normalde diğerlerine göre daha avantajlı konuma taşındı.

Covid-19 salgınıyla birlikte kritik ürünlerde yurt içinden tedarik öne çıkarken, yurt dışından tedarikte, tedarikçi sayılarında artırıma gidilecek adımlar atılıyor. Bölgesel yeni ağlar kurulması; ticaret anlaşmalarının yeni tedarik zinciri ağlarına göre yapılması; ticaretin ve yatırımların finansmanında yeni tedarik zinciri ağlarındaki oyunculara ağırlık verilmesi; yeni tedarik zincirlerinin oluşturulmasında güvenli ve yeşil üretimin ana kriter olarak kullanılması; tedarik zincirlerinin dijital ağlar üzerinden kurulması ile tedarikte çevrim içi B2B'nin payının ve öneminin artırılmasına yönelik adımlar devreye girdi.

Türkiye jeopolitik konumunun yanı sıra sanayi üretiminde ürün ve sektör çeşitliliği ile gelişmiş yan sanayine sahip esnek ve hızlı üretim yapısı; AB ile uyumlu yüksek ürün standartları; güçlü lojistik firmalara ve hizmetlere sahip olması; kara, deniz, demir, hava yollarında güçlü taşımacılık ağları ile gelişmiş ihracat finansman olanakları açısından yeni bir dünya kurulurken avantajlı durumda.

Bilişim sektöründe büyüme trendi sürecek

Türkiye'de bilişim sektöründe faaliyet gösteren şirketler, 2020'yi verimli bir yıl olarak tamamladı. Bunda Covid-19 ile birlikte hız kazanan diijital dönüşüm ve uzaktan çalışma süreçlerindeki artış etkili oldu. 152 milyar TL büyüklüğe sahip olan Türkiye bilgi ve iletişim teknolojileri pazarında, donanım, yazılım ve hizmetler bileşenlerinden oluşan bilgi teknolojileri kısmı 56 milyar TL bir büyüklüğü temsil ediyor. 2021 yılı ve devamında da, kişisel bilgisayarlar başta olmak üzere, birçok teknoloji ürününün ticaretinde büyümenin sürmesi bekleniyor.

Bilişim sektöründe yaşanan bu artışta mobilitiye olan ihtiyaç, teknoloji kullanan birey sayısının artması ve

Covid-19'la birlikte ev dışı aktivitelerde yaşanan yoğun kısıtlamalar etkili oldu. Özellikle uzaktan eğitim ve uzaktan çalışma gereksinimleri teknolojik altyapıya ve teknolojik cihazlara olan ihtiyacı daha da artırdı. 2020'de bilişim sektöründe yaşanan büyüme bu alandaki istihdama da pozitif yansıdı.

Sigorta sektörüne 18 yaş altı BES desteği

Türkiye'deki sigorta sektörünün toplam prim üretimi, 2021 yılı Mart sonunda geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15,8 arttı ve 25.3 milyar oldu. Sektörün, prim üretimi 2020 yılında yüzde 19,3 artışla ve 82,6 milyar TL'ye yükselmişti. Deprem, sel ve dolu gibi doğal afetlerin yanı sıra salgın 2020 yılında sigorta sektörünün de en önemli gündemi oldu. Sektör, Elazığ, Malatya ve İzmir'de yaşanan depremlere ilişkin 717 milyon TL; salgına ilişkin olarak ise 425 milyon TL'si hayat, 137 milyon TL'si sağlık branşlarında olmak üzere toplam 1 Milyar 279 milyon TL tazminat ile 400 milyon TL prim desteği üstlendi.

Bireysel Emeklilik Sistemi'ne (BES) 18 yaş altı nüfusun girmesine imkan tanıyan kanun TBMM Genel Kurulu'nda kabul edilerek yasalaştı. Böylece 13 milyon katılımcı ve 178 milyar TL'lik fon büyüklüğüne ulaşan BES için 24 milyona yakın çocuk/genç potansiyeli oluştu.

Bağlantı elemanları sektöründe büyüme potansiyeli

Bağlantı elemanları sektöründeki kalite ve teknoloji yatırımları Türkiye'yi hem özel hem de standart ürünlerin üretimi ile satışında rekabetçi bir konuma taşıdı. Türkiye yaklaşık 95 bin ton bağlantı elemanı ithal ederken, 300 bin ton bağlantı elemanı ihraç ediyor. Türkiye'nin iç pazar büyüklüğü ise yaklaşık 500 bin ton. Bağlantı elemanları için başlıca sektörler otomotiv, beyaz eşya, mobilya ve makine. Sektör toplam ihracatının yaklaşık yüzde 60'ını Avrupa'ya yapıyor.

Türkiye'nin bu sektörde özel ürünler üretme kabiliyeti, üretim hızı ve Avrupa pazarına lojistik olarak yakın mesafede bulunması, Çin'e karşı rekabette avantaj sağlıyor. Avrupa Birliği'nin Çin ürünlerine karşı anti damping soruşturması başlatması ve anti damping vergilerini gündemine alması karşısında bu alanda talebin Türkiye'ye kayması, bağlantı elemanları sektörünü olumlu etkilemesi bekleniyor.

Türkiye bağlantı elemanları sektörü 2021 Ocak ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 6.9'luk artışla 78.8 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sektör 2020'yi 131 bin tonluk ihracat ile tamamladı.

Eğitimde 26.5 milyon öğrenciyi bekleyen yeni dönem

Türkiye'de okul öncesi eğitim, ilköğretim ve ortaöğretim düzeyinde toplam 18 milyon 241 bin 881 öğrenci eğitim alıyor. Öğrencilerin 15 milyon 189 bin 878'i resmi, 1 milyon 468 bin 198'i özel ve 1 milyon 583 bin 805'i ise açık öğretim kurumlarında okuyor. Özel öğretim kurumlarındaki öğrencilerin toplam örgün eğitim içindeki oranı yüzde 8,8. Türkiye'deki üniversitelerde kayıtlı toplam öğrenci sayısı 8 milyon 240 bini aştı. Öğrencilerin yüzde 92'si devlet üniversitelerinde, yüzde 8'i de vakıf üniversiteleriyle vakıf meslek yüksek okullarında okuyor. Üniversite öğrencilerinin yarıdan fazlası ise açık öğretim öğrencisi. Toplam 203 üniversitenin 129'u devlet, 74'ü ise vakıf üniversitesi. Ayrıca 4 tane de vakıf meslek yüksek okulu bulunuyor.



Covid-19 nedeniyle uzaktan eğitim ve online sınavlar gibi birçok değişikliğin yaşandığı eğitimde, 2021'in telafi yılı olmasıyla ilgili beklentiler 2022'ye ertelendi. Herkesin ortak beklentisi aşılanma oranlarındaki artışla birlikte sağlıklı günlerin gelmesi ve yüz yüze eğitimin başlaması. Her okul düzeyindeki öğrencinin akademik, sosyal ve psikolojik kayıplarının bir an önce telafi edilmesi de en önemli konulardan. Pandemi her kurumu acil olarak dijitalleşmeye zorladı. Özellikle eğitim alanındaki dijitalleşmede kalite standartları ve süreçlerinin ele alınması gerekiyor. Hibrid eğitim modellerinin kalıcı ve yaygın hale gelmesi bekleniyor. Akademi sanayi işbirliğiyle birlikte, öncelikli sektörler ve kritik teknolojiler gözetilerek kurulacak araştırma altyapıları ve mükemmeliyet merkezleri önem kazanacak.

Kanatlı eti sektöründe yeni pazarlar



Türkiye'de 2021 Mart ayında bir önceki yılın aynı ayına göre tavuk eti üretimi yüzde 2,8 artışla 196 bin 963 ton oldu. 2021 Ocak-Mart döneminde ise bir önceki yılın aynı dönemine oranla tavuk eti üretimi yüzde 3,5 azalarak, 528 bin 968 ton oldu. Hindi Eti üretimi 2021 Mart ayında yüzde 27.5 azalarak, 3 bin 688 ton oldu. Ocak-Mart dönemine ait hindi eti üretimi ise yüzde 24.3 azalışla, 10 bin 615 tona geriledi.

Yıllık cirosu yaklaşık 5,5 milyar dolar olan, 94 ülkeye ihracat gerçekleştiren Türkiye kanatlı et sektörü, dolaylı olarak 3 milyon kişinin geçimine katkı sağlıyor. Sektör 2020 yılında 2,2 milyon ton üretim gerçekleştirdi. Bu rakamın 540 bin tonu ihraç edildi. Türkiye piliç eti üretiminde dünyada 10'uncu, ihracatta ise 7'inci sırada yer alıyor. 94 ülkeye ihracat yapan kanatlı eti sektörü Japonya'dan sonra Çin Halk Cumhuriyeti'ne geçtiğimiz yıl ilk ihracatı gerçekleştirdi. Çin kanatlı ürünlerde yıllık ortalama 2 milyar dolarla dünyanın en büyük dördüncü ithalatçısı konumunda.



Lojistikte toparlanma yılı

Pandeminin başlangıcındaki kaostan etkilenen lojistik sektörü, teknolojik altyapı yatırımları ve online kanallarda yoğunlaşan müşteri talebi desteğiyle krizi yönetti. Tedarikçi ağı ile global mal ve ürün akışında yaşanacak eksen kaymasının başta ihracat olmak üzere, tüm sektörlere artı değer katacağı öngörülüyor. Uluslararası karayolu taşımacılığında kota ve vize sorunları, Gümrük Birliği Anlaşması'nın yenilenmesi, transit taşımacılığın problemlerinin üzerinde durulması, mevzuat değişikliği isteyen alanlar olarak sektörün gündeminde. Taşıma modlarının tamamı ile evrak ve bilgi alışverişinin dijitalleştirilmesi de sektör açısından zorunlu hale geldi. 2021'in lojistik sektörü için toparlanma yılı olması bekleniyor. Lojistik Güven Endeksi, Ocak-Mart 2021 döneminde, bir önceki döneme göre yüzde 12 arttı ve 124,74 puanla, ölçülmeye başladığından bu yana en yüksek artışı gösterdi. Sektörün güncel durumunu gösteren Mevcut Durum Endeksi 116,06 puana, Gelecek Dönem Beklenti Endeksi de 129.08 puana ulaştı.

Depolama, gümrükleme, sigortalama, talep ve stok yönetimi, destekleyici ve tamamlayıcı hizmetleri de içeren lojistik sektöründe, dijital tabanlı uçtan uca entegre hizmet, intermodal taşıma modları, mikro dağıtım faaliyetleri, insansız depolar ve sürücüsüz araçlar yeni dönemin bazı başlıkları olacak.

AXA Sigorta ekonomik, toplumsal ve ekolojik sürdürülebilirlik politikasının yanı sıra ‘Sigorta 4.0’ vizyonu ile fark yaratıyor

Ekonomik sürdürülebilirlikle yetinmeyen AXA Sigorta, spor, çevre ve eğitim gibi alanlardaki toplumsal kazanımlar için de inisiyatif alıyor. Sigorta 4.0 vizyonuyla yapay zekâ, makine öğrenmesi, büyük veri, veri analitiği ve mobil teknolojileri işine entegre eden AXA Sigorta, müşterilerine yeni çözümler üretiyor.

TÜM dünyada sigorta sektörüne liderlik eden ve 57 ülkede 108 milyon müşteriye hizmet veren AXA Grubu’nun bir parçası olan AXA Sigorta, iki yüzyıla yayılan hikayesi içerisinde 128 yıldır Türkiye’de sigortacılık çözümleri sunuyor.

Türkiye’de sigortacılık sektörünün temellerinin atılmasına ve gelişmesine katkıda bulunan AXA Sigorta, bu misyonunu yenilikçi ve sürdürülebilir sigortacılık anlayışıyla devam ettiriyor. İnsanı merkeze alan müşteri odaklı yaklaşım, inovasyona öncülük ve iklim değişikliğinden spora uzanan geniş sosyal sorumluluk çalışmalarıyla kesintisiz değer yarattıklarını belirten AXA Sigorta CEO’su Yavuz Ölken, sorularımızı yanıtladı.

■ *Şirketinizin sigortacılık anlayışından, sunduğu ürün ve çözümlerden söz eder misiniz?*

İnsanlığın gelişmesi adına insanlar için değerli olanı koruyarak, var gücümüzle faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Bizim için sigorta yalnızca ticari bir üründen ibaret değil. İnsanlık için ortak bir amaç doğrultusunda çalışıyor; sigortacılığı ülkenin iktisadi kalkınması ve sosyo-ekonomik durumu fark etmeksizin herkesi hayatta karşılaşabileceği olağan risklere karşı koruyarak refah yaratan bir araç olarak görüyoruz. Ürün ve hizmetlerimizle insanlar için zarar anında ödeme yapan bir kurum değil aksine insanların her zaman güvenebilecekleri bir çözüm ortağı olmayı hedefliyoruz. Sigorta yaptırmak yalnızca can ve mal varlıklarını değil aynı zamanda insanların sevdiklerini, hayallerini ve geleceklerini de olası risklere karşı koruma altına almak anlamına geliyor. Bu bütüncül ve insani bakış açısı AXA Sigorta’nın değer yaratan hizmet ve girişimlerinin sırrı.

AXA Sigorta’da müşterilerimiz araç, konut, sağlık, ticari ve kurumsal sigorta çözümlerinden hayat ve emeklilik ürünlerine uzanan geniş bir yelpazeyle karşılaşıyor. Tüm ürünler farklı ihtiyaçlar ve farklı fiyat beklentilerine göre şekillendiriliyor. Böylece toplumun tüm kesimlerinin sigorta güvencesinden faydalanabilmesine katkı sağlanıyor.



Yavuz Ölken, AXA Sigorta CEO’su

Sigortacılık 4.0 vizyonu

■ *AXA Sigorta’nın inovasyon yaklaşımı ve dijitalleşme çalışmalarını aktarır mısınız?*

AXA Sigorta müşteri odaklı yaklaşımının yanı sıra inovasyon öncülüğüyle de değer yaratan bir kurum. Yapay zekâ, makine öğrenmesi, büyük veri, veri analitiği, mobil teknolojiler gibi kavramları işine entegre ediyor. Bundan 3 yıl önce Sigorta 4.0 vizyonumuzu ortaya koyduk. Bu doğrultuda teknolojiyi bir amaç değil araç haline getirerek, acente, çalışan, müşteri ve süreç olmak üzere dört farklı alanda ihtiyaçlara cevap verecek, zamanın ruhuyla uyumlu değişimi sunmasına imkân yaratacak geliştirmelere odaklandık.

AXA Sigorta’nın bu yaklaşımı pandemi döneminde hastaneye gitmekten çekinen insanların kesintisiz sağlık hizmeti almaya devam edebilmesi için geliştirilen ‘AXA Doktor Danışma Hattı’ ile sürücü davranışlarını takip ederek güvenli sürüş indirimi sunan Türkiye’nin ilk telematik ve kişiselleştirilmiş kasko ürünü ‘AXA Go’ gibi benzersiz ürünlerle hayat buldu. Titiz, doğru riski seçerek, riske uygun fiyatlama yaparak, fırsatları takip ederek, verimliliğe ve sürdürülebilirliğe odaklanarak müşterilerimiz için fayda yaratan projelere odaklanmayı gelecekte de sürdüreceğiz.

Her alanda sürdürülebilir çaba

■ *AXA Sigorta, pandemiyle önemi daha da iyi anlaşılan iklim krizi ve sürdürülebilir değer yaratma noktasında neler yapıyor?*

AXA Sigorta, işinin merkezine sürdürülebilirliği alarak, ülke için yaratılan ekonomik değerin ötesine geçmek konusunda kesintisiz çaba göstererek, spor, çevre ve eğitim gibi alanlarda toplumsal kazanımlara yatırım yapıyor. AXA Sigorta’nın geçtiğimiz yıl iklim krizine karşı herkesi fiziksel olarak hareketli bir yaşam sürmeye davet ederek hayata geçirdiği ‘Dünya için Hareket Et Projesi’ de bunlardan biri.

İklim değişikliği alanındaki dinamik takviminin yanı sıra şirketimiz güçlü etik değerlerini yansıtan BM Kadının Güçlenmesi Prensipleri gibi uluslararası belgelere imzasını atarak toplumsal cinsiyet eşitliğini savunuyor ve kadının güçlenmesi için projeler yürütüyor. AXA Sigorta’nın kurumsal sosyal sorumluluk odağı spor alanında da aktif. 2018 yılından bu yana Türkiye’ye pek çok uluslararası gurur yaşatan Türkiye Voleybol Federasyonu’nun sponsorluğunu üstleniyoruz. Bu sponsorluğun yanı sıra TVF Lisesi’ne verdiğimiz burs desteği ile voleybolun genç yeteneklerine de katkı sağlamayı hedefliyoruz. AXA Sigorta’nın Cumhuriyet’le yaşıt Altınordu Futbol Kulübü ile de 2018 yılından bu yana devam eden bir değerler ortaklığı bulunuyor.

ICRON CEO'su Gürer Ünal:

KOBİ'lere hiçbir ön yatırım yapmadan tedarik zinciri planlama yeteneği kazandırıyoruz

Hem de sadece bir kaç hafta içinde

ICRON, tedarik zincirlerinin planlamasında ön yatırım gerektirmeyen, kullanım esaslı ödemeye dayalı, dünyadaki ilk tak-çalıştır SaaS ürünü olan ICRON Order Promising'i Nisan 2021'de KOBİ'lerin kullanımına sundu. Havacılık, sağlık ve toplu taşıma çözümleriyle de dikkat çeken ICRON, tedarik zinciri planlama pazarında liderliği hedefliyor.

ICRON, tedarik zinciri yönetiminde tüm organizasyonlarının dijitalizasyonu ve bugünden gelecek nesil tedarik zinciri planlama yazılımları konularında şirketlere daha rekabetçi bir hale gelmeleri için yardımcı oluyor. Bulut üzerinden SaaS ürünlerle bir alt yapı ihtiyacı olmaksızın bu dijitalizasyonu sağlayan ICRON, 26 yıl önce Türkiye'de Türk mühendisleri tarafından kuruldu.

Kurulduğundan beri büyüme trendini sürdüren ICRON, genel merkezini global ihtiyaçlara daha rahat cevap verebilmek için Hollanda'ya taşıdı. Tedarik zinciri planlaması ve optimizasyonu yazılımı konusunda dünyadaki lider şirketlerden biri olan ICRON, global ölçekte 500'den fazla projeye imza attı. ICRON, Türkiye, Avrupa ve Uzakdoğu'daki müşterilerine, talep ve üretim planlaması; ham madde stokları ve tedariği; kapasite ve insan kaynakları yönetimi gibi her türlü problemin çözülmesi, karlılık artışı sağlamak üzere operasyonel altyapı kurma ile iyileştirme konularını kapsayan tedarik zinciri yönetimi hizmeti veriyor.



Gürer Ünal
ICRON CEO'su

ICRON'un Türkiye'den çıkıp dünya devleri ile rekabet eden bir sektör lideri olmasını destekleyen unsurların akademik bilgileri kesintisiz olarak takip etmek ve en yenilikçi mühendislik gelişmelerini ürünlerine uygulaması olduğunu belirten şirketin CEO'su Gürer Ünal, güncel projelerini ve hedeflerini anlattı.

■ ***Tedarik zinciri planlaması konusunda çözüm üreten bir firma olarak mevcut pazar koşullarını nasıl görüyorsunuz ?***

Global belirsizlik ortamında tüketicilerin talepleri her gün daha sofistike bir hal almaktadır. Tedarik zincirlerinin her gün farklı problemlerle test edildiği bir ortamda, tedarik zinciri planlaması açısından değişen koşullarda hızlı ve verimli kararlar verilmesi öncelik kazanmış durumda. Bu, artık bir ihtiyaç olmaktan, sadece plan üretmekten öteye geçip, kurumlar için yaşamsal bir konu haline gelmiştir.

Kurumların mevcut dijitalleşme ve ERP yatırımları ile yapılanları kayıt al-

tına alma gayreti verinin oluşturulabilmesi için çok önemliydi. Bu sayede geçmişi raporlama ve değerlendirme fırsatı ortaya çıktı. Kurumlar, bunun için büyük kaynaklar ayırdı. Bugün gelinen noktada oluşan bu büyük verinin nasıl fayda sağlayacağını bulma gayreti söz konusu.

Şirketlere tüm paydaşlarını kapsayan bütüncül çözümler sunuyor

■ *ICRON bu bahsettiğiniz global belirsizlik ortamında nasıl bir fayda sağlıyor?*

ERP ve dijitalleşme yatırımlarının gerçek geri dönüşü, bahsettiğimiz veri havuzunun ve dijital ortamda akan güncel verilerin rekabet avantajına dönüştürülmesi ile mümkündür. ICRON bu konuda dünyanın lideri olmayı hedeflemiş bir teknoloji firmasıdır.

Sürdürülebilir başarıların altında yatan en önemli unsurun eyleme dönüşen kararların başarısı olduğunu düşünüyoruz. ICRON, dijital veriyi doğru zamanda ve doğru içerikle kullanıyor ve şirketin organizasyonel ve operasyonel koşullarına uygun karar süreçleri tanımlıyor. Doğru karar sadece veri ve organizasyonla sağlanamaz; altta yatan matematiksel problemleri de çözebilmek lazım. ICRON zengin bir matematiksel problem tanımlama ve çözme yetenek kümesine sahip. Optimizasyon teknikleri, makina öğrenmesi, istatistik yöntemler, karar sürecinin ihtiyaç duyduğu detayda kullanılıyor. Bu sayede kurumlara düzenli ve sürdürülebilir doğru, optimum karar verme yeteneğini kazandırıyoruz.

■ *Bu oldukça iddialı bir söylem. Bunu nasıl sağlıyor ICRON?*

Her ne kadar Gartner tarafından teknolojik üstünlüğümüz dikkate alınıyor olsa da,bu söyleşide teknolojik detaylara girmek istemiyorum. ICRON geliştirdiği teknoloji ile dijital bilgi üzerinde ileri analitik ve optimizasyon yöntemlerinden yararlanarak karar verme süreçlerinde kullanılan sofistike optimum hesaplamaları oluşturur. Bu optimum hesaplamalar işletmelerin karar verme süreçleri için tek başına yeterli değildir. Bu hesaplamaların, organizasyon içinde ilgili paydaşlar ile işbirlikçi bir yapı üzerinde buluşturulması gerekmektedir. ICRON bütünleşik platformu, sofistike hesaplamaların yanı sıra bu işbirlikçi ortamı sağlamaktadır: Veri, dijital bilgiye dönüştükten sonra optimum hesaplamalara, optimum hesaplamalardan da ilgili paydaşların katkılarıyla optimum kararlara dönüşür.

Pazar lideri olacak

■ *Gelecekte ICRON u nerede göreceğiz?*

Şu anda Amsterdam, İstanbul, Singapur ve Kuala Lumpur ofislerimizle Avrupa ve Asya-Pasifik bölgelerinde etkin bir oyuncuyuz. Global üretim şirketlerinin tedarik zinciri planlaması konusunda tercih ettiği bir çözüm ICRON. Tedarik Zinciri Planlama pazarının geçmişte ERP yazılımlarının trendini yakalayacağını düşünüyoruz. ICRON da bu hızlı gelişen pazarın lideri olacaktır. Diğer taraftan geleneksel havacılık yazılım çözümlerinin günümüz ihtiyaçlarına cevap vermiyor olması havacılık sektöründe de bizi ön sıralara taşıyacaktır.

ICRON, 1995'ten beri alanında en yenilikçi ürünleri geliştirmek için yatırım yapan, akademisyen ve sektörel danışmanlardan oluşan 100 kişilik kadroya sahip bir teknoloji firması. En büyük varlığımız teknolojik birikimimiz ve bunu oluşturan vizyoner ekibimiz.

KOBİ'ler için 'tak-çalıştır' tedarik çözümü

■ *Orta ve küçük ölçekli işletmeler nasıl ulaşabiliyor bu yeteneğe ?*

2021'in süprizi bu. Nisan ayında dünyadaki ilk tak-çalıştır (Plug&Play) SaaS Tedarik Zinciri Planlama ürününü piyasaya sunduk. Gözlemlerimize göre, KOBİ'lerin tüm malzeme, iş gücü, tedarik ve üretim kapasite kısıtlarını göz önüne alarak siparişlerini yönetebilmeleri öncelikli konuları. Belirsizlik ortamında tedarikten teslime kadar tüm süreci kontrol altında tutarak, müşteri siparişlerine hızlı ve doğru teslim tarihlerini verebilmeleri. ICRON Order Promising ürünümüz, tüm sofistike hesaplama tekniklerini kullanarak optimize edilmiş sipariş teslim tarihi kararlarını üretmektedir.

Kendi alanındaki ilk tak-çalıştır SaaS ürünü olan ICRON Order Promising, KOBİ'lere hiçbir donanım veya yazılım ön yatırımı yapmadan kullanım esaslı ödemeyle bu sofistike servise ulaşmalarını sağlıyor. Verini yükle, ve anında kullanmaya ve faydalanmaya başla, önerdiğimiz bu.

Havacılık, sağlık ve toplu taşımada ICRON çözümleri

■ *Üretim sektöründe Tedarik Zinciri Planlama çözümleriniz etkileyici, bunun dışında çözüm ürettiğiniz başka sektörler var mı ?*

ICRON platformu; veri kaynaklarına kolay erişim, çok sayıdaki karar vericinin tek sistem üstünden ortak çalışabilmesi,değişik içerikteki matematiksel problemlerin hızlı ve doğru olarak çözülebilmesi gibi karar süreçlerinin en iyi şekilde yönetilebilmesi adına gerek duyulan her türlü teknolojiye sahip. Dolayısıyla ICRON platformu çok sayıda karar vericinin olduğu, hızlı ve (matematiksel olarak) en iyi kararlar verilmesinin sosyal ve ekonomik olarak önemli olduğu her türlü sektörde başarılı sonuçlar veriyor.

ICRON üretim sektörüne ek olarak, havacılık ve servis (özellikle sağlık) sektörlerinde de başarılı ürünlere sahip.

Havacılık sektörü için geliştirdiğimiz motor ve uçak bakımı planlama, yer hizmetleri planlama ve kargo yönetim sürecinin planlanmasına yönelik ürünler THY, Pegasus, Singapour Airlines, Hong Kong Air Cargo Terminal'i tarafından kullanılmaktadır. Havacılık sektöründe iki yeni açılım yapmaktayız. 2021 son çeyreğinde Amerika pazarında yapılanmamızı tamamlamayı hedefliyoruz. Bir diğer önemli gelişme de havacılık sektöründe lider firmalarla ortak ürünler geliştirmek için kuracağımız ortaklıklar. Yakın bir zamanda bunların sonuçlarını da sizlerle paylaşma şansımız olacak.

Sağlık alanında, özellikle Avrupa'da evde ve yerinde bakım hizmetleri sektöründe güçlü bir noktadayız. Halihazırda ICRON müşterisi olan evde ve yerinde bakım şirketleri tahminimizden büyük bir pazarı da bize getiriyor.

Toplu taşıma bizim büyük değişim yaşayacağına inandığımız bir diğer sektör. CloudYourBus, elektrikli otobüslerin yönetilmesi daha karmaşık olan operasyonel kısıtlarını göz önüne alarak sefer ve bakım planlamasının yapılması için geliştirilmiş bir ürün. Şu anda Hollanda'da kullanıma alınabilmesi için ürün üzerinde test aşamasındayız. Yatırım maliyetinin ve işletme kompleksitesinin yüksek olması ICRON çözümünün değerini de artırmaktadır.

İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji bilim, inovasyon ve çevre duyarlılığı ile geleceğe köprü olacak

İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji, 250 yıla yaklaşan köklü eğitim, bilim ve teknoloji geleneğine sahip İTÜ ayrıcalıklarını, anaokulundan liseye her yaşta öğrenciyle buluşturuyor. 2002 yılında eğitim sektörüne katılan İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji, kısa zamanda alanında öncü bir konuma geldi. Merak etmekten ve sorgulamaktan vazgeçmeyen; gelecek için inovasyon, çevre ve bilim duyarlılığına sahip çocuklar yetiştirmeyi amaçladıklarını söyleyen İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji Kurucu Temsilcisi Serhat Özeren, "Eğitimi tamamlayan unsurlarımız daha da zenginleşiyor. Çevre ve bilim duyarlılığını, hem akademik hem sosyal içeriklerle besliyoruz. Teknolojik gelişmeleri, eğitimimiz içinde, çocuklarımızla buluşturuyoruz." diye konuştu. İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji olarak, yarına köprü olma sorumluluğundan uzaklaşmayacaklarını belirten Serhat Özeren, sorularımızı yanıtladı.

■ ***İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji, eğitimde değer yaratma süreçlerinde hangi özellikleriyle ayrışıyor? Bunun pandemi dönemindeki sonuçlarını aktarır mısınız?***

İTÜ ETA Vakfı, mezunları, kuruluşları, iştirakleri gibi, büyük İTÜ ailesinin bir değeridir. Çocuklarımız, bu ailenin parçası olduklarını hissedecekleri organizasyonlar yaşadılar, yaşayacaklar. TÜBİTAK projelerine hazırlık yaparken İTÜ hocalarının kılavuzluğundan yararlandılar. Akademisyen buluşmalarında, bilimi Celal Şengör'den, iklim değişikliğini Mikdat Kadıoğlu'ndan, Mars'taki çalışmaların Salda Gölü ile ilgisini Nurgül Çelik Balcı'dan dinlediler. Alanlarında dünyaca ünlü, saygın profesörler, birikimlerini çocuklarımıza açtılar. Çünkü bu bir gelenektir. Osmanlı dönemindeki kuruluşundan bu yana, ülkenin altyapısı ve sosyokültürel gelişiminde mutlaka İTÜ'lülerin imzası vardır; ülkenin her alanına dokunmuştur. Bu nedenle, "İTÜ demek Türkiye demektir" sözünün karşılığı vardır.

Uzaktan eğitim, pandeminin zorunlu sonuçlarından biri olarak bütün dünyada uygulanır oldu. Ne İngiltere ne Amerika, ne Fransa... Hiçbiri Türkiye kadar başarılı olamadı. Uzaktan eğitim olanakları yetersiz kaldı, okulları kapatıp eğitime ara vermek zorunda kaldılar. "Geçen yıl, pandeminin başında hazırlıksız yakalandılar, o yüzden başaramadılar" da diyemeyiz. Çünkü 2020-2021 eğitim-öğretim yılı da birçok ülkede kesintilerle devam etti. Öncelikle teknoloji altyapısı buna yeterli olmalıydı. İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji olarak, batıdaki pek çok ülkeden, internet erişimi konusunda iyi durumdayız. Eşdeğer önemdeki diğer başlık da, "eğitim materyallerinin dijitalleşmesi" gerekliliğidir. Biz, içerik olarak, dijital dönüşümde, ülkemizin en hazırlıklı, en öncü kuruluşu olmanın avantajını çocuklarımıza sunduk.

Lisede, bize özgü t-MBA modeli, 14. yılını geride bıraktı. Dev şirketlerin yöneticileri, patronları, çocuklarımızla buluşuyor, deneyimlerini aktarıyor ve sorularını yanıtlayarak fikirlerine yön veriyor. Pandemi çocukları uzaktan eğitimde tutarken, laboratuvarları da okuldan çıkardık. VRLab uygulaması ile, fen bilgisi, fizik, kimya, biyoloji deneylerini evlerinde, online olarak yapmalarını sağladık. 180 farklı deneyi, 420 bin kez yaptılar. Sanal gerçeklik, yapay zeka, bu olanakları sundu. Üstelik her bir deneyin çıktısını aldılar. Kodlama ve robotik derslerinde geleceğin liderleri yetişiyor. Akademik alandaki başarılar, akademik kadromuz, sanatsal, sportif ve sosyal faaliyetler, kendi eğitim materyallerimiz, tercih edil-

Bilim ve çevre duyarlılığını, akademik, inovatif ve sosyal içeriklerle besleyen İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji, teknolojik gelişmelerle uyumlu altyapısıyla Endüstri 4.0 yaklaşımını eğitim süreçlerine adapte ediyor.



Serhat Özeren, İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji Kurucu Temsilcisi



me sebeplerimizin başındadır.

Teknolojik ve akademik altyapıda güçlü pozisyon

■ *İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji'nin dijital dönüşüm çalışmalarından, bunun öğrenci öğretmen ve veliler açısından yansımalarından bahseder misiniz?*

Dijital dönüşümdeki öncü kimliğimiz peş peşe ödüllerle tescillendi. "Doğa'm Evimde" online eğitim programımız iki ödül birden aldı: CXO Medya CIO Update Dergisi, Yılın CIO Ödülü ile, Doğa'm Evimde eğitim programımız nedeniyle CIO'muz Hakan İnanır'ı ödüllendirdi. Bilişim ve Eğitim Teknolojileri Direktörümüz ödül alırken, peşi sıra IDC ödülü geldi. Bilgi teknolojisi, telekomünikasyon ve tüketici teknolojisi için pazar bilgisi, danışmanlık hizmetleri ve etkinliklerin önde gelen küresel sağlayıcısı, 110'dan fazla ülkede teknoloji ve uzmanlık sunan, dünyanın en büyük uluslararası veri analiz şirketlerinden IDC tarafından organize edilen IDC CIO Ödülleri 2021, yine "Doğa'm Evimde" platformumuzu zirveye taşıdı. IDC CIO Ödülleri 2021, "Future of Work – Borderless Organization (İşin Geleceği- Sınır Tanımayan Organizasyonlar)" kategorisinde, "Best Borderless Organization of The Year (Yılın En İyi Sınır Tanımayan Organizasyonu)" ödüllendirildiğimiz alan oldu. Dahası, tüm kategorilerde ödüllendirilen tek eğitim kurumu olduk, hem de 154 seçkin bağımsız jüri üyesinin oylarıyla. Vizyon ve anlayışımız, tam da bu ödül kategorisi ile örtüşüyor.

Akademik kadromuz ve teknolojik altyapımız çok güçlü. Uygulamada, birinci görev de öğretmenlerimizin. 5 bini aşkın eğitimcimiz, pandemi sürecinde öncü kuvvetler gibiydi. Yüz yüze eğitim sürecinden kat kat fazla yoruldular. Çocuklarımız mağdur olmasın diye çabalarken, içerik olağanüstü zenginleşti, yetkinlikleri arttı ve tümü eğitime yansıdı. Sosyal ve sportif faaliyetlerin, akademik gelişimin parçası olduğu idrakiyle organizasyonlar, seminerler, konferanslar düzenledik. Veli eğitimleri de yaptık, müzik dinletileri de. Düzenlediğimiz satranç turnuvasına, 3 binden fazla veli, çocuklarıyla birlikte katıldı. Bu anlayış, pandemi sonrasında da korunacak. Her bir adım özenle atılıyor. Mesela, çocuklarımıza önerilecek kitaplar için gönüllü öğretmenler oluşuyor ve yüzlerce, binlerce kitap okunuyor. Mesela bu yıl, 8 kitap belirlemek için 4 bini aşkın kitap okundu. Özverili sağlık çalışanları için hissettiklerimiz, başta öğretmenlerimiz, tüm eğitim personelimiz için de geçerlidir.

Eğitimde yarını kurma bilinci

■ *İçinde bulunduğumuz belirsizlik ve değişim sürecinde eğitimde değer yaratma adına İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji'nin yol haritası nasıl?*



Stephen Hawking, Zamanın Kısa Tarihi eserinin girişinde, çocukların büyüklere tuhaf gelen bazı sorularını örnekler. "Neden geleceği değil de geçmişi anımsıyoruz" gibi sorular... Ardından, bilim ve felsefenin çoğunlukla bu tür sorgulamalar ile geliştiğini anlatır. Vizyonumuz, böyle sorgulamalardan vazgeçmeyen ve gelecek için inovasyon, çevre, bilim duyarlılığına sahip çocuklar yetiştirmektir. Eğitimi tamamlayan unsurlarımız daha da zenginleşiyor. Çevre ve bilim duyarlılığını, hem akademik hem sosyal içeriklerle besliyoruz. Teknolojik gelişmeleri, eğitimimiz içinde, çocuklarımızla buluşturuyoruz. Bu anlayış ve vizyon, 248. yılını yaşayan İTÜ kültüründen destek alarak güçleniyor. Çocuklarımız, ülkesine faydalı, geleneklerini koruyarak, bilimin ışığında gelişerek bizim değil, kendi yarınlarını kuracak. Bu bilinç, ülkemizin aynı zamanda dünyanın yarınını kuracak bilinçtir. İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji olarak, yarına köprü olma sorumluluğumuzdan uzaklaşmayacağız.

Netpak dijitalleşme, inovasyon ve yeni pazarlarla güçlü konumunu daha da ileri taşıyacak

Netpak, Ar-Ge faaliyetleri, inovasyon gücü, Ultrapak'tan aldığı makine ve teknoloji desteğiyle yeniden kullanılabilir alışveriş torbaları pazarında dünyadaki 5 büyük oyuncudan biri. Yeniden kullanabilir çanta sektörüne teknolojik olarak yön veren Netpak, tamamlanma aşamasındaki dijitalleşme çalışmaları ve yeni pazarlarla daha da büyüyecek.

AMBALAJ sektöründe 40 yılı geride bırakan Netpak, 2000'li yılların başlarında dünyadaki eğilimleri takip ederek, tek kullanımlık veya geri dönüşümsüz ürünlere alternatif arayışına geçti ve 2005 yılında doğa dostu ambalaj üretimine başladı. Ultrasonik kaynak ile nonwoven kumaşı otomasyon üretim hatlarına taşıyan Netpak, yüzde 100 geri dönüşümlü ve tekrar kullanıma uygun nonwoven teknik kumaşın ambalaj sektöründe yer bulmasını sağladı.

"Sanayi üzerindeki küresel ekonomik etki yaratan ilk otomasyon üretimden bugüne hedefimiz bu yeniliği devam ettirmek ve kullanım alanını genişletmek olmuştur." diye konuşan Netpak Yönetim Kurulu Üyesi Özgür Avcı, bu hedef doğrultusunda, başlattıkları Ar-Ge çalışmalarıyla, şu anda 52 adet patent ve faydalı model sahibi olduklarını, bu inovatif sürecin hızlanarak devam ettiğini belirtti.

Netpak'ın çevre dostu ürünleri üretmek için kullanılan teknolojileri ve makinaları kendi bünyesinde üretip ve geliştirerek fark yarattığına dikkat çeken Özgür Avcı, "Netpak 2017 yılında kurduğu teknoloji firması Ultrapak ile ulusal ve uluslararası pazarlarda teknoloji üretmeye başlamıştır." bilgisini aktararak, sorularımızı yanıtladı.

■ *Netpak 'ın ürün portföyünü ve sektörel konumunu anlatır mısınız?*

Netpak, Polipropilen (PP) hammadde ile Nonwoven ve Woven kumaşlarından otomasyon ile üretilen taşıma çantaları konusunda uzmanlaşmıştır. Perakende, gıda hizmetleri, hazır giyim sektörü ve hayatın hareket halinde olduğu her yerde ürünlerimiz kullanılmaktadır. Bugün çantalarımız dünyada 40 ülkenin çevre dostu marketlerinde, mağazalarında hayata ve ülkemize değer katmaktadır. Ülkemiz plastik sektöründe Avrupa'nın ikinci büyük üreticisi konumundadır. Bu konumun ilerisinde daha katma değerli pazarın taşıma çantalarında yakalanması için gerekli temel şart teknolojinin bizim tarafımızdan oluşturulması ve pazara sunulmasıdır. Tüm dünyada elle dikiş yöntemiyle uzak doğuda üretilen alışveriş çantaları yaygınlaşmış ve ülkemiz bu pazardan yeterince pay almamaktadır. Netpak, teknoloji odaklı yatırımları sonucunda, dünyanın otomasyon sistemli taşıma çantası üreten firmalarına yön vermiş ve bu konuda dünyanın en büyüklerinden olmayı başarmıştır. Türkiye'nin genel ihracat kilogram değeri 1,37 $, ambalaj sektörü ortalama ihracat kilogram değeri yaklaşık 2 $ iken; katma değerli ürünlerimizle ortalama ihracat değerimiz 3,5 $ düzeyinde gerçekleşmektedir. Geri dönüşümlü çanta sektöründe, ülkemizin dünya lideri olması için tüm teknik ve pazarlama altyapımızla bu değeri ülkemize kazandırmak gayretindeyiz.



İstanbul Sanayi Odası (İSO) Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçıvan, Netpak Yönetim Kurulu Üyesi Özgür Avcı, Çevre ve Şehircilik Bakanı Murat Kurum

İnovatif ürünleri ile ödülleri topluyor

■ *Netpak için Ar-Ge ve inovasyonun öneminden, yeni ürün ve projelerden bahseder misiniz?*

Varoluş gayelerimizin odağında inovasyonu konumlandırmış bir firma olarak, anlatmaktan en keyif aldığımız konu geliştirdiğimiz teknolojiler ile üretilen ürünlerin artık hayatımızda yer bulmuş olması. Sektörde ciddi bir deneyime sahip olmanın verdiği alt yapı ile sektörün isteklerine cevap verebilecek ürünleri Ar-Ge gücümüz ile doğru maliyette sunabilecek kabiliyetteyiz. Tüm dünyada tek kullanımlık ürünlerin kullanımını azaltma çalışmaları yapılırken; yeni geliştirdiğimiz tekrar kullanılabilen ve karbon ayak izi oranını düşüren ürünümüz 'Pratik Market Torbası', 2018 yılında sırasıyla Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) tarafından verilen 'Ambalaj Ayyıldızları', Asian Packaging Federation (APF) tarafından verilen 'Asia Star' ve World Packaging Organization (WPO) tarafından verilen World Star ödüllerine layık görülmüştür. Firmamızın aldığı 40 üzerinde ödülü bulunuyor.

Farklı coğrafyalar ve yeni ürünlerle pazarını genişletecek

■ *Netpak'ın ulusal ve global düzeyde 2021 yılı hedefleri nasıl?*

Yeniden kullanılabilir alışveriş torbaları pazarında 2021-2027 tahmin döneminde kayda değer büyüme beklenmektedir. Bireylerin bu sektöre olan ilgisinin artması, bu pazarın gelişmesinin en büyük nedenidir. Bu pazarın en önemli oyuncularından görülen Netpak, dünyada birden çok bağımsız araştırma kuruluşu tarafından, piyasadaki yaklaşan teknolojiler, Ar-Ge faaliyetleri ve ürün lansmanları kapsamında inovasyon gücü ile öncelikli değerlendirmeye alınmıştır. Bu değerlendirmeler çerçevesinde yükselen pazarda; stratejilerimiz, coğrafi



ULTRAPAK
ECO-FRIENDLY TECHNOLOGY

ve iş segmentindeki derinlemesine birikimimiz birleşince küresel ölçekte anılan ilk beş firmadan biriyiz. Büyük ve büyüyecek diye tahmin edilen diğer dört firmaya da teknolojik olarak yön veren durumundayız.

Yeni gelişen bu sektöre güçlü alt yapımızın farkında olarak yükselen pazarlara yeni ürünler, kullanılmayan coğrafyalarda pazar genişletme çalışmalarımıza ağırlık vereceğiz. Küresel maliyet analizinde önemli teknolojik gücümüzün desteği ile üretim giderleri, işçilik ve hammadde maliyetlerini optimize ederek pazarımıza yoğunlaşacağız. Bugün Doğu Timor'dan, pazar lideri olduğumuz İsveç'e, Laponya'dan kıta Amerika'ya ulaşan ihracat ağımızı genişletmek, Türkiye'ye kazandıracağımız en büyük değer olacak. Tedarik zinciri, alt alıcılar ve kaynak bulma stratejilerimizi, genişlettiğimiz ihracat departmanımız ile derinlemesine yeniden inceleyerek hedef müşteri, marka stratejisi gibi faktörleri satış kanalımızda daha etkin kullanarak pazar konumumuzu sağlamlaştıracağız.

Dijital ve sürdürülebilir pazar koşullarına hazır

■ *Netpak'ın sürdürülebilir değer yaratma ve dijitalleşme çalışmaları hakkında bilgi verir misiniz?*

İçinde bulunduğumuz süreç, çevre konusunda insanoğlunun ayrıntılı analitik bir bakış kazanmasını sağladı. Sektör, ihtiyaçlarını tekrar belirleyerek, sorunlu alanları keşfedip, bunun sonucunda stratejik ambalajlarında değişikliklere başladı. Çevre



dostu yaklaşım bizim gibi sürdürülebilir değer yaratanlar için itici güç olacak. Eğilimleri dünyamız için fırsata çevirmeliyiz. Pazarın değişmesine neden olacak trendler, pazarlama stratejilerini ve sektör analizlerinin, esnek bir yapıda değerlendirmesini gerektirecek. İşte bu noktada sahadan üretime, izlenebilir teslimattan müşteri geri dönüşlerine kadar süreci dijital yönetecek alt yapımıza uzun süredir yatırım yapmaktayız. Endüstri 4.0 süreçlerini üretimimizde yakalamaya çok yakınız. Kaynak planlama programımızı bitirmiş, tam döngü kullanımını için veri bağlama çalışmalarına devam etmekteyiz. Yazılımsal alt yapımız bittiğinde küresel konumumuzu güçlendirecek, fiziksel coğrafyanın bizim için önemini kaybettiği üretim tesislerini konuşacağız. Dünya liderleri 2015 yılında, 2030'a kadar üç önemli görevi başarmak için 17 küresel amaç üzerinde uzlaştı. Aşırı yoksulluğu sona erdirmek, eşitsizlik ve adaletsizlik ile mücadele ve bütün bunları kapsayan sürdürülebilir kalkınma için iklim değişikliğini düzeltme… Bu süreç tamamlanırken tüm insanların hedefleri bilmesi ve üzerine düşen görevi gerçekleştirmesi gerekli. Netpak, üzerine düşen görevde tam 12 hedef için çalışmalarını sürdürmeye devam edecek.

Ultrapak çevre dostu çanta üretiminde inovatif makineler geliştiriyor

■ *Sayın Ali Avcı, Netpak Yönetim Kurulu Başkanı olarak, hem iştirakiniz hem de çözüm ortağınız konumundaki Ultrapak'ı ve çalışmalarını sizden dinleyebilir miyiz?*

Dünya ambalaj sanayi pazarı 670 milyar dolar büyüklüğünde. Sektörde yılda ortalama yüzde 3 büyüme gerçekleşiyor. Pazarın yüzde 41'ini plastik, yüzde 31'ini kağıt-karton, yüzde 15'ini metal, yüzde 7'sini cam ambalaj oluşturuyor. Çevre dostu ürün üretme ve kullanma düzenlemeleri, geri dönüşüm zorunlulukları, ucuz ürün satışı dünyada olduğu gibi ülkemizde de Ar-Ge faaliyetlerinin yaygınlaştırdı. Ambalaj sektörünün yaklaşık 10 kat daha büyümesi bekleniyor. Bu büyümede bütün makinelerin yurt dışından alınıyor olması ve ülkemizde sadece distribütörlük yapan firmaların bulunması döviz kaybına neden oluyor. Ultrapak Makine, 40 yıllık deneyimi ile Türkiye'de sektöründe öncü, dünyada da büyük ve büyüyecek ilk beş firmadan biri olarak gösterilen Netpak'ın kardeş firması. Netpak'ın iştiraklerinden biri olarak 2017 yılında kurulan Ultrapak, Netpak'tan kazanılan şirket felsefesini devamlı gelişim ve yenilik üzerine kurgulayarak faaliyetlerini sürdürüyor.

Ultrapak, geliştirdiği makineler ve geçmiş bilgi birikimleri doğrultusunda, Ar-Ge süreçlerini sistematikleştirmek ve kurumsallaştırmak adına çalışmalar gerçekleştiriyor. Netpak'ın çevre dostu çanta üretim sürecinde teknoloji ve makine desteğiyle yer alan Ultrapak, bu çalışmaları yaparken yerli ve milli teknolojiler geliştirerek Türkiye'nin cari açığını azaltmaya, ihracatını artırmaya, makine ithal eden değil, teknoloji ihraç eden ülke olmasına katkı sağlıyor. Non woven kumaşın ultrasonik kaynak sistemi kullanılarak taşıma çantası üretilmesi hedefi ile yola çıkan Ultrapak, Türkiye'nin ilk yerli nonwoven taşıma çantası kesim makinasını üretti. İhtiyaçlar yönünde bu teknolojiyi geliştiren Ultrapak, Ar-Ge odaklı bir firma olarak inovatif makineler tasarlama ve bunları dünya piyasasına sunma hedefiyle çalışmalarını sürdürüyor.

WPO WORLD PACKAGING ORGANISATION
WORLDSTAR WINNER 2019
2019 Dünya Ambalaj Ödülü

TOBB TÜRKİYE 100
En Hızlı Büyüyen 100 2015-2017

İhracatın Yıldızları 18 İHRACATI TEŞVİK ÖDÜLLERİ
Türkiye İhracatçılar Meclisi En Çevreci Şampiyon 2018

Asia Star 2018/2020
2018 / 2020 Asia Star Ödülü

2015/ 2018 ISO Çevre ve Enerji Ödülü

TET PROJE PAZARI
2019 Akıllı Binalar ve Çevrecilik 3.'lük Ödülü

ambalaj ay yıldızları 2018/2020
2013 / 2018 /2020 Ambalaj Ay Yıldızları Ödülü

VERİMLİLİK PROJE ÖDÜLLERİ
T.C. BİLİM, SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI
2015 Verimlilik Proje Ödülü

TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ
2010-2014 Patent & Faydalı Model Birinciliği Hezarfen Projesi

17 Faydalı Model 35 İncelemeli Patent



Tolga Gündüz, Banvit BRF CEO'su

Pandeminin başından beri yaptığı yatırımlarla üretimini hız kesmeden devam ettiren ve istihdam kısıtlamasına gitmeyen Banvit BRF, yeni ürünlerini tüketicilerle buluşturduğu 2021 yılının özellikle ikinci yarısından umutlu.

Banvit BRF yeni yatırımlar, yeni ürünler ve ihracatla büyümeye devam edecek

BANVİT'İN sektördeki öyküsü 1968'de başladı. 53 Yıllık bu öykü, 2017 yılından itibaren dünyanın önde gelen gıda şirketlerinden biri olan BRF çatısı altında devam ediyor. Bandırma, İzmir ve Elazığ'da faaliyet gösteren üç ana üretim kampüsü bulunan Banvit BRF, yurt geneline dağılmış 18 şube ve 51 bayiden oluşan bir satış ağına sahip. Şirketin bu dağıtım ağında 800 kadar frigorifik araç görev yapıyor. Türkiye çapında günde yaklaşık 100 bin kilometre yol katedederek, sevkiyatlarını gerçekleştiren Banvit BRF'nin 45 binin üzerinde aktif müşterisi mevcut. Tüketici araştırmalarını ve dünya gıda sektöründeki trendleri yakından izlediklerini, sahadaki satış ekipleriyle hedef pazarlarla iletişimi sürekli kıldıklarını belirten Banvit BRF CEO'su Tolga Gündüz, sorularımızı yanıtladı.

■ *Banvit'in sürdürülebilir ekonomik değer yaratma noktasındaki kısa-orta ve uzun vadeli hedefleri nasıl şekilleniyor?*

Türkiye'nin önde gelen beyaz et üreticilerinden biri olarak üretim süreçlerimizi sürdürülebilirlik perspektifinde optimize ediyoruz. Bandırma'daki atık su geri kazanım tesisislerimiz ile yıllık olarak arıttığımız suyun ortalama yüzde 34'ünü içme suyu kalitesinde geri kazanabiliyoruz. Bu sayede, ortalama 20 bin nüfuslu bir ilçenin yıllık su ihtiyacını karşılayacak düzeyde su tasarrufu yapabiliyoruz. 2021'de tüm tesislerimizdeki su kullanımımızı, bir önceki yıla oranla yüzde 3 azaltmayı hedefliyoruz. 2025'e kadar da bu oranı yüzde 13'e ulaştırmayı planlıyoruz. Çocuklarımıza bırakacağımız en değerli mirasımız olan yaşanabilir bir dünya için bugün olduğu gibi bundan sonra da Banvit BRF olarak çalışmalarımıza ara vermeden devam edeceğiz

Gıda güvenliği ve tedariğinde duyarlı yaklaşım

■ *Tarım ve hayvancılıkta yaşanan sorunlar, salgında önemi bir kez daha anlaşılan güvenli ve ulaşılabilir gıda noktasında şirketinizin yaklaşımı nasıl?*

Gıda güvenliği her zaman en önemli önceliğimiz oldu. Tarım ve Orman Bakanlığı'nın düzenli denetimleri zaten gıda güvenliğini garanti altına alıyor. Buna ilave olarak uyguladığımız kalite programları, aldığımız bağımsız sertifikasyonlar ve denetimlerle bu önemli süreci başarı ile yönetiyoruz.

Banvit olarak çalışan sağlığı ve güvenliği de her zaman en öncelikli konumuz. Bu çerçevede global şirketimiz BRF'ten gelen yönlendirmelerle birlikte pandeminin çıktığı ilk günden itibaren gündemimizin en önemli maddesi olarak üzerine hassasiyetle eğildiğimiz bir konu. Global şirketimizin yönlendirmelerinin yanı sıra Sağlık Bakanlığı'mızın ve Dünya Sağlık Örgütü'nün açıkladığı önlemleri eksiksiz bir şekilde alıyor ve uyguluyoruz. Aldığımız tüm önlemleri ilk günkü titizlikle uygulamayı sürdürüyoruz. Banvit olarak, bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da gıda üretimi ve tedariği konusunda ülkemizin en büyük destekçilerinden biri olmayı sürdüreceğiz. Ayrıca bu dönemde tesislerimizdeki uygulamalarımızın TSE tarafında karşılık bulması ve Banvit'in "Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi" alması bizler için bir gurur kaynağı oldu.

İhracatta liderlik pozisyonu

■ *İhracat rakamlarınız hakkında bilgi verir misiniz?*

Bizim en büyük ihracat pazarımız Irak. Ayrıca Arap Yarımadası'ndaki Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Katar, Umman, Yemen de ulaştığımız diğer hedef pazarlarımız. Afrika pazarında ise Libya başta olmak üzere ihracatımız halen sürüyor. 2020 yılını yine yaklaşık 100 Milyon ABD doları tutarında ihracatla kapatmayı başardık. Geçtiğimiz aylarda İstanbul Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği tarafından 2017-2018-2019 yıllarını kapsayan ödül töreninde; beyaz et kategorisinde son üç yılın ihracat 1.'si ve aynı dönemde birlik kapsamındaki tüm sektörler bazında da 1.'lik ödülü aldık.

Faaliyetlerini hız kesmeden sürdürecek

■ *2021 ile ilgili beklentileriniz nasıl?*

Pandemi sürecinde istihdamımızı da, yatırımlarımızı da kısmadık. Türkiye'nin önde gelen beyaz et üreticilerinden biri olmanın verdiği sorumlulukla elimizi taşın altına koyarak üretimimizi düşürmek yerine yeni yatırımlarla üretimlerimize hız kesmeden devam ettik. Global firmamız BRF sayesinde dünyadaki gelişme ve trendleri çok yakından takip edip, analiz edebiliyoruz. Bu da bize almamız gereken önlemler ve izleyeceğimiz strateji anlamında ciddi ön görüler sağlıyor.

2021 yılına da umutla bakıyoruz ve iyimser tavrımızı sürdüreceğiz. Çok yakın zaman önce yeni ürünlerimizi tüketicilerimizle buluşturduk. Hedeflerimiz doğrultusundaki çalışmalarımıza ara vermeden devam ediyoruz. 2021 yılının ikici yarısından itibaren genel olarak yaraların sarılıp, adımların biraz daha sıklaşacağı bir dönem olacağını umuyoruz.

nurus

Ev ofis olduysa ofis rahatlığı Nurus'ta...

Sırt yüksekliği ayarlanabilen Mou çalışma koltuğu ve
katlanabilen Louise çalışma masasının rahatlığını doya doya yaşayın.



Louise&Mou

Nurus D Lab

BIGSEE
PRODUCTDESIGN
AWARD 2020
WINNER

shop.nurus.com

IAS 2021 Yılında Hızlı Büyümesine Devam Ediyor

Türk mühendisler tarafından geliştirilen teknolojiyi tüm dünyaya ihraç eden teknoloji firması IAS, global arenada başarılı ilerleyişini sürdürüyor. Firma 2021 yılının ilk yarısında hem personel hem de ciro açısından yüzde 45'in üzerinde büyüme gerçekleştirdi.

Global arenada Türkiye'yi temsil eden Türk teknoloji firması IAS, çalışmalarını 2021 yılında da başarı ile sürdürüyor. Yılın başlangıcında yeni markası ve logosu ile ürünlerini canias4.0 teknolojileri ana başlığında tanıtan firma, caniasERP, IoT, big data, AI, cloud, iasDB, ve caniasIQ başta olmak üzere pek çok inovasyon ürününü şirketlerin hizmetine sunuyor.

Pandeminin başladığı 2020 yılını, iş hacmini ve satışlarını yüzde 35, ekibini ise yüzde 50 oranında arttırarak tamamlayan teknoloji firması, başarısını 2021 yılının ilk yarısında da arttırarak sürdürmeyi başardı. Firmanın 2021 yılının ilk yarısında büyüme oranı ise yüzde 45 oldu. Türkiye ve dünyanın dört bir yanına tecrübeli ekibi ile teknoloji hizmeti veren IAS, 2021 yılında büyümeye ve operasyonlarını genişletmeye devam edeceğini duyurdu.

Güney Kore'de Büyük Başarı

canias4.0 teknolojileri başlığında bir araya getirdiği caniasERP, IoT, big data, AI, cloud, iasDB, ve caniasIQ gibi teknolojileri ile müşterilerine Endüstri 4.0 yolculuğunda bütünsel çözümler sunan IAS, hem yurt içinde hem de yurt dışında operasyonlarının hacmini hızla büyütüyor. Türkiye, Almanya, Hindistan, İsviçre, Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Birleşik Arap Emirliği (BAE) ve Güney Kore'de bulunan ofislerinin yanı sıra yurtdışındaki iş ortakları ile de tüm dünyada çalışmalarını sürdürüyor.

2021 yılında özellikle Güney Kore'deki projeleri ile adından söz ettiren IAS, burada otomotiv sektörünün dünya devlerinden biri ile başlattığı projede kısa sürede büyük başarı elde etti. Seul'de bulunan ofisinde iş hacmini arttıran firma, bölgedeki çalışmalarını sürdürüyor. Yakın gelecekte Güney Kore ofisindeki istihdamını yüzde 100 oranında artıracağını duyuran firma, aynı zamanda burada bir geliştirme merkezi kurmayı da hedefleri arasında gösterdi.


Yaşar Hakan Karabiber, IAS Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye'de Yeni Ofislerini Açtı

IAS, bir yandan Güney Kore'deki projeleri başarı ile devam ederken öte yandan ABD, Almanya, Hindistan, İsviçre, BAE ve Türkiye'deki çalışmalarına da hız kesmeden devam ediyor. Türkiye'de duyurduğu büyük yeni müşterilerinin yanı sıra İstanbul, Ankara ve İzmir'de bulunan dört ofisine ek Bursa'da da bir ofis açtıklarını duyurdu. Ayrıca firmanın Gaziantep'te de ofis açmak için çalışmalara başladığı biliniyor. Ar-Ge merkezinin de bulunduğu Türkiye'de 2021 yılının ilk yarısında iş hacmini artıran IAS, yüzde 45 oranında büyüdü. IAS Yönetim Kurulu Başkanı Yaşar Hakan Karabiber, Türk sanayisini güçlendirmek adına, büyük ve önemli Türk firmaları ile işbirliklerine imza attıklarını ve bu çalışmaların devam edeceğini belirtti.

IAS Business Academy Büyüyor

IAS bünyesinde hizmet veren eğitim birimi IAS Business Academy (IBA), canias4.0 çatısı altında sunulan teknoloji ürünlerinin yanı sıra katılımcılarına Endüstri 4.0 vizyonu edindirecek pek çok eğitimi de bünyesinde sunuyor. Tecrübeli eğitmen ekibi ile tüm dünyadaki canias4.0 kullanıcılarına ve bunun yanında konuya ilgi duyan herkese Türkçe ve İngilizce eğitimler düzenleyen IBA, şimdi Korece eğitimler vermeye hazırlanıyor. IAS'nin başarılı operasyonlar yürüttüğü Güney Kore'de IBA Korea'yı kuran IBA yetkilileri, buradaki eğitmen sayısını kısa sürede artırarak, Korece eğitimler vermeye de başlayacaklarını duyurdu. IBA, Almanya için ise çalışmalar başlatıldı.

DÜNYA İÇİN HAREKET ET

AXA SİGORTA

Hep beraber daha yaşanılabilir bir Dünya oluşturmak mümkün. Günlük hayatımızda yapacağımız küçük değişiklerle hem kendi sağlığımızı hem de Dünya'mızın sağlığını iyileştirmek çok kolay.

Dünya için Hareket Et 1 yaşında!



AXA FIT

Siz de Dünya için hareket etmek istiyorsanız
AXAFit'i hemen indirin!

AXA SİGORTA

WWF

Aktif Yaşam DERNEĞİ

www.canias40.com

canias4 TECHNOLOGIES



Güçlü ve Güvenli

YENİ ANALİZLERE HAZIR MISINIZ?

Büyük Veri projeleriniz için çözümümüzü inceleyin.

IASDB: Uzmanlığınızı ve büyük boyuttaki verilerinizi güvenli bir şekilde kullanmak için büyük veri ve ERP süreçlerine göre optimize edilmiş, gelişmiş veri tabanı yönetim sistemimizle tanışın.

Sadece birkaç adımda kurulumu kolay, özelleştirilebilir ve kullanıma hazır. iasDB veritabanı son derece verimlidir ve tüm canias4.0 ürünleriyle tam uyumludur. Olası geliştirmeler de kolayca uygulanabilir.

GREEN ECONOMY & PRODUCTION

Yeşil Ekonomi & Üretim

Capital

HAZİRAN 2021

İŞ DÜNYASININ YEŞİL ÜRETİM AJANDASI



FUAT TOSYALI

"GERİ DÖNÜŞÜMDE ÖNCÜYÜZ"



TANKUT TURNAOĞLU

P&G'DEN YEŞİL İŞ VE DOĞA DOSTU ÜRETİM

Schneider Electric: **"Sürdürülebilir bir gelecek için çalışıyoruz"**

arnica™

YENİ

Mint Serisi ile Evinize Şık Dokunuşlar



MUTLU BİR BAŞLANGICA DOĞRU

3 yıl garanti

facebook.com/Arnica.Senur twitter.com/ArnicaEvAletler instagram.com/ArnicaEvAletleri

içindekiler

4 "GERİ DÖNÜŞÜMDE ÖNCÜYÜZ"
8 P&G'DEN YEŞİL İŞ VE DOĞA DOSTU ÜRETİM
14 "DOĞA DOSTU AMBALAJLARA GEÇİYORUZ"
16 "ÇEVRE ODAKLI BÜYÜYECEĞİZ"
22 "İNSAN ODAKLI SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GELECEK İÇİN ÇALIŞIYORUZ"
26 "SÜRDÜRÜLEBİLİR DEĞER YARATACAĞIZ"
30 "YEŞİL İŞE GEÇİŞ DOĞAL SERMAYENİN ÖZÜNÜ OLUŞTURUYOR"
34 VAKIFBANK, ÜST ÜSTE İKİ YIL KARBON NEGATİF KURULUŞ OLDU

Yayıncı
Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş
İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü Sedef Seçkin Büyük (Sorumlu)
Yayın Yönetmeni Ebru Fırat Tayman
Yazı İşleri Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel
Haber Müdürü Nilüfer Gözütok Ünal
Yazı İşleri Müdür Yardımcısı Özlem Aydın Ayvacı
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Editörler Elçin Cirik, Aslı Sözbilir, Ayçe Aksakal, Nil Dumansızoğlu (Muhabir)
Sayfa Yapımcısı Ozan Gürel
Fotoğraflar Gökhan Çelebi, Hüseyin Öngen
Etkinlik ve Proje Direktörü Ali Erman İleri
Marka Müdürü Gökçe Aykaç Mutlu
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen Tel: 0 312 207 00 71
Katkıda bulunanlar Yaman Tetik

capital@capital.com.tr www.doganburda.com

Yönetim
Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kurucu
Üretim ve Planlama Direktörü (Tüzel Kişi Temsilcisi) Yakup Kurtulmuş
Dijital İçerik Direktörü Eren Demir

Kurumsal İletişim Müdürü Funda Demirci Ayan

Reklam
Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokça
Grup Başkan Yardımcısı Seda Erdoğan Dal, Işıl Baysal Turan
Satış Koordinatörü Burcu Acavut, Neyran Çınar, Burcu Kevser Karaçam
Satış Müdürü Maya Yılmaz
Bölgeler Reklam Müdürü Hülya Erdoğan
Tel: 0 212 336 53 72 **Faks:** 0 212 336 53 91
Ankara Reklam Satış Koordinatörü Sezinur Balıkçıoğlu
Hedef Sayfalar Reklam Koordinatörü Aysel Şener
Hedef Sayfalar Tel: 0 212 336 53 70 **Faks:** 0 212 336 53 91
Ankara Reklam Satış Müdürü Beliz Balıbey **Tel:** 0 312 207 00 72 -73
Proje Müdürü Selçuk Ergenç
Teknik Müdür Ayfer Kaygun Buka **Tel:** 0 212 336 53 61 - 62

Rezervasyon
Tel: 0 212 336 53 00-57-59 **Faks:** 0 212 336 53 92-93

Uluslararası Reklam Satış Temsilcilerimiz
ALMANYA: Michael Neuwirth
T +49 89 9250 3629 / michael.neuwirth@burda.com
AVUSTURYA/İSVİÇRE: Christina Bresler
T. +43 1 230 60 3050 / Christina.Bresler@burda.com
FRANSA/LUKSEMBURG/BELÇİKA /HOLLANDA: Marion Badolle-Feick
T. +33 1 72 71 2524 / marion.badolle-feick@burda.com
İNGİLTERE/İRLANDA: Jeannine Soeldner
T. +44 20 3440 5832 / jeannine.soeldner@burda.com
ABD/KANADA/MEKSİKA: Salvatore Zammuto
T. +1 212 884 4824 / salvatore.zammuto@burda.com
YUNANİSTAN/PORTEKİZ /İSPANYA/HİNDİSTAN /ASYA: Jessica Loose
T. +49 89 92 50 2468 / jessica.loose@burda.com
İSKANDİNAV ÜLKELERİ: Ulrik Brostrom
T. +45 23 28 9769 / ubr@jbmedia.dk

Yönetim Yeri
Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12 Trump Towers Kule 2
Kat:21-22 (34387) Şişli İsanbul
Tel: 0 212 410 32 00 **Faks:** 0 212 410 35 81

Baskı Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad. No:16 Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 • Fax: (0216) 365 99 07-08 • www.bilnet.net.tr Sertifika No: 42716
Dağıtım Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.
Yayın Türü Ulusal, süreli, aylık FIPP üyesidir.

Copyright ©2008 by G+J International Magazines GmbH, Hamburg
This magazine is published under license from G+J International Magazines GmbH. All rights to the licensed title/trademark and concept are owned by G+J International Magazines GmbH. Reproduction whether in whole or in part without permission of G+J International Magazines GmbH is prohibited. The title CAPITAL and the logo thereof are registered trademarks of or in trust of G+J International Magazines GmbH.

Copyright ©2008 G+J International Magazines GmbH, Hamburg
Bu dergi G+J International Magazines GmbH tarafından yayımlanmaktadır. Her türlü isim, marka ve konsept hakları G+J International Magazines GmbH'ye aittir. Herhangi bir metin ya da bölüm G+J International Magazines GmbH'nın izni olmaksızın alınmaz. Capital Dergisi'nin isim ve logosuna ait tüm ticari marka hakları G+J International Magazines GmbH'a aittir.

© Capital Dergisi **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş** tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Capital Dergisi'nin isim ve yayın hakkı **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş**'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00
okurhizmetleri@doganburda.com
DB Abone Hizmetleri hattı
Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13 abone@doganburda.com
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

Google play App Store

"GERİ DÖNÜŞÜMDE ÖNCÜYÜZ"

Holding bünyesindeki şirketleri sürdürülebilirlik odaklı dönüştürdüklerini söyleyen Tosyalı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Fuat Tosyalı, geri dönüşümde öncü olduklarını belirtiyor. "Tosyalı Harsco Geri Kazanım Teknolojileri'nde yıllık ortalama 1,2 milyon ton cüruf atığı ekonomiye kazandırıyoruz" diyen Tosyalı, hammadde ve enerjiyi verimli kullanarak doğal kaynakları korumaya odaklandıklarını ifade ediyor.

Ayçe Tarcan Aksakal aaksakal@capital.com.tr

Tosyalı Holding, dünyanın en iyi çelik üreticileri arasında yer alıyor. 4 yıl önce Amerikan Harsco Corporation'la geri dönüşüme yönelik oldukça önemli bir işbirliğine imza atan holding, bu kapsamda Osmaniye'de bulunan Tosçelik tesislerinde metal geri kazanım hizmetleri ve cüruf satışı için 7 bin 700 metrekarelik alanda Tosyalı Harsco Geri Kazanım Teknolojileri A.Ş.'yi kurdu.
Tosyalı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Fuat Tosyalı, bu yatırımın Türkiye'de uzun zamandır birikmiş olan cürufun ekonomiye kazandırılması ve taş ocaklarının çevreye verdiği zararın azaltılması açısından oldukça kıymetli olduğunu belirtiyor.
Tesiste yıllık ortalama 1,2 milyon ton cüruf atığının ekonomiye kazandırıldığını ifade eden Tosyalı, "Bünyemizdeki tüm şirketlerde, hammaddeden üretim süreçlerine, satış ve pazarlamadan sevkiyata kadar tüm faaliyetlerimizi sürdürülebilirlik odaklı olarak gerçekleştiriyoruz" diyor. Tosyalı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Fuat Tosyalı ile holdingin çevre ve sürdürülebilirlik yatırımlarını konuştuk:

Yeşil iş stratejinizi paylaşır mısınız? Bu stratejiyi nasıl oluşturdunuz?
Tosyalı Holding olarak bünyemizdeki tüm şirketlerde, hammaddeden üretim süreçlerine, satış ve pazarlamadan sevkiyata kadar tüm faaliyetlerimizi sürdürülebilirlik odaklı olarak gerçekleştiriyoruz. Çevresel sorumluluğu işimizin ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. Daha sağlıklı, yaşanabilir bir dünya için çevresel ayak izinin oluşturulması, yaşam döngüsünün belirlenerek desteklenmesi, atıkların geri dönüşüm oranlarının artırılarak sıfır atık çıkartılması, iklim değişikliğiyle mücadeleye katkı, en az karbon ayak izinin sağlanması ve biyoçeşitlilik başlıkları altında sürdürülebilirlik hedeflerimizi yönetiyoruz.

Son yıllarda bu anlamda ne gibi çalışmalarınız oldu? Hangi uygulamaları devreye aldınız?
2017 yılında Amerikan Harsco Corporation ile geri dönüşüme yönelik oldukça önemli bir iş birliğine imza attık. Bu kapsamda Osmaniye'de bulunan Tosçelik tesislerinde metal geri kazanım hizmetleri ve cüruf satışı için 7 bin 700 metrekarelik alanda Tosyalı Harsco Geri Kazanım Teknolojileri A.Ş.'yi kurduk. Tosyalı Harsco Geri Dönüşüm Tesisleri, Türkiye'de uzun zamandır birikmiş olan cürufun ekonomiye kazandırılması ve taş ocaklarının çevreye



verdiği zararın azaltılması açısından oldukça kıymetli bir yatırım. Burada proses atıkları işleyerek hem metal geri kazanımı sağlıyor hem farklı sektörlerde kullanılmak üzere yan ürün haline getiriyoruz. Tesisimizde yıllık ortalama 1,2 milyon ton cüruf atığını ekonomimize kazandırıyoruz. Sadece grubumuz bünyesindeki değil tüm sektörün cüruf atığını değerlendiriyoruz.

Sağladığınız bu geri dönüşüm nerede kullanılıyor?

Yol yapımından çimento ve gübre üretimi gibi farklı sektörlerde hammadde olarak kullanılıyor. Geri dönüştürülen cüruf, gözeneklerine çimento şerbetinin işlemesi ve yüksek aşınma direnci nedeniyle agregadan kat be kat daha üstün bir malzeme haline geliyor. Ayrıca, cüruf ile yapılan asfaltın su geçirgenliğinin bulunması nedeniyle yağmurda araç güvenliğini artırmasının yanı sıra betondan çekme ve basma direnci daha iyi olduğu için depreme karşı da güvenli bir malzeme olarak ortaya çıkıyor. Ar-Ge çalışmalarımız neticesinde sıfır atık prensibine göre dizayn edilmiş makineler ve bünyesinde geliştirilen yazılımlarla cüruf içindeki metalik demiri online olarak takip edilebiliyor ve cüruftaki metal oranını asgariye indirilebiliyoruz. Şu an sadece kurulu olduğu bölgede bulunan cüruf yığınlarını ekonomiye kazandıran Tosyalı Harsco şirketimizin amacı faaliyetlerini genişleterek

ülkemizin diğer bölgelerinde de hizmet vermek.

Gündeminizde geri dönüşümle ilgili yeni yatırım var mı?
Tesislerimizde yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanmak üzere çalışmalarımızı da sürdürüyoruz. Örneğin Osmaniye Sanayi Bölgesi'ndeki Tosçelik ERW Boru Profil üretim tesisimizin çatısına Avrupa'da tek seferde kurulan en büyük güneş enerjisi santralini kurduk. 200 bin metrekarelik çatı dünyanın en büyük ilk beş çatı tipi güneş enerji santralinden biri. Bu yatırım sayesinde Tosçelik Profil, dünyanın karbon ayak izi en düşük ERW boru üreticisi olmuş durumda. Yurt dışındaki şirketlerimizi de sürdürülebilirlik odaklı olarak dönüştürmeye devam ediyoruz. Cezayir'deki Doğrudan İndirgenmiş Demir (DRI) tesisimizde cevherden üretim yapıyoruz. DRI tesisi, demir atığı ve hammadde bağımlılığını büyük ölçüde azaltırken, sağladığı enerji verimliliğiyle karbon ayak izini en aza indirgiyor. Tosyalı Cezayir, DRI teknolojisinin sağladığı katkıyla dünyanın en yeşil ve çevreci çeliğini üreten tesisler arasında yer alıyor.
Diğer taraftan 2020 yılında, İskenderun 2'nci Organize Sanayi Bölgesi'nde (OSB), 2,5 milyar dolarlık yeni yassı çelik üretim tesisi yatırımına başladık. Tesisimiz faaliyete geçtiğinde hurdadan üretim yapacak olup, orta vadede madenden çelik üretimine geçecek. 4 milyon ton kapasiteli yassı çelik üretim projesi Türkiye'nin 4 milyar dolarlık yassı çelik ithalatını ikame edecek. Burada Quantum fırınının Türkiye'deki ilk kullanıcısı olacağız.
Quantum Furnace teknolojisi, konvansiyonel EAF'lere kıyasla düşük elektrik tüketimine imkan vermesinin yanı sıra yüzde 30 daha düşük karbon emisyonu salımına sahip. İlaveten Tosçelik Osmaniye Tesislerinde bulunan mevcut basınçlı hava sisteminde yaptığımız iyileştirmeyle 15 bin ton karbonun atmosfere salımı engellenerek karbon ayak izimizi azaltma yolunda bir adım daha atmış bulunuyoruz.

Doğaya ve çevreye saygı çerçevesinde iş süreçlerinizi nasıl yürütüyorsunuz? Bu kapsamda ne tür uygulamalarınız var?
İlgili yasa, yönetmelik ve belgelendirmelerin de ötesinde sürdürülebilirliği işimizin bir bütünü olarak görüyoruz. Bu kapsamda çevresel risklerimizi her geçen gün daha da azaltacak sistem ve yöntemleri hayata geçiriyor, hammadde ve enerjiyi verimli kullanarak doğal kaynakları korumaya odaklanıyoruz. Bu noktada döngüsel olmayan kaynak kullanımını azaltarak, yenilenebilir ve dönüştürülebilir enerji ve hammadde kullanımı temel hedefimiz. Tehlikeli atıkların oluşumunu en aza indirirken, geri kazanımı esas alıyor, geri kazanımı mümkün olmayan atıkların bertarafını sağlıyoruz. Grup olarak "Sıfır Atık" projesine destek veriyor, tesislerimizde sıfır atık prensibine göre üretim yapmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.
Çevresel etkimizi sürekli değerlendirip en güncel teknolojilerle bu etkimizi azaltmaya odaklanıyoruz. İklim değişikliğinin olumsuz etkilerinin azaltılmasına katkı sağlayacak önemli adımlar attık. Faaliyetlerimiz esnasında ve yeni yatırım projelerimizde biyoçeşitliliğe

"VERİMLİLİK ÇALIŞMALARIMIZ DEVAM EDECEK"

SIFIR ATIK Üretim tesislerimizi sıfır atıkla çalıştırma ve verimlilik çalışmalarımız devam edecek. Sıfır atıkla çalıştırma politikamıza uygun olarak önemli yatırımlarımız ve Ar-Ge çalışmaları devam eden projelerimiz var.

GERİ DÖNÜŞÜM HEDEFİ Planlamamız ve hedefimiz üretimimizde evsel atıkların dahi olmaması ve geri dönüşümü maksimize etmek yönünde. Bunun dışında daha önce farklı tesislerimizden detaylı örneklerini verdiğim gibi kullandığımız yüksek teknoloji ve inovasyonla karbon ayak izimizi daha da azaltmak için çalışmalarımız devam edecek.



ÇEVRESEL, SOSYAL VE YÖNETİŞİM PRENSİPLERİNİ ETKİN BİR ŞEKİLDE UYGULUYORUZ

REKABETÇİLİK Bugün dünyanın en iyi çelik üreticisi şirketlerinden biri biziz. Rekabetçilik sadece matematiksel kârlılıkta değil, üretim başta olmak üzere tüm iş süreçlerinde ÇSY (Çevresel, Sosyal ve Yönetişim) prensiplerini ne kadar etkin bir şekilde kullanabildiğinizle de ilgili. Artık tüm dünyada aynı ürünü, çevresel etkisini daha iyi yöneten şirketlerden almak bilinçli müşterilerin en önemli seçim kriterlerinden biri.

ÇALIŞAN MOTİVASYONU Doğaya ve çevreye duyarlı bir şirkette çalışmak çalışanları daha fazla motive ediyor. Biz de Tosyalı Holding olarak, doğa dostu, çevreye duyarlı ve sürdürülebilir uygulamalarımızla gelecek nesillere yaşanılır bir dünya bırakmak için çalışmaya devam ediyoruz. Faaliyette bulunduğumuz bölgelerde çevre ve toplum için değer yaratacak işler üretiyoruz.

ilişkin tüm unsurları değerlendiriyor ve gerekli önlemleri alıyoruz. Tüm bunlarla birlikte tüm paydaşlarımızın çevresel sorumluluklarımız konusunda bilinçlenmesini ve bu konuda toplumsal bir farkındalık oluşmasını sağlayacak çalışmalar yürütmeye de büyük bir önem veriyoruz.

Son yıllarda sizi sektörünüzde ön plana çıkaran noktalar neler? Bu başarınızda sorumlu şirket olmanın rolü nedir?

Sektörümüzde karbon salımının azaltılması, döngüsel ekonomi, sıfır atık ve yenilenebilir enerji kullanımı ön plana çıkmış durumda. Biz de bunlara paralel olarak tüm süreçlerimizde çevre duyarlılığını en üst düzeyde tutarak üretimimizi gerçekleştiriyor, bazı tesislerimizde tehlikesiz atık geri kazanımı ve GES (Güneş Enerjisi Santrali) ile çevre dostu ürün kullanımını ön planda tutuyoruz. Gururla belirtmek isterim ki GES (Güneş Enerjisi Santrali) kullanımında bölgeye ve sektöre öncülük ediyoruz. Tosçelik tesislerinde sektörün karbon ayak izi en düşük "yeşil çelik" üretimini gerçekleştiriyoruz. ■

P&G'DEN YEŞİL İŞ VE DOĞA DOSTU ÜRETİM

Dünyanın en büyük ev ve kişisel bakım şirketlerinden P&G, dünyayı daha yaşanabilir hale getirmek için çalışıyor. Şirket, iklim değişikliğiyle mücadele kapsamında 10 yıl boyunca "karbon nötr" olma sözü verdi. P&G Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya Yönetim Kurulu Başkanı Tankut Turnaoğlu, "Bunun için sera gazı emisyonlarını yüzde 50 azaltıp, tüm üretim tesisleri için yüzde 100 yenilenebilir elektrik satın alacağız. Faaliyetlerimiz nedeniyle oluşan sera gazı emisyonuna eş değerde karbon yararı gerçekleştirerek doğal iklim çözümlerine destekte bulunacağız" diyor.

Elçin Cirik ecirik@capital.com.tr

Global ev ve kişisel bakım şirketi P&G, markalarıyla ulaştığı 5 milyar insanın dünyayı daha yaşanılabilir hale getirme isteğini dinliyor. Şirket ayak izini azaltmak için 2020 ve sonrasında da 2030 Çevresel Sürdürülebilirlik Hedefleriyle çalışıyor. "Markalar", "Tedarik Zinciri", "Toplum" ve "Çalışanlar" olmak üzere 4 ana başlıkta hedefler belirlediklerini açıklayan P&G Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya Yönetim Kurulu Başkanı Tankut Turnaoğlu, örneğin yüzde 100 geri dönüştürülebilir veya yeniden kullanılabilir ambalajlar ve saf plastik oranını yüzde 50 azaltmak istediklerini açıklıyor.

Ayrıca Tankut Turnaoğlu, P&G'nin iklim değişikliğiyle mücadele kapsamında 10 yıl boyunca "karbon nötr" olma sözü olduğunu de hatırlatarak, "Bunun için sera gazı emisyonlarını yüzde 50 azaltıp, tüm üretim tesisleri için yüzde 100 yenilenebilir elektrik satın alacağız. Faaliyetlerimiz nedeniyle oluşan sera gazı emisyonuna eş değerde karbon yararı gerçekleştirerek doğal iklim çözümlerine destekte bulunacağız" diyor.

P&G Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya Yönetim Kurulu Başkanı Tankut Turnaoğlu, yeşil iş yaklaşımlarını ve bu alanda yaptıklarını şöyle aktarıyor:

"5 MİLYAR İNSANA DOKUNUYORUZ"

"P&G olarak günümüz dünyasında, insanı veya çevreyi olumsuz etkileyebilen sorunlara şirketlerin artık tepkisiz kalamayacağına, markaların da kurumsal vatandaş olarak sorumlulukları olduğuna inanıyoruz. Bugün markalarımızla yaşamlarına dokunduğumuz 5 milyar insan da dünyayı daha yaşanabilir hale getirmek istiyor, dolayısıyla tüketicilerimizin bizden de bu



“Döngüsel ekonomi ortaklığıyla beş yılda 200 milyon şişe plastik tasarrufu planlıyoruz. İklim değişikliğiyle mücadele kapsamında önümüzdeki 10 yıl boyunca 'karbon nötr' olma sözü verdik.”

yönde bir beklentisi var. Ve bu beklentiye kayıtsız kalmamız beklenemez.
Bugün dünyanın en büyük ev ve kişisel bakım şirketlerinden biriyiz. Bununla orantılı olarak belirli bir operasyon büyüklüğümüz ve ayak izimiz var. Bu ayak izini azaltmak için kendimize önce 2020 ve sonrasında da 2030 Çevresel Sürdürülebilirlik Hedefleri koyduk.

“4 ANA BAŞLIKTA HEDEFLER BELİRLEDİK”

Bunları da “Markalar”, “Tedarik Zinciri”, “Toplum” ve “Çalışanlar” olmak üzere 4 ana başlıkta topladık. Bunların arasından döngüsel ekonomiye katkımıza örnek olarak yüzde 100 geri dönüştürülebilir veya yeniden kullanılabilir ambalajlar ve virgin (saf) plastik oranımızı yüzde 50 azaltma hedefimizi gösterebilirim. Çünkü anlaşılacağı üzere biz mevcut kapasitemizi en verimli şekilde kullanmaya çalışırken üretimimizde ve ürün inovasyonlarımızda da 3R (Reduce, Reuse

ve Recycle - Azalt, Tekrar Kullan, Geri Dönüştür) etrafında şekilleniyoruz. Yani saf plastik kullanımını mümkün olduğunca azaltmak, plastiğin geri dönüştürülmüş ya da geri dönüştürülebilir olması ve yeniden kullanılan ambalajlarla plastiğin tekrar dolaşıma sokularak ömrünün uzatılması için önemli çalışmalar yürütüyoruz.
Avrupa'da paketler tüketicilerden toplanıyor, temizleniyor ve tekrar kullanıma sunuluyor

RAKİPLER DAHİL TÜM PAYDAŞLARLA İŞ BİRLİĞİ

Bu doğrultuda rakiplerimiz de dahil tüm paydaşlarla iş birliği yaparak dünyada öncü uygulamaların gelişmesine destek oluyoruz. Örneğin,

"İnsanı veya çevreyi olumsuz etkileyebilen sorunlara şirketlerin artık tepkisiz kalamayacağına, markaların da kurumsal vatandaş olarak sorumlulukları olduğuna inanıyoruz."

geçtiğimiz yıllarda Terracycle tarafından yaratılan yenilikçi bir iş modeli olan LOOP pilot projesine katılımımızı duyurduk. LOOP ile geri dönüşümlü paketler tüketicilerden toplanıyor, temizleniyor ve tekrar kullanıma sunuluyor. Fransa ve Amerika'da uygulanabilirliğini bir pilot projede test ediyoruz. Buradan hareketle saç bakım markalarımız Head and Shoulders, Pantene, Herbal Essences ile yeniden kullanılabilir yüzde 100 alüminyum şişelerle yüzde 60 daha az plastikle yeniden doldurabilir paketleri pazara sunduk. Bunlar 3R amaçlarımızın ilk ikisi olan "Azalt" ve "Tekrar Kullan" başlıklarına güzel bir temsilken "Geri Dönüştür" konusuna da Oral B markamızla hayata geçirdiğimiz inovasyonu örnek verebilirim. Geri dönüştürülmesi en zor materyal olan diş macunu tüpünü, Oral B'nin ilk HDPE (High Density Polyethylene / yüksek yoğunluklu poli etilen) malzemesine çevirerek halihazırdaki geri dönüşüm sistemlerinde dönüştürülebilecek diş macunu tüpünü pazara sunduk.

"18 AKTİF PROJE YÖNETİYORUZ"

İŞ BİRLİKLERİ P&G yeşil iş ve doğa dostu üretim yaklaşımıyla hem global sürdürebilirlik hedeflerine hem ülkemizin sıfır atık çalışmalarına önemli katkılar sağlıyor. Gebze Geliştirme Merkezi iş birliklerimizde Türkiye'nin yetenekleriyle uygun çözümler oluşturmak için çalışıyoruz. 30'dan fazla teknisyen, araştırmacı ve yüksek mühendisin çalıştığı merkezimizde yerli iş ortaklarımızla çalışmalar gerçekleştiriyoruz. 20'den fazla uluslararası kütüphaneye erişim sağlarken 5 üniversite ve 25 Ar-Ge sanayi iş birliğiyle 18 projeyi aktif olarak yürütüyoruz. Örneğin bilimsel makale olarak yayımlanan ve Bahçeşehir Üniversitesi'yle geliştirdiğimiz "Bebek Bezi Üretim Hatlarında Veri Analitiği" projemizle üretim hatlarında ölçülen parametre değerlerinin anlık ve geçmişe yönelik izlenebilirliğini sağladık. Bu bilgilerden yapay zeka metodlarıyla anlamlı aksiyon çıkarann ve hatlardaki aksamaların önüne geçilmesini sağlayan projemizle ekipman özelinde duruş sayılarını yüzde 50 azaltılırken, bebek bezi ıskartalarında da yüzde 50'lik bir tasarruf sağladık.

ÖNEMLİ ADIMLAR Gebze fabrikasında sürdürebilirlik çalışmaları olarak 450 ton plastik atık yeniden kullanıldı. Kullanılması önlenen içme suyu miktarı yılda 254 ton oldu. Yılda 1.800 ton plastik kullanımı önlendi. Elle doldurulan kalite kontrol formlarının kaldırılmasıyla yılda 20 bin kağıt tasarrufu sağlandı. 3 aylık zaman dilimi içerisinde 600 kadar plastik kap kullanımının önüne geçildi. Fabrikada kağıt bardak yerine cam bardak kullanılıyor. Ayrıca Türkiye'deki üretim tesislerimizde bertaraf edilen atık miktarı yüzde 88, enerji kullanımı yüzde 19, sera gazı salınımı da yüzde 29 azaltıldı. Faydalı kullanım oranı iki katına çıkarıldı. Depoya gönderilen üretim kaynaklı katı atık oranı 0'a indirildi. Bebek bezi üretiminde kağıt tüketimi düşürüldü. Fairy üretiminde su tüketimini yılda 20 bin ton azalttı. Üretim tesislerimizde kullanılan su miktarı yüzde 27 düşürüldü. 2005–2019 yıllarında ÇEVKO ile toplanıp geri kazandırılan plastik miktarı 71.072 tona çıktı.

TOSYALI HOLDİNG

YEŞİL ÇELİK ÜRETİCİSİ

Sürdürülebilir gelecek için yeşil çelik üretiyoruz



Tosyalı Harsco geri dönüşüm tesislerimizde proses atıkları işleyerek hem metal geri kazanımı sağlıyor hem de farklı sektörlerde kullanılmak üzere yan ürün haline getiriyoruz. Tesisimizde yıllık ortalama 1,2 milyon ton cüruf atığını ekonomimize kazandırıyoruz. ✓

Tosçelik Profil ve Sac şirketimizde dünyanın karbon ayak izi en düşük ERW boru üretimini yapıyoruz. ✓

Tosyalı Algérie tesislerimizde en gelişmiş DRI teknolojilerini kullanıyor ve dünyanın en çevreci çeliğini üreten tesisler arasında yer alıyoruz. ✓

TS EN ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi ile süreçlerimizin her adımında çevresel etkileri dikkate alarak üretim yapıyoruz. ✓

★ ***Dünyanın en büyük ilk beş çatı tipi güneş enerji santralinden biri Tosçelik ERW Boru Profil üretim tesisi çatısında kurulmuştur.***

TOSÇELİK Profil ve Sac | TOSYALI Filmaşin ve İnşaat Demiri | TOSÇELİK Spiral Boru | TOSÇELİK Granül | TOSYALI HARSCO

TOSYALI TOYO | TOSYALI Demir Çelik | TOSYALI ALGERIE Fer et Acier | TOSYALI Special Steel

QR Kod ile iştirak şirketlerimizin faaliyet alanları ve çevresel etki çalışmalarıyla ilgili detaylı bilgilere ulaşabilirsiniz.



"ÜRÜN İNOVASYONLARIYLA YEŞİL BİR GELECEĞE KATKI SUNUYORUZ"

Fark yarattığımız diğer bir alan, değer yaratan ürün inovasyonlarımızla da yaşamları iyileştirmemiz ve kaynaklarımızın verimli kullanımı. 100'den fazla STK ve 1.000'den fazla gönüllünün yardımlarıyla denizlerden ve okyanuslardan toplanan plastik atıkları dönüştürerek 'Dünyanın İlk Geri Dönüştürülmüş Şampuan Şişesi'ni ürettik. Fairy Sahil Plastiği yüzde 10'u okyanuslardan, göllerden ve nehirlerden toplanan, yüzde 100 geri dönüşümlü plastikten yapılmış ve tamamen geri dönüşümlü şişesi, döngüsel ekonomi alanında çalışmalarımızın pazara başarılı bir yansıması oldu. Fairy Saf ve Temiz performansından ödün vermeyen formülüyle boya ve parfüm içermiyor. Ayrıca formülünden fosfatı çıkardığımız, karbondioksit emisyonlarını yüzde 50 azaltan Fairy kapsülleri de dünyada yıllık yaklaşık 21 milyar litre su tasarrufu sağlayarak denizlerin korunmasına destek oluyor. Doğaya zarar vermeden temin edilmiş birinci kalite pamuk ve yumuşak bitkisel liflerden üretilen Prima'nın yeni Pampers Pure Bebek Bezi, yüzde 100 sertifikalı yenilenebilir elektrikle üretildi.

DÖNGÜSEL EKONOMİ ORTAKLIĞIYLA 200 MİLYON ŞİŞE TASARRUF EDİLECEK

Dayanıklı ve geri dönüştürülmüş PET malzemesinin kullanımını taahhüt ederek bu alanda yeni bir pazar yaratmayı hedefliyoruz. Döngüsel ekonomi ortaklığıyla beş yılda 200 milyon şişe plastik tasarrufu planlıyoruz.

İklim değişikliğiyle mücadele kapsamında önümüzdeki 10 yıl boyunca "karbon nötr" olma sözü verdik. Bunun için sera gazı emisyonlarını yüzde 50 azaltıp, tüm üretim tesisleri için yüzde 100 yenilenebilir elektrik satın alacağız. Faaliyetlerimiz nedeniyle oluşan sera gazı emisyonuna eş değerde karbon yararı gerçekleştirerek doğal iklim çözümlerine destekte bulunacağız.

GERİ DÖNÜŞÜM İÇİN 1 MİLYAR DOLAR KULLANILACAK

CEO'muz David Taylor önderliğinde, BASF'nin eş kurucu olduğu ve 30 global firmanın katıldığı "Alliance to End Plastic Waste" adı altında oluşum kuruldu. Burada 1 milyar dolarlık bütçeyi, geri dönüşüm teknolojileri geliştirmek, tüketicileri bilgilendirmek, denizlere karışan plastik atığı temizlemek ve en başından atık oluşumunu engellemek için kullanacağız. Türkiye'de bunun ilk adımı olarak Head&Shoulders ve Fairy ile okyanuslardan toplanan plastik atıklarından geri dönüştürülmüş ambalajları raflara koyduk. Bugün birçok inovatif ürünümüz üretimden ambalaja tüm aşamalarda kaynaklarımızı verimli kullanarak piyasaya sunuluyor." ■



TOYO INK

For a Vibrant World

TOYO Matbaa Mürekkepleri

- Metal Ambalaj Kaplama Sistemleri
- Metal Ambalaj Mürekkepleri
- Güvenlik Mürekkepleri
- Flekso ve Rotogravür Mürekkepleri
- Gazete ve Dergi Mürekkepleri
- Serigrafi Mürekkepleri
- Sheet-Fed Ofset Mürekkepleri
- Laminasyon Tutkalları
- Inkjet (Dijital Mürekkepler)
- Masterbatch
- Pigment

www.toyoink.com.tr

TOYO INK GROUP

“DOĞA DOSTU AMBALAJLARA GEÇİYORUZ”



KFC Türkiye, çevreye saygı duyan bir marka olma yolunda gelecek nesillere daha sürdürülebilir bir dünya bırakmak için çalışıyor.

KFC Türkiye, 22 Nisan Dünya Günü’nde duyurusunu gerçekleştirdiği projesiyle Orman Yönetim Konseyi’nin dünya çapındaki uygulaması Forest Stewardship Council (FSC) sertifikalı kâğıt paketleme ürünlerine geçiş sürecini başlattı. 2021 yaz sonuna kadar bu süreci tamamlayacaklarını açıklayan KFC Türkiye CMO'su Özkan Özyavuz ile yeşil iş anlayışlarını konuştuk:

KFC’nin yeşil iş stratejisini nasıl oluşturdunuz?
Tüketicilerimizi 30 yılı aşkın süredir sevdikleri KFC lezzetleriyle buluştururken bir yandan da çevreye saygı duyan ve sorumluluk besleyen bir marka olma yolunda gelecek nesillere daha sürdürülebilir bir dünya bırakmak için çalışmalarımızı yürütüyoruz. Yolculuğumuzu, 22 Nisan’da duyurusunu gerçekleştirdiğimiz Orman Yönetim Konseyi’nin dünya çapındaki uygulaması Forest Stewardship Council / FSC sertifikalı kağıt paketleme ürünlerine geçiş sürecimizi başlatarak taçlandırdık.

Doğaya ve çevreye saygı çerçevesinde ne gibi çalışmalar yürütüyorsunuz?
FSC sertifikalı kağıtlara geçişimiz ile birlikte, soluduğumuz oksijenin en önemli kaynağı ormanların verimliliğine, biyolojik çeşitliliğe ve ekolojik süreçlere katkıda bulunmuş olacağız. Süreç tamamlandığında, yıllık ortalama 800 ton kâğıdı, sanayi için yetiştirilmiş, doğru ağaçlardan üretilmiş FSC sertifikalı ürünlerden elde etmiş olacağız. KFC Türkiye ailesi olarak çevre dostu üretimi destekliyoruz. Atık yağların çevreye zarar vermesini engellemek için bu yağların geri dönüştürülmesine aracı oluyoruz. Son iki yılda 1.100 ton atık yağı, kaynağında ayrıştırarak biyodizel olarak sisteme kazandırdık. Ayrıca restoranlarımızda kullandığımız taze gıdalarda, tarım ürünlerinin güvenilirliğini belgeleyen iyi tarım uygulamaları alanında dünyanın en saygın kuruluşlarından GLOBALG.A.P’in sertifikalı ürünlerini tercih ediyoruz.

“ÖNCÜ OLMAYI HEDEFLİYORUZ”

Gelecek nesillere daha sürdürülebilir bir yaşam bırakabilecek şekilde yatırımlarımıza yön verdiğimiz için heyecanlıyız. FSC sertifikalı kağıt ambalajlara geçişimiz 2021 yaz sonuna kadar tamamlanacak. Bu konuda Türkiye’de sektördeki diğer markalara örnek ve konunun öncüsü olmayı hedefliyoruz. Geçiş sürecimizi iletişim çalışmalarımıza entegre ederek, bu konudaki toplumsal farkındalığı artırmayı amaçlıyoruz. Kağıtlarımızın geçiş süreciyle ilgili çok yakında başka sürprizlerle karşınızda olacağız. KFC’yi Türkiye’nin her noktasına taşımak için 2021 sonuna kadar 50 yeni restoran açma hedefimize ulaşmak ve 1.500’ün üzerinde yeni istihdam yaratmak için aralıksız çalışıyoruz.

KFC KAĞITLARINDA BİR DEĞİŞİM VAR ÇOK YAKINDA



#FarklıCidden

“ÇEVRE ODAKLI BÜYÜYECEĞİZ”

Arnica Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer, çevre odaklı Yeşil Mutabakat yaklaşımının aynı zamanda bir büyüme stratejisi olduğunu belirtiyor. Akın Biçer, “Bu nedenle dünyamızın kaynaklarını yok etmek yerine yenilenebilir enerji modellerine yönelmek, çevre ve insan odaklı istihdam ve üretim yolları geliştirmek odaklandığımız konular” diyor.

Küçük ev aletleri üreticisi Arnica, yeşil iş stratejisine odaklandı. Arnica Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer, Yeşil Mutabakat kriterlerine uygun ve döngüsel ekonomi kuralları çerçevesinde belirledikleri stratejiyi kurum kültürünün önemli bir parçası haline getirecek çalışmalar yaptıklarını belirtiyor. Şirket, bu kapsamda geri dönüştürülmüş malzemeden elde edilen hammadde kullanım miktarını artırmayı, üretim süreçlerindeki enerji tüketimini daha da azaltmayı hedefliyor.
Akın Biçer, “Güçlü Ar-Ge merkezimiz sayesinde ürünlerin daha tasarım aşamasından itibaren çevreye duyarlı özelliklere sahip olacak şekilde hayata geçirilmesini planlıyoruz” diyor.
Sürdürülebilir kalkınmayı ve küresel ekosistemi tehdit eden önemli risklerin başında iklim değişikliğinin geldiğini ifade eden Akın Biçer, insan kaynağına yönelik eğitimlerle de çevreci yaklaşımı günlük yaşamın temel bir alışkanlığı hale getirmek istediklerini söylüyor. Müşterilerine yönelik pazarlama faaliyetlerinde çevreci yaklaşımlarını gösteren bir stratejiyle hareket edeceklerini belirten

“TOPLUMSAL DÖNÜŞÜMÜ SAĞLAYACAK”

YEŞİL MUTAKABAT Yeşil Mutabakat’a geçiş sürecinin özellikle bazı bölgeler ve toplumlarda, ekonomik ve toplumsal dönüşümleri de beraberinde getireceğini düşünüyorum. Türkiye de sürece yönelik uyumlu adımlarla daha güçlü bir hale gelebilir.

SIFIR ATIK PROJESİ Ülkemizde Sıfık Atık Projesi kapsamında atıkların geri kazanımının artırılması, 2035 yılında bu oranın yüzde 60’a çıkarılması hedefleniyor. Biz de bu hedeflere uygun çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

“Dünyamızın kaynaklarını yok etmek yerine yenilenebilir enerji modellerine yönelmek, çevre ve insan odaklı istihdam ve üretim yolları geliştirmek hep göz önünde bulundurduğumuz noktalar.”



Akın Biçer, “Bu da aslında tüketim biçimlerinin de çevreci olması konusunda hem çalışanlarımızın hem de tüketicilerin bilinçlendirilmesi anlamına geliyor” diyor. Arnica Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer, önümüzdeki döneme ilişkin çevreci stratejilerini ve sürdürülebilirlik planlarını şöyle anlatıyor:

Yeşil iş stratejiniz nedir? Bu stratejiyi nasıl oluşturdunuz?
Sürdürülebilir kalkınmayı ve küresel ekosistemi tehdit eden önemli risklerin başında iklim değişikliği geliyor. Uzun yıllar boyunca iklim değişikliğinin sadece buzullarda erimeye neden olduğu düşüncesi sorunun tüm dünyayı etkileyecek küresel boyutunu algılamamızı güçleştirdi diye düşünüyorum. Çünkü tehdit bizden uzakta gibi görünüyordu. Ancak bu sorunun küresel boyutta ne denli önemli olduğu özellikle son yıllarda fark edildi. Biz de Arnica olarak hem akıllı hem de yeşil bir dönüşümle

“HİÇ ATIK ÜRETMEMEYİ AMAÇLIYORUZ”

GERİ DÖNÜŞÜM Günümüzde hakim olan üretim biçimlerinde ürünlerin çoğu yalnızca bir kez kullanılabiliyor, çok çabuk bozuluyor, onarılamıyor ve geri dönüştürülemiyor. İkincil malzemelerin ve kaynakların yalnızca yüzde 12’si ekonomiye yeniden kazandırılabiliyor. Bizim ajandamızda ise geri dönüşümden elde edilen malzemelerin daha çok kullanılabilmesi ve tamir edilebilen, uzun süre kullanılabilen ürünlerin sunulması yer alıyor.

AJANDADAKİ KONULAR Atıklardan yüksek kaliteli ikincil kaynaklar oluşturulmasını, hiç atık üretilmemesini amaçlıyoruz. Aynı zamanda finansal risk analizleri ile de döngüsel ekonomiyi destekleyecek finansal araçlar da ajandamızda. Yani mali verilerimizi, döngüsel ekonomik performansı verileri ile tamamlamanın altyapısı üzerinde çalışıyoruz.

ülkemizde ve yurt dışındaki pazar payımızı artırmaya yönelik bir strateji oluşturduk. Çok yakın bir gelecekte AB’ye ihracat yaparken karbon nötralizasyon kriterini karşılamaları istenecek. AB’nin sanayi stratejisinin temelinde endüstrinin daha yeşil, döngüsel, aynı zamanda dijital olması yatıyor.

Yeşil Mutakabat kapsamında ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?
Biz de Yeşil Mutabakat kriterlerine uygun ve döngüsel ekonomi kuralları çerçevesinde belirlediğimiz stratejiyi kurum kültürünün önemli bir parçası haline getirecek çalışmalar yaptık. Buna özellikle dikkati çekmek istedim. Çünkü çok sevdiğim bir söz var, “Kültür, stratejiyi kahvaltı niyetine yer” diye. Bu nedenle oluşturduğumuz stratejiyi, çevreye ve doğaya uyumlu olmaya gösterdiğimiz özeni kurum kültürümüzün bir parçası haline getirmek amacıyla hareket ediyoruz. Çünkü Yeşil Mutabakat, çevre odaklı bir yaklaşım. Ancak bu yaklaşımın bir büyüme stratejisi olduğunu da unutmamak gerekiyor. Bu nedenle dünyamızın kaynaklarını yok etmek yerine yenilenebilir enerji modellerine yönelmek, çevre ve insan odaklı istihdam ve üretim yolları geliştirmek hep göz önünde bulundurduğumuz noktalar.

Son dönemde, döngüsel ekonominin gerekleri konusunda neler yaptınız?
Öncelikle ham maddelerimizin geri dönüştürülmüş ürünlerden elde edilebilmesi noktasında bir hassasiyet geliştirdik. Ürünlerimizin “kullan-at” özellikli olması yerine “tamir edilebilir” olması da bizim için önemli noktalardan biri. Bu nedenle üretim biçimlerimizi, tasarımlarımızı buna göre düzenliyoruz. Örneğin, elektrikli süpürgelerimizin filtreleri ya da diğer aparatları, mutfak ürünlerimizin bulaşık makinesinde yıkanabilecek kısımlarının daha az su tüketimi dikkate alınarak tasarlanması gibi yaklaşımlarımız var.

“Üretimimizin özellikle enerji kısmında fark yaratacak yaklaşımlara önem veriyoruz. Daha az enerji tüketerek daha güçlü emiş gücüne sahip elektrikli süpürge üretimi yapmamızı bir örnek olarak verebilirim.”

Doğaya ve çevreye saygı çerçevesinde iş süreçlerinizi nasıl yürütüyorsunuz?
Küçük elektrikli ev aletleri sektöründe üretimden gelen gücümüzü, çevreye duyarlı aksiyon planlarımızla destekliyoruz. Bildiğiniz gibi Avrupa Yeşil Mutabakatı, karbon salınımı 2030’a kadar yüzde 50 azaltmayı, 2050 yılında ise sıfır düzeyine çekmeyi öngörüyor. Doğaya ve çevreye saygılı iş süreçlerimizin çerçevesini “ürünlerimizin seçiminden üretimine, pazarlama stratejilerine, dağıtımına ve tüketimine, yeniden kullanımına yönelik geri dönüşümüne yönelik yaklaşım” olarak belirtebilirim. Büyüme ve pazarlama stratejimizi de bu çerçeveye göre oluşturduk. Üretimimizin özellikle enerji kısmında fark yaratacak yaklaşımlara önem veriyoruz. Daha az enerji tüketerek daha güçlü emiş gücüne sahip elektrikli süpürge

Google play 'DEN EDİNİN
App Store'dan İndirin

Türkiye'nin yükselen girişimcilik ruhu kendi dergisini yarattı. Capital ve Ekonomist dergilerinin kadroları tarafından hayata geçirilen girişim dünyasının en yenilikçi ve genç dergisi

Start Up, 29. sayısında da yine dopdolu ve ilham veren bir içerikle bayilerde...



Aynı zamanda tablet ve telefonlarınızda

StartupDergisi
StartupDergisi
startupdergisi

StartupDergi.com

yeni nesil GİRİŞİMCİNİN DERGİSİ

DB
DOĞAN BURDA DERGİ



üretimi yapmamızı bir örnek olarak verebilirim.

Son yıllarda sizi sektörünüzde ön plana çıkaran noktalar neler? Bu başarınızda sorumlu şirket olmanızın rolü nedir?
Tasarım ve Ar-Ge çalışmalarına verdiğimiz önem, bizim sektörde öne çıkan yönümüz. Bu sayede, üretim ve pazarlama süreçlerinde proaktif yaklaşım sergileyebiliyoruz. Döngüsel ekonomi hakkındaki farkındalığımız da aslında Ar-Ge çalışmalarımızda güçlendi. Arnica olarak tüm üretim ve pazarlama süreçlerimizi, günün gelişmeleri, değişen ihtiyaçlar ve çevresel faktörleri dikkate alarak planlıyoruz. Başarımızın temelinde yatan etmenlerin bunlar olduğunu söyleyebilirim.

Sektörünüzde paydaşlarınız ve çalışanlarınızda doğaya ve çevreye saygılı yaklaşımınız nasıl bir etki, değer yaratıyor?
Sürdürülebilir kalkınma anlayışımızı, dünyanın, ülkemizin ve şirketimizin kaynaklarını en doğru ve çevreci bir şekilde kullanma yaklaşımı yatıyor. Şirketimizin yönetim olarak sahip olduğu bu anlayış ve geliştirilen uygulamaların sahiplenilmesi, çalışanlarımızın çevre bilincini desteklemesinin yanı sıra şirkete yönelik aidiyet duygusunu da güçlendiriyor. Çalışanlarımızın fikirleri bizim için her zaman önemli. Geçen dönemlerde bir ustabaşının ürünlerin fabrika içinde taşınması için bant sisteminde yapılacak minik bir değişiklik önerisi bizim hem depolama hem de enerji tüketimi açısından efektif bir sonuç almamızı sağladı. Bu önerilerin temelinde çevreci yaklaşıma önem vermemizin yanı sıra çalışanlarımızın sözlerinin dikkate alınacağına dair güvenlerinin yattığını düşünüyorum. Paydaşlarımız da Arnica'nın üretim öncesi ve sonrası süreçlerdeki yaklaşımını bildiği için hammadde gibi konularda yenilikçi önerilerle gelebiliyor. Ayrıca küçük elektrikli ev aletleri sektörünün dünyaca ünlü firmaları için de üretim yapıyoruz. Bu da bizim Yeşil Mutabakat'ın gereklerini yerine getirme yolunda önemli adımlar attığımızın göstergesidir.

Önümüzdeki dönemde hem sektörünüz hem şirketiniz için daha iyi bir şirket olmak, daha iyi bir dünya yaratmaya katkıda bulunmak için neler yapmayı planlıyorsunuz?
Geri dönüştürülmüş malzemeden elde edilen hammadde kullanım miktarını artırmayı, üretim süreçlerindeki enerji tüketimimizi daha da azaltmayı, güçlü Ar-Ge merkezimiz sayesinde ürünlerin daha tasarım aşamasından itibaren çevreye duyarlı özelliklere sahip olacak şekilde hayata geçirilmesini planlıyoruz. Ayrıca insan kaynağımıza yönelik eğitimlerimizle çevreci yaklaşımı günlük yaşamın temel bir alışkanlığı hale getirmek istiyoruz. Bu da aslında tüketim biçimlerinin de çevreci olması konusunda hem çalışanlarımızın hem de tüketicilerin bilinçlendirilmesi anlamına geliyor. Müşterilerimize yönelik pazarlama faaliyetlerinde çevreci yaklaşımımızı gösteren bir stratejiyle hareket edeceğiz. ■

Ekonomist

BİR YILLIK ABONELİK (26 SAYI)

260₺

ÜCRETSİZ KARGO İLE ADRESE TESLİM!



























■ Kampanya stoklar ile sınırlıdır. Doğan Burda kampanya koşullarını değiştirme ve kampanyayı bitirme hakkını saklı tutar.
■ Kampanyada belirtilen koşullar www.dergiburda.com sitemizden yapılan satışlar için geçerlidir.

DB
DOĞAN BURDA DERGİ

www.dergiburda.com
abone@doganburda.com

0212 478 03 00

"İNSAN ODAKLI SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GELECEK İÇİN ÇALIŞIYORUZ"

Schneider Electric Türkiye, Orta Asya ve Pakistan Endüstri İş Birimi Genel Müdür Yardımcısı Esin Gül, insan odaklı sürdürülebilir bir gelecek için çalışmaya devam ettiklerini söylüyor. Gül, "İklim değişikliği denklemini çözmemize yardımcı olan iki temel teknoloji var: Dijital ve elektrik. Sürdürülebilir bir gelecek için dijital dönüşüm ve yeşil elektrik kritik önem taşıyor" diyor. Schneider Electric Türkiye, Orta Asya ve Pakistan Endüstri İş Birimi Genel Müdür Yardımcısı Esin Gül, Capital Green Busines için sürdürülebilir gelecek gündemlerini anlattı.

Schneider Electric, dünyada ve Türkiye'de nasıl bir üretim felsefesi ve prensibiyle hareket ediyor?

Schneider Electric olarak iklim değişikliğini dünyamız için birincil tehdit olarak algılıyoruz. İklim değişikliği, neslimizin en büyük sorunu ve önümüzdeki 10 yıl, bunun üstesinden gelmek için çok önemli olacak. Tüm faaliyetlerimizin kalbinde 'Life is On' anlayışımız yer alıyor. Misyonumuzu herkesi sahip olduğumuz enerji ve kaynakları daha verimli kullanmaya teşvik ederek, tüm toplum için gelişim ve sürdürülebilirlik arasında bir köprü kurmak şeklinde ifade ediyoruz. Bu felsefemizin ışığında, tüm insanlara yardım etmeye ve kaynaklarının daha azını kullanarak daha fazlasını üretmelerine yardımcı olmaya ve her yerde, herkes için ve her zaman hayatın devam etmesini sağlamaya odaklanıyoruz. Bu nedenle sürdürülebilirlik, şirket stratejimizin özünü oluşturuyor. Sürdürülebilirlik stratejimiz üç temel eksen üzerine oturuyor. Bunlar; 'enerji ikilemine çözüm aramak', 'paydaşlara örnek olmak' ve 'enerjinin olmadığı bölgelerde enerjiye erişim sağlamak'...

Şüphesiz, küresel salgın dünya perspektifimizi sonsuza kadar değiştirdi ve bizi doğal fenomenlere karşı ne kadar savunmasız olduğumuzu yeniden sorgulamaya itti.

Birçok kimse pandemik etkiyi kentleşme, küreselleşme ve nüfus yoğunluğunun birleşimine bağlıyor. Aslında bu birleşimin bir başka sonucu da artan karbondioksit (CO2) emisyonları ve diğer olumsuz çevresel etkiler. Acil durumlara odaklanma ihtiyacımıza rağmen, temel önceliklerimiz değişmedi. Neslimizin ana sorunu hala iklim değişikliği. Çünkü bu COVID-19 dalgasının arkasında bizi bir iklim değişikliği tsunamisi bekliyor. İyi haber şu ki, bunu öğrenen nesil olduk. Karbon emisyonlarının rotasını ve dolayısıyla iklim değişikliğini engelleyecek olan muhtemelen tek nesiliz.



Bazılarının ekoloji ve teknolojiyi birbirine zıt olarak gördüğü bir zamanda, gerçek şu ki, teknoloji; ilerleme ve sürdürülebilirlik arasında köprü kurmamızı sağlayarak daha güçlü bir esnekliğe yol açıyor. İklim değişikliği denklemini çözmemize yardımcı olan iki temel teknoloji var: Dijital ve elektrik. Schneider Electric olarak üretim felsefemizi bu iki teknoloji üzerinde konumlandırmış durumdayız. İnsanlığı dönüştüren ilk teknoloji dijitaldir. Düşünsenize dijital teknolojiler birlikte çalışma ve yaşama şeklimizi nasıl değiştirdi? İnternet önce insanları buluşturdu, şimdi yaşama ve çevremizle bağlantı kurma şeklimizde yeni bir devrim yaratıyor. Makineler makinelerle ve insanlar makinelerle iletişim kuracak. Dijitalleşme, akıllı evler, akıllı binalar, akıllı üretim, akıllı altyapı ve akıllı şehirlerle daha arzulanan bir gelecek, insan merkezli bir varoluş yaratıyor. Bu yenilikler, tükettiğimiz kaynakları daha iyi paylaşmamıza ve korumamıza yardımcı olmak için verileri ve dijital teknolojileri kullanıyor. Aslında hayatımızda uzun yıllardır var olan bir diğer önemli teknoloji ise 'yeşil' elektrik. Güneş enerjisi, mikro şebekeler, 'net sıfır' binaları ve elektrikli araçları düşünün. Enerjiyi karbondan arındırmanın tek yolu elektrik, bu yüzden çok daha fazla elektrikli olacak bir dünya için hazırlıklı olun. Ama gelecekte yenilenebilir elektrik olacak. Çünkü gelecek yeşildir.

Yeşil iş ve doğa dostu üretim anlayışınızdan bahseder misiniz?
Dünyayı daha yeşil ve daha adil hale getirme becerisi ve isteği bir ahlaki sorumluluğun ötesinde, iş açısından da anlamlı. COVID-19'un yanı sıra, iklimle ilişkili doğal afetler ve Paris İklim Sözleşmesi'nin beşinci yıldönümü ile hatırlanacak olan 2020 yılı, acilen eyleme geçilmesi gerektiğini bir kez daha gösterdi. Ayrıca müşterilerimizin daha düşük karbonlu bir dünyaya geçişlerini hızlandırma isteklerinin arttığını gördük. Endüstri sektörü dünyadaki toplam enerjinin yüzde 37'sini tüketirken sera gazının da yüzde 30'unu üretiyor. Biz de bu sektörde sürdürülebilirlik adına önemli potansiyel görüyoruz. Schneider Electric olarak çözümlerimizle bu hedeflere ulaşılmasına yardımcı olacağız. Globalde her yıl gelirimizin yüzde 5'ini Ar-Ge'ye ayırıyoruz. Bu kapsamda 2015 ve 2025 yılları arasında inovasyon ve Ar-Ge'ye 10 milyar Euro yatırım yapacağımızı açıkladık. Ar-Ge'miz, sürdürülebilirliği ve döngüselliği temel faktörler olarak tutarak yeniliği teşvik etmeye odaklı. Dünyadaki en büyük 500 küresel şirket, yılda 2,5 gigatondan fazla sera gazı emisyonu üretiyor. Bu ABD ve Çin dışarıda tutulursa, dünyadaki bütün ülkelerden daha fazla sera gazı emisyonu ürettikleri anlamına geliyor. Paris Anlaşması ışığında küresel ısınmayı 1,5 derecede sabitlemek, iklim değişikliğinin etkilerini en aza indirmek, atmosfere salınan sera gazını azaltmak için şirketlere önemli rol düşüyor. Sürekli geliştirdiğimiz teknolojimizle iş dünyası için bir anlamda yeni bir enerji dünyası inşa etmeyi sürdürüyoruz. Bu süreçte

müşterilerimizin zorlu hedeflerini gerçekleştirmelerinde, yeni iş modelleri geliştirmelerinde ve yatırım stratejilerini şekillendirmelerinde global uzmanlığımız ve EcoStruxure çözüm mimarimizle destek oluyoruz. EcoStruxure mimarisi altında bina, veri merkezi, endüstri ve altyapı sektörlerine sunduğumuz diijtal ve inovatif çözümlerimiz mevcut. Bu sayede müşterilerimizin verimliliği, kârlılığı ve güvenilirliğini garanti altına alıyoruz. Müşterilerimiz yine aynı mimari sayesinde enerji ve kaynak kullanımı verilerini kullanarak verimlilik ve karbondan arındırmaya odaklı bir strateji geliştirebiliyor.

Bu kapsamda dünyada ve Türkiye'de üretim tesislerinizin öne çıkan uygulamaları neler?
Türkiye'de kamu ve özel sektörde bu alanda artan bilinç doğrultusunda ihtiyaçlara cevap vermek ve Türkiye'nin enerji kaynaklarını daha verimli kullanmasına destek olmak amacıyla yatırımlarımıza pandeminin hakim olduğu 2020 yılında da devam ettik. Schneider Electric olarak bu dönemde enerji yönetimi alanında güvenilen ve danışılan bir iş ortağı olarak kurumların yanında olmanın önemini bir kez daha gördük. Bu nedenle, Türk iş dünyasına ve kamuya daha çevik ve esnek çözümler üreterek, enerji verimliliğini en üst düzeye çıkarmak için, endüstriyelleşme ve dijitalleşme açısından hızlı bir gelişme gösteren Türkiye'de Ortadoğu ve Afrika (MEA) coğrafyasındaki ilk inovasyon merkezini açmaktan gurur duyuyoruz. Enerjiyi verimli kullanarak sürdürülebilir bir iş, sürdürülebilir bir yaşam tasarlayabileceğimize ve bu alandaki yenilikçi girişimleri ülkemize taşımanın da önemine inanıyoruz. Bu amaçla, 2020 yılında Schneider Electric ve Solar Impulse Vakfı iş birliğiyle duyurduğumuz "Solar Impulse Efficient Solution" programıyla karbon nötr ekonomiye geçiş sürecinde, dünyanın kaynaklarını verimli kullanmaya ve korumaya odaklı geliştirilen 1.000 adet yenilikçi ürünü sertifikalandırmayı hedefliyoruz ve karbon nötr ekonomisine geçişte değer yaratacak ürün ya da çözüme sahip tüm girişimci ve start up'ları da bu sertifikasyon programına başvurmaya davet ediyoruz.

"GELECEĞE GÖTÜREN DENKLEM İÇİN ÇALIŞIYORUZ"

DÖRT BASİT DEĞİŞKEN Schneider Electric olarak, bizi ihtiyaç duyduğumuz dayanıklı ve sürdürülebilir geleceğe götüren denklemi bulmak için birçok düşünce kuruluşu ve şirketle çalışıyoruz. Denklemde dört basit değişken görüyoruz: Birinicisi dijital sayesinde her yerde çok daha verimli olabiliriz. İkinci değişken döngüsellik. Yaptığımız her şey bugün sahip olduğumuzdan daha döngüsel bir ekonomi geliştirmeyi sağlamakla ilgili. Üçüncüsüyse önümüzdeki yıllarda her şeydeki elektrik oranı ikiye katlanacak. Elektrik hakkında çok konuşuyoruz ama bugün tükettiğimiz enerjinin sadece yüzde 20'si elektrik. Bu oran, 20 yıl içinde iki katına yükselerek yüzde 40'a çıkacak. Yenilenebilirlik ise 4'üncü değişken. Bugün elektrik yalnızca yüzde 6 oranında yenilenebilir durumda. Ancak yakında bu oran da yüzde 40'a ulaşacak.

"BEKLEME LÜKSÜMÜZ YOK" Bu değişkenlerden birinin ötekine odaklanmaya başlamasını beklemeden, hepsinde hedeflerimizi paralel olarak gerçekleştirmeliyiz. Beklemek gibi bir lüksümüz yok. İklim değişikliğiyle mücadele etmek istiyorsak, tüm bu değişiklikleri hemen şimdi uygulamalıyız. COVID-19 temelleri değiştirmedi. Bunun yerine, çeviklik ve adaptasyon ihtiyacını vurguladı. Baskı altındaki bir ekonomide, kırılgan bir dünyada, farkındalık, verimlilik ve sürdürülebilirlik için bir çağrı. Her şirket, işlerini yapma biçimini daha iyiye doğru geliştirebilir ve daha sürdürülebilir olabilir. Schneider Electric olarak bu prensipler doğrultusunda ilerliyoruz.

Son 5 yılda bu anlamda Schneider'ın gelişimi nasıl oldu? Hangi hedeflere ulaştınız?
Schneider Electric olarak taahhüdümüz, 2030 yılına kadar net sıfır karbon emisyonuna sahip olmak ve bunu yapmanın yollarından biri de o tarihe kadar operasyonlarımız için yüzde 100 yenilenebilir enerji kaynağı kullanmak. Dünya genelinde 200'ün üzerinde fabrika, 100'den fazla dağıtım merkezine sahibiz. Türkiye'de 2 üretim merkezimizle 2020'nin sonunda zaten yüzde 80 seviyesindeydik. Bu olumlu katkı, Schneider Electric'in 2020'deki toplam

gelirlerinin yüzde 72'sini temsil eden 'Yeşil Gelirler' olarak ölçülüyor. Kısa bir süre önce, yeşil gelirimizi yüzde 80'e çıkarmaya söz verdiğimiz 2021-2025 Sürdürülebilirlik Taahhütleri'mizi açıkladık. Ayrıca, Schneider Electric inovasyon projelerinin yüzde 100'ü bu amaca uygun, yüzde 90'ından fazlası tamamen çevreci veya nötr. Yeşil ve nötr inovasyon, örneğin enerji ve süreç verimliliği ve kaynak optimizasyonu gibi, karbondan arındırılmış bir dünyaya katkıda bulunan her inovasyonla ilgili. Bu durum, iş stratejimizin iklime olan taahhütlerimizle nasıl uyumlu olduğunun bir kanıtı ve Schneider Electric olarak iklim üzerindeki etkimizi ölçme konusunda ciddiyiz.
Diğer yandan Schneider Electric olarak geçtiğimiz günlerde, sürdürülebilirlik kriterlerinde gösterdiğimiz güçlü performans nedeniyle, dünyada şirketlerin sürdürülebilirlik çalışmalarını değerlendiren Corporate Knights tarafından oluşturulan Corporate Knights 2021 Global 100 listesinde en üst sırada yer aldık.

Yeşil iş ve doğa dostu üretimde sizi zorlayan konular var mı?
Schneider Electric olarak endüstri standartlarındaki bazı eksikliklerin Dördüncü Sanayi Devrimi önünde engeller oluşturduğunu gözlemliyoruz. Bugün imalat ve üretim sektörü, kendine has sistemler, birbirleriyle iletişim kuramayan makineler, birbirinden izole iş süreçleri ve operasyonlardan oluşan bir dünyadan oluşuyor. McKinsey'nin bir araştırmasına göre Avrupa'da dijital potansiyelin sadece yüzde 12'si kullanılıyor. Accenture'ın yaptığı bir araştırma ise IoT ile optimize edilen üretim süreçlerinin ekonomiye trilyonlarca dolar kazandırabileceğini ortaya koyuyor. Endüstriyel alanda inovasyonlar için BT sektöründe olduğu gibi dijitalleşmeye açık ve standartlara dayalı bir yaklaşım benimsenmesi gerektiğine inanıyoruz. Yeni endüstriyel dünyayı akıllı, sürdürülebilir, güvenli, son derece üretken ve verimli bir şekilde inşa etmeyi amaçlıyoruz. Nesnelerin interneti entegrasyonuyla fabrikalarda imalat süreçlerinin toplam değerler zincirini optimize ederek, EcoStruxure platformuyla Endüstri 4.0 akıllı imalat konseptine öncülük edecek çalışmalara imza atıyoruz. Bu mimaride 'Bağlanabilir Cihazlar' olarak adlandırdığımız bu ekipmanlar bağlı oldukları prosese ilişkin binlerce veriyi sahip oldukları Ethernet altyapısı ile hızlı ve güvenilir bir şekilde üst katmanda yer alan kontrol ve izleme yazılımlarına hatta doğrudan bulut tabanlı çözümlere aktarabilecek düzeye geldi. Önümüzdeki dönemde asıl sıçrama yazılım alanında gerçekleşecek. Bu cihazlar tarafından üretilen büyük veriyi kayıt altına alacak, işleyecek ve yapay zekayla analiz ederek anlamlı bir yönlendirme sağlayacak. Bu yazılımlar sayesinde süreçler hızlanacak; çok daha kârlı, verimli ve çevik bir iş modeline geçiş yapacağız.

Tedarikçilerinizi de Yeşil İş ve Doğa Dostu Üretim kurallarıyla geliştiriyor musunuz?
Sürdürülebilirlik taahhütlerimiz sadece kendi operasyonlarımızda sürdürülebilir olmamızı sağlamakla sınırlı değil, aynı zamanda müşterilerimizin de daha sürdürülebilir olmasına yardımcı oluyoruz. Müşterilerimiz, çalışanlarımız, iş ortaklarımız ve yatırımcılar şu anda çevresel, sosyal ve yönetişimsel konularla hiçbir zaman olmadığı kadar ilgili. 2021-2025 Sürdürülebilirlik Taahhütleri'mizden biri de müşterilerimizin 800 milyon ton CO2'den kaçınması için destek vermek. EcoStruxure mimarisi altında bina, veri merkezi, endüstri ve altyapı sektörlerine sunduğumuz diijtal ve inovatif çözümlerimiz mevcut. Bu sayede müşterilerimizin verimliliği, kârlılığı ve güvenilirliğini garanti altına alıyoruz. Yine aynı mimari sayesinde enerji ve kaynak kullanımı verilerini kullanarak verimlilik ve karbondan arındırmaya odaklı bir strateji geliştirebiliyorlar. Böylelikle müşterilerimiz 2020 yılında 100.000 milyon metrik ton CO2 emisyonunu önledi. Aynı zamanda EcoStruxure çözümüyle sağladığı karbon emisyonu tasarrufunu da 4 katına çıkarıyoruz.
Schneider Electric olarak, kendi işimizin yanı sıra müşterilerimizin, iş ortaklarımızın ve genişletilmiş tedarik zincirinin çevresel etkilerini azaltmayı amaçlıyoruz. Bunun için gıda değer zincirinin her aşamasında gelişmiş sürdürülebilirlik, verimlilik ve izlenebilirliğe yönelik dijital dönüşüm yolculuklarında yiyecek ve içecek üreticilerine yardımcı olmak için dijital çözümler ve hizmetler sunuyoruz. Electrics EcoStruxure™ çözümü yiyecek ve içecek sektöründe, enerji verimliliğinde yaklaşık yüzde 30 maliyet tasarruf elde edilmesini ve CO2 ayak izinin yaklaşık yüzde 20 azaltılmasını sağlıyor. ■

"SÜRDÜRÜLEBİLİR DEĞER YARATACAĞIZ"

Sektörünün öncülerinden Toyo Matbaa Mürekkepleri, önceliklerini sürdürülebilirlik çerçevesinde belirliyor. Şirket, dünyayı daha yaşanabilir hale getirmek için Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne imza attı. Yakında sürdürebilirlik hedefleri doğrultusunda tüm kaynaklarını kullanma, performansını sürekli gözden geçirerek ilerlemelerini yıllık raporlarla tüm paydaşlarına sunmaya hazırlanıyor.

Dünyanın en büyük mürekkep üreticilerinden Japonya merkezli Toyo Ink Group'a bağlı olan Toyo Matbaa Mürekkepleri, globalden aldığı destek, ihracatta yakaladığı başarı ve "Toplam Ambalaj Çözümü" olarak tanımladığı ürün gruplarıyla sektörde öncü durumda. Tüm iş süreçlerini sürdürülebilirlik çerçevesinde ilerleten Toyo Matbaa Mürekkepleri, bu amaçla geçtiğimiz günlerde Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne imza attı. Ayrıca şirket, sürdürebilirlik hedefleri doğrultusunda tüm kaynaklarını kullanmayı, hedef ve performansını sürekli gözden geçirerek ilerlemesini yıllık raporlarla şeffaflık doğrultusunda tüm paydaşlarına sunmaya da hazırlanıyor. Şirketin gelecek hedefleri içinde mevcut Ar-Ge merkezinin yaklaşık dört katı büyüklüğünde yeni bir merkez kurmayı planı da var.
Toyo Matbaa Mürekkepleri Yönetim Sistemleri Direktörü Burcu Atakay ve Ofset Ar-Ge ve Teknik Destek Müdürü Rukiye Kiter ile yeşil iş anlayışlarını, burada attıkları adımları ve gelecek planlarını konuştuk:

Toyo Matbaa Mürekkepleri şirketinizden bahseder misiniz? Son yıllarda nasıl bir büyüme hikayeniz oldu? Sizi sektörünüzde ön plana çıkaran hizmetler neler?
Atakay: Dünyanın en büyük mürekkep üreticilerinden Japonya merkezli Toyo Ink Group'a bağlı olan Toyo Matbaa Mürekkepleri, Türkiye'nin mürekkep sektörüne yön veren markaları arasında. Ambalaj ve basım sektörlerinin ihtiyaçlarına en iyi çözümü sunacak ürünlerin üretimini Manisa Organize Sanayi Bölgesi'nde ve İstanbul'da bulunan Renk Yapım Merkezi'nde gerçekleştiriyoruz. Veb Ofset Mürekkepleri, Tabaka Ofset Mürekkepleri, Serigrafi Mürekkepleri, Likit Mürekkepleri, Metal Ambalaj Sistemleri kategorisinde aynı çatı altında Ar-Ge ve üretim yapan tek şirketiz. Aynı zamanda Laminasyon Tutkalları, Dijital Mürekkepler, Plastik Renklendiriciler gibi ürün gruplarının da satışını yürütüyoruz.
Türkiye'nin ilk mürekkep üreticisi olarak faaliyet gösteren şirketimiz, 2016 yılından itibaren Toyo Ink Group çatısı altında çalışmalarını sürdüyor. Globalden aldığımız destek, ihracatta yakaladığımız başarı, şirketimizi her zaman ileriye taşıyacak uygulamalar ve "Toplam Ambalaj Çözümü" olarak tanımladığımız ürün gruplarımız bizim büyüme hikayemizi şekillendiriyor. Bu başarımızda en önemli unsur, tüm süreçleri sürdürülebilirlik çerçevesinde ilerletmemiz. Yaptığımız çalışmalara birkaç örnek vermem gerekirse, Toyo Ink Group, Türkiye'nin nüfus yapısı ve büyüme potansiyelini değerlendirdiğinde hızlı büyüme potansiyelini görerek Türkiye'yi, Avrupa, Afrika, Rusya ve Orta Doğu'dan oluşan geniş bir coğrafya için üretim ve satış üssü olarak seçti. Tüm bunlarla birlikte, 2014 yılında katıldığımız Ulusal Kalite Hareketi ile EFQM Mükemmellik Modeli'ni şirketimizde uygulamaya başladık. KalDer'in 2018 yılında düzenlediği ödüllerde "Yaratıcılık ve Yenileşimden Yararlanma" kategorisinde Türkiye Mükemmellik Ödülü'nü kazandık. Matbaa mürekkepleri sektöründe ülkemizde EFQM modelini uygulayan ilk şirketiz. Ayrıca Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından düzenlenen 2016 İnovaLİG yarışmasında 'İnovasyon

TOYO INK





Organizasyonu ve Kültürü Kategorisinde' Türkiye ikinciliğini kazandık. Ödül süreçlerinde yer almak, öz değerlendirmemizi yaparak gelişim alanlarımızı keşfetme ve sürekli iyileştirme faaliyetlerine odaklanma fırsatı sağladı.

Kiter: Ayrıca ilk kurulduğumuz yıldan itibaren Ar-Ge faaliyetlerini sürdürüyoruz. 2017 yılında Türkiye'nin ilk mürekkep Ar-Ge Merkezi olma unvanını elde ettik. Çalışmaları devam eden yeni tesisimizde, mevcut Ar-Ge merkezinin yaklaşık dört katı büyüklüğünde yeni bir merkez kurmayı planlıyoruz. Tüm iş süreçlerimizde iş ortaklarımızın beklenti ve isteklerini merkeze alarak ihtiyaçlarına yönelik özel ürün tasarımlarımız, ücretsiz sunduğumuz ve müşterilerimizin süreçlerine değer katan teknik destek hizmetlerimiz ve tüm paydaşlarımızla kurduğumuz iletişimimizi öne çıkaran uygulamalarımız olarak gösterebiliriz.

Bu başarınızda sorumlu şirket olmanın rolü nedir?

Atakay: Toyo Ink Group'un insan odaklı felsefe sistemini benimseyerek tüm çalışmalarımızı bu görüşün ışığında yürütüyoruz. Toyo Ink Group, yenileşim ve bilimi amaçlayan uzun vadeli kurumsal stratejisini 2027 yılına kadar Yaşayan Canlı Bir Dünya (For a Vibrant World) mottosu ile belirledi ve geçtiğimiz yıllarda da dünyaya duyurdu. Parçası olduğumuz Toyo Ink Group ile birlikte dünya çapında yaşamın ve kültürün zenginleştirilmesine katkıda bulunan, gelecek nesillere canlı bir dünya bırakmaya yönelik doğal kaynakları ve ekosistemi koruyan bir şirket olmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu amaçlara ulaşmak için Kalite, Çevre, Enerji, Müşteri Memnuniyeti, İş Sağlığı ve Güvenliği yönetim sistemi belgeleriyle birlikte geçtiğimiz yıl COVID-19 Güvenli Üretim ve Sıfır Atık Belgesi'ni alan şirketimiz tüm süreçlerinde risk ve fırsatları değerlendiriyor. Paydaşlarımızın beklentileri doğrultusunda faaliyetlerimizi gerçekleştirmek için başta yasal sorumluluklarımızı yerine getirerek sürekli iyileştirmeler yapıyoruz.

Yeşil iş stratejinizi paylaşır mısınız?

Atakay: Bizler, her alanda sürdürülebilirliğin uygulanması gerektiğini düşünüyor ve önceliklerimizi bu çerçevede belirliyoruz. Bu doğrultuda amacımızı sürdürülebilir kılmak, dünyamızı daha yaşanabilir hale getirmek ve küresel mücadeleye hizmet etmek için geçtiğimiz günlerde Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne imza atarak dünyanın en büyük kurumsal sürdürülebilirlik hareketine katıldık. Toyo Ink Group çatısı altında Çevre&Güvenlik Temel İlkeleri ve Eylem Politikalarına uygun olarak yeşil iş stratejilerimizden ve uygulamalarımızdan kısaca bahsetmem gerekirse, sürdürebilirlik hedeflerimiz doğrultusunda tüm kaynaklarımızı kullanmayı, hedef ve performansımızı sürekli gözden geçirerek ilerlememizi yıllık raporlarla şeffaflık doğrultusunda tüm paydaşlarımıza sunacağız. Sürdürülebilirlik etkilerimizi ve ekonomik, sosyal, çevresel sorumluluklarımızı yasaların ötesinde yönetmeyi, yenilikçi fikir, yatırım ve ürünlerle paydaşlarımıza sürdürülebilir değer yaratmayı hedefliyoruz.

Doğaya ve çevreye saygı çerçevesinde iş süreçlerinizi nasıl yürütüyorsunuz?

Atakay: Düzenli üretim sahası kontrolleri, ölçümleri ve takibi yapıyoruz. Her zaman ürün ve faaliyetlerimize ait riskleri değerlendiriyor ve çevre boyutlarımızı belirliyoruz. Bu faaliyetlerimiz sürdürülebilirlik stratejilerimize baz oluşturuyor ve aksiyon planlarıyla yönetiliyor. Bu doğrultuda, sürdürülebilirlik hedeflerimizle üretmeye, çalışmaya ve dönüştürmeye devam ediyoruz. Ar-Ge Merkezimizle çalışarak tehlikeli kimyasalların takibini ve kontrolünü gerçekleştiriyoruz. İnsan, doğa ve çevreye olan etkilerini minimuma indirmeye çalışıyoruz. Tüm hammaddeler dahil tüm ürünlerin kaza durumunda çevreye verebileceği zararları dikkate alarak ürün ambalaj seçimi ve ürün güvenlik bilgilerini müşterilerimizle paylaşarak bilgilendiriyoruz.

Kiter: "Yaşayan Canlı Bir Dünya İçin" mottosunu benimseyerek yaşamın her alanında inovatif teknolojilerle öne çıkmayı hedefleyen şirketimiz, gıda güvenliği, insan ve çevre sağlığının korunmasına katkı sağlamak amacıyla ürünler geliştirmeyi hedefliyor. Gıda ambalajı üretiminde kullanılan ürün

tasarımlarımızda, gıda güvenliğinin sağlanması ve regülasyonlara uygun ürün üretilmesi öncelikli sorumluluğumuz. Ar-Ge Merkezimizde geliştirilen ürünlerin üretimleri esnasında enerjinin verimli kullanılmasını, geri dönüştürülebilir kaynaklardan elde edilen hammaddelerin kullanılmasını ürün ve proses tasarımlarımızda göz önünde bulunduruyoruz. Yürütülen projelerde iç ve dış tüm paydaşlarla iş birliği yapılarak nitelikli işgücünün gelişimiyle ülke ekonomimizde sürdürülebilir büyüme için katkı sağlıyoruz.

Doğaya ve çevreye saygılı yaklaşımınız nasıl bir değer yaratıyor?

Atakay: Kimyasal madde kullanan ve üreten bir firma olarak her zaman insana, doğaya ve çevreye saygılı bir üretim gerçekleştirmeye gayret ve özen gösteriyoruz. Kimyasalların taşınması, depolanması, üretimde kullanılması ve ürünlerimizin sevk edilmesi sırasında olumsuz durum yaşanmaması için tüm yasal gereklilikleri yerine getiriyoruz. Çevre ve insan sağlığını gözeterek kullandığımız tüm kimyasalları regülasyonlar çerçevesinde seçiyoruz. 2021 yılında bu gayretimizi, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni imzalayarak ekonomik, çevresel ve sosyal konularda belirlenen ilkelere uygun olarak harmanladık. İş faaliyetlerimizi de paydaşlar açısından bu kriterler doğrultusunda değerlendirerek, toplumsal sorumluluklarımızı yerine getiriyoruz. Ek olarak faaliyetlerimizi sosyal medya hesaplarımızda ve web sitemizde paylaşarak paydaşlarımızın bilgilenmesini sağlıyoruz. Çalışan, müşteri ve toplumsal algı anketleri yaparak tüm paydaşlarımızdan almış olduğumuz geri bildirimlerle çalışmalarımıza yön veriyoruz.

Kiter: Ar-Ge Merkezimizde geri dönüştürülebilir kaynaklardan elde edilen hammaddeleri kullanmaya, su bazlı ve bitkisel yağ bazlı ürünler geliştirmeye, insan sağlığı ve çevreyle uyumlu ürünler üretmeye özen gösteriyoruz. Gıda güvenliği için uluslararası akredite kurumlardan aldığımız sertifikalarla doğaya ve çevreye ek olarak iş ortaklarımızın süreçlerine de katkı sağlıyoruz.

Önümüzdeki dönemde daha iyi bir dünya yaratmaya katkıda bulunmak için neler yapmayı planlıyorsunuz?

Atakay: İleri teknoloji, kaliteli ürün ve hizmet sunmanın yanında dünya çapında yaşamın ve kültürün zenginleştirilmesinde de katkıda bulunan bir şirket olmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu doğrultuda karbondioksit emisyonlarının azaltılması, karbon ve su ayak izi çalışmalarının geliştirilmesi, geri dönüştürülebilir kaynaklardan üretilen, düşük organik uçucu bilişenler (VOC) düşük kokulu ürünlerin geliştirilmesi, kimyasalların yönetimiyle etkilerinin aza indirilmesi ve imzacısı olduğumuz Kadınların Güçlendirilmesi Prensipleri (WEP's) çerçevesinde kadın çalışan oranımızın artırılması gibi başlıkları yakın dönem hedeflerimiz arasında gösterebiliriz. ■

"ÖNEMLİ ADIMLAR ATTIK"

"SEKTÖRDE ÖNCÜYÜZ" Toyo Matbaa Mürekkepleri Yönetim Sistemleri Direktörü Burcu Atakay, son yıllarda doğa ve çevreye saygı çerçevesinde yaptıkları uygulamaları şöyle aktarıyor: "2016 yılında Enerji Bakanlığı'nın UNIDO Enerji Verimliliği kapsamındaki projeye dahil olduk ve enerji sistemimizi ilgili uzmanlarla inceleme ve iyileştirme fırsatını elde ettik. Solvent geri kazanımı projesini hayata geçirdik. 2019 yılında şirketimiz, kimya endüstrisinin gönüllülük esasıyla katılım sağlanan Üçlü Sorumluluk®'a (Responsible Care®) imza atarak matbaa mürekkepleri sektöründe öncü firma olarak yerini aldı. Son olarak, atıklarımızı geri dönüşüme kazandırarak kaynakların daha verimli kullanılması ve israfın önlenmesi için adım attık ve 2020 yılında Sıfır Atık yönetim sistem belgemizi aldık."

"KARBON SALIMINI AZALTTIK" Toyo Matbaa Mürekkepleri Ofset Ar-Ge ve Teknik Destek Müdürü Rukiye Kiter, "Ar-Ge Merkezi olarak ambalaj sektöründe kullanılan mürekkeplerimizde petrol bazlı mineral yağlarının kullanılmadığı, bitkisel kaynaklı hammaddelerin kullanıldığı ürün serileri geliştirdik ve pazara sunduk. Bitkisel yağ bazlı bu ürün serileriyle karbon salınımının azaltılmasına destek olduk ve bu ürünlere geçişle ürün bazlı karbon emisyonlarında yüzde 90 azalma sağladık. Gıda güvenliği, insan ve çevre sağlığının korunmasına katkı sağlamak amacıyla kağıt ve karton gıda ambalajlarında kullanılabilen ve akredite laboratuvarlar tarafından onaylanan, düşük koku/düşük migrasyon değerlerine sahip mürekkep serimizin, iyi üretim uygulamaları kapsamında (GMP) Manisa fabrikamızda üretimine başladık. Ülkemizde bu tip ürünler ithal ediliyordu, Türkiye'de ilk defa tasarımı ve üretimi Toyo Matbaa Mürekkepleri tarafından gerçekleştirildi" şeklinde konuşuyor.

LİDERLERİN DERGİSİ

İŞ İNSANLARI VE CEO'LARIN YAŞAMLARI BU ÖZEL DERGİDE... KAÇIRMAYIN!



BAHAR SAYISI BAYİNİZDE

DİJİTAL DERGİLİK UYGULAMALARINDAN DA OKUYABİLİRSİNİZ

ANDROID APP ON Google play

Available on the App Store

Üç ayda bir yayımlanır

DB DOĞAN BURDA DERGİ

“YEŞİL İŞE GEÇİŞ DOĞAL SERMAYENİN ÖZÜNÜ OLUŞTURUYOR”

Sürdürülebilir üretim ve yeşil iş konusunda danışmanlık ve eğitimler veren TULIP Eğitim ve Danışmanlık Kurucusu ve Genel Müdürü Şafak Özsoy, “Yeşil işe geçiş doğal sermayenin özünü oluşturuyor. Şirketlerin, doğal sermayeyle ilişkilerini ortaya çıkararak seçecekleri uygun modellerle, havaya, suya, toprağa ve atık olarak doğaya verdikleri ayak izlerine odaklanmaları ve beraberinde, enerji kullanımlarını karbondan arındıracakları bir sürece kendilerini taşımaları şart” diyor. TULIP Eğitim ve Danışmanlık Kurucusu ve Genel Müdürü Şafak Özsoy, sorularımızı şöyle yanıtladı:

Şirketlere yeşil iş ve doğa dostu üretim konusunda nasıl bir danışmanlık veriyorsunuz?
TULIP Eğitim ve Danışmanlık olarak sürdürülebilir yönetim odağında üretilmiş sermaye, doğal ve sosyal sermayenin kurumların çekirdek iş süreçleriyle birlikte ele alınması odağında danışmanlık veriyoruz. Kısaca şirket ve kurumlara çevre yönetiminin süreçlere nasıl entegre edilebileceğini, doğaya saygılı üretimle uzun soluklu rekabet edilebilirlik konularında destek veriyoruz. Bu çerçevede, önemli çevresel boyutların yönetimi kapsamında çalışıyoruz. Yasal şartların yerine getirilmesi için çevre danışmanlık hizmeti de veriyoruz. T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş çevre danışmanlık, petrol ve diğer zararlıların denizde yaratacağı kirliliğe müdahale kapsamında risk değerlendirme ve acil müdahale planı hazırlama yetkilerimiz de bulunuyor. Çevre mevzuatı çerçevesinde şirketlerin ve kurumların yasal süreçlerini yönetmek, beşikten mezara yaklaşımı içinde sera gazı emisyonlarının hesaplanması, de-karbonizasyona yani enerjinin karbondan arındırılması özelinde risk değerlendirme çalışmaları, sürdürülebilirliğinin çevresel ve sosyal şartlarına göre şirketlere uygun sürdürülebilirlik modellerinin tasarlanması ana iş alanımızı oluşturuyor.
Sıfır atığın iş süreçleriyle entegre edilerek hayat döngüsü kapsamında atık azaltımı, döngüsel ekonominin şirketlerle buluşması yani artık ve atıkların diğer sektörlerle nasıl entegre edileceği, proses dönüşümleri, çalıştığımız diğer alanlar arasında yer alıyor. Sürdürülebilirlik performans göstergelerinin izlenmesi ve şirketlerin kurumsal yönetime taşınmaları odağında çalışmalarımızı eğitim ve danışmanlık olarak vermekteyiz. Operasyonel süreçlerden stratejik süreçlere geçişin tasarlanması ve sürdürülebilirlik raporlaması ile entegre raporlama ağırlıklı olarak odaklandığımız dönüşüm projelerimiz.



Yeşil iş ve doğa dostu üretimin temel prensipleri neler?
Yeşil işe geçiş doğal sermayenin özünü oluşturuyor. Şirketlerin, doğal sermayeyle ilişkilerini ortaya çıkararak seçecekleri uygun modellerle, havaya, suya, toprağa ve atık olarak doğaya verdikleri ayak izlerine odaklanmaları ve beraberinde, enerji kullanımlarını karbondan arındıracakları bir sürece kendilerini taşımaları şart. Bununla birlikte aynı konu tüm tedarik zinciri için de geçerli. İklim değişikliğine bağlı risk analizi artık kaçınılmaz olarak iş modellerine entegre olmak zorunda. Aynı zamanda su ayak izi, kuraklığın giderek hissedildiği ve hatta su fakiri ülkeler statüsünde olmamız nedeniyle suyla ilgili tüm proseslerin tekrar gözden geçirilmesi gerekiyor.

Bu kapsamda dünyada ve Türkiye'de öne çıkan uygulamalar neler?
Türkiye'de ve dünyada sürdürülebilir yönetim modeli içinde şirketlerin kurumsal yapılandırma süreçlerini

daha fazla görmeye başladık. Ülkemizde istenen hızda bir ilerleme olmasa da iklim risklerinin yönetimi ve enerjinin karbondan arındırılması ve böylelikle iklim değişikliğiyle mücadele önem kazanmaya devam edecek. Bu anlamda şirketlerin etkisini ölçebilecekleri, modellere kayış söz konusu. Biz, iklim risklerinin analizi ve böylelikle şirketlerin odaklanmaları gereken risk ve fırsatlara destek vermekteyiz. Ayrıca boşluk analizi yaparak, çevresel ve sosyal performanslarını ölçmek ve sonrasında sürdürülebilirlik stratejilerinin oluşturulması, izlenmesinde destek oluyoruz. Değer zincirinin iklim ve su özelinde ayak izi uygulamaları ve bu çerçevede ürün farklılaştırma çözümlerinin yaygınlaşarak devamını göreceğiz. Ürünlerinin daha küçük ambalajlarla müşterilere ulaştırma, depolama ve taşıma kaynaklı emisyon azaltmadan tutun da, gündelik hayattaki alışkanlıklara kadar sürecek bir özel iklim dönüşümü içindeyiz. Kısaca, proses kaynaklı ve enerji kaynaklı sera gazı emisyonlarının nötrlenmesi, bir ölçümlemeyi ve sonrasında da kararlı adımlarla karbon nötr bir geleceğe geçişi şirketler açısından zorunlu kılıyor. Bu anlamda, özellikle tedarik zincirinde küresel şirketlerin önemli iyileştirmeleri hayata geçirdiklerini görüyoruz.

Yeşil iş ve doğa dostu üretimde şirketleri zorlayan konular var mı?

Özendirici tedbirlerin politika yapıcılar tarafından sanayiyle eş zamanlı uygulamaya geçmesi daha çok şirketin hızlı ve çevreci dönüşümlerine katkı sağlayacak. Ayrıca enerji odağında fosil kaynakların kademeli olarak de-karbonizasyona geçişinin acilen planlanmasının ve toplumun bu anlamda yenilenebilir enerji üreticileri haline dönüşümlerinin de yolu açılmalı.
Ve yine enerji verimliliği yüksek ürünlerin piyasa şartlarında rekabet edebilir olmalarının özendirilmesi şart.

Pandemi tüketicilerde de bu anlamda yeni bir bilinç seviyesi oluşturdu. Bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Pandemide dijital yatkınlık süreçlere yansıtıldı ve hızla dijital platformlara dönüşte bir ivme sağlandı. Ayrıca şirketler teknolojik alt yapılarında kısa sürede iyileştirmelerle pandemi gibi olağanüstü bir durumda rekabet edebilmeyi başardı. Öte yandan ülkemizde ağırlıklı olarak hissedilmese de iklim risklerinin ve enerji dönüşümünün yansımalarının şirketlere ciddi etkileri olacağı aşikar. Kısaca doğal sermayenin ağırlığı giderek hissedilir ölçüde kendini gösteriyor. Bu anlamda maalesef ülkemizde hızlı bir ilerleme olduğunu düşünmüyorum. Mesela sera gazı emisyonlarının kapsam 1 ve kapsam 2 olarak tedarik zincirleri dahil olmak üzere izlenmesi, ciddi azaltım ve adaptasyon çalışmalarının yansımalarını maalesef pek göremiyoruz. Dünyada 40'ın üzerinde lider 2050'ye dair karbon nötr hedeflerini ilan etti. Bu dönüşümün bizde tüketici ve şirketler nezdinde yansımalarının olabilmesi için yeşil iş odaklı bir büyümenin özendirileceği ulusal stratejilere ihtiyaç var. Küresel ölçekteki şirketlerle, küçük ve orta ölçekli şirketlerin yönetim modellerinde ve beraberinde yeşil iş stratejilerine geçişte ciddi farklılıkların oluştuğunu düşünüyorum.

Şirketler ekosistemlerindeki tedarikçileri de yeşil iş ve doğa dostu üretim

"SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PROGRAMLARIMIZI KÜRESELE TAŞIDIK"

TÜRKİYE'DE İLK TULIP olarak, kurumsal hizmetlerimizi şehirler ölçeğine de taşıyarak, Sürdürülebilir Şehirler Sertifika programını Türkiye'de ilk kez başlattık. Kurumsal Sürdürülebilirlik Programımız dijital platformlarda gayet verimli ve iyi ilerliyor.

STRATEJİK ÇÖZÜMLER Şu anda küreselde de çalışma yapıyoruz. Entegre ve sürdürülebilirlik raporlaması ile şirketlerin sürdürülebilir yönetime geçişlerinde stratejik çözümlerle ilerliyoruz.



kurallarıyla geliştiriyor mu? Burada neler yapılmalı?
Kurumsal sürdürülebilirliğin kavramdan uygulamaya geçişinin örneklerini ülkemizde de görüyoruz. Cesur adımlara ihtiyaç var. Tedarikçilerin rekabet etme üstünlüğü sağlamaları doğal sermaye odağında sistemsel düşünme modelini uygulamaya sokmalarıyla ilintili. Sürdürülebilir yönetimde bütüncül yaklaşım gerekli. TULIP Eğitim ve Danışmanlık olarak kurumsal sürdürülebilirlik sertifika programımızla sürdürülebilir yönetimin şirketler tarafından anlaşılmasına destek sağlıyoruz. Stratejinin operasyonel süreçlere yansımasında, geri dönüşüm ve sıfır atık felsefesi içinde iş ve hizmetlerin tasarlanması ancak bilinçli bir tüketici ve iş dünyası ile mümkün.

Yeşil mutabakat bu konuda Türk şirketlerinin önünü açacak mı?
Yeşil mutabakat iklim değişikliği baskısıyla enerji dönüşümünü ve beraberinde ticaretin iklim odağında yeniden tasarlanmasını gerekli kılan bir stratejik dönüşümü amaçlıyor. Başta iklim kanunu ve alt uygulama yönetmelikleri, şirket yapılanmalarında ciddi dönüşümlerin başlangıcı. Bu, Türk şirketleri için de ilham verici olabilir hatta olmalı. Enerji verimliliği, binaların enerji verimliliği yüksek yapılara dönüşümü, ulaşım sektöründe inovasyon çalışmaları, temiz teknolojiler ve döngüsel ekonomiye geçişte kapsamlı inovasyon çalışmaları Türk şirketleri için önemli bir fırsat. Bunun aynı zamanda şirket yapılanmalarında sürdürülebilir yönetime geçiş için de bir fırsat olduğunu düşünüyorum. Önümüzdeki on yılda özellikle kömür ve petrole dayalı sektörlerden alternatif enerji kaynaklarına doğru geçişte fırsatlar olduğu açık. Bu fırsatların operasyonel fırsatlar, inovasyon fırsatları, bilgi ve gelişim, ürün çeşitliliği, insan kaynaklarında dönüşüm ve yeni bir organizasyonel yapılanma başlıklarında olacağını düşünüyorum. Ayrıca iklim müdürlükleri, proseslerde enerjinin karbondan arındırılması esaslı inovasyon bölüm müdürlükleri ve sürdürülebilirlikten sorumlu başkan yardımcılıklarına kadar gidecek yönetim kademelerinde stratejik yapılandırmaların oluşacağını düşünüyorum. ■

VAKIFBANK, ÜST ÜSTE İKİ YIL KARBON NEGATİF KURULUŞ OLDU

Sürdürülebilir bankacılık yaklaşımıyla çevresel, sosyal ve yönetimsel performansını geliştirmeye devam eden VakıfBank, 2020 yılında da sera gazı emisyonlarından fazlasını dengeleyerek Karbon Negatif kuruluş olmayı sürdürdü.

Sürdürülebilirlik çalışmalarıyla uluslararası platformlarda yer alan ve ilkleri gerçekleştirerek sektöre öncülük eden VakıfBank, daha yaşanabilir bir gelecek için iklim değişikliğiyle mücadeleye katkıda bulunmayı sürdürüyor. Bu kapsamda 2019 yılında tüm sera gazı emisyonlarından fazlasını dengeleyerek önemli bir adım atan VakıfBank, 2020 yılında da aynı yüksek performansı sergiledi ve iki yıl üst üste Karbon Negatif kuruluş oldu.

"Yenilenebilir kaynaklardan üretilmiş elektrik payını yüzde 50'nin üzerine taşıyacağız"

Uluslararası sürdürülebilirlik standartlarına uygun bir dönüşüm gerçekleştirdiklerini belirten VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Alaattin Şimşek, şöyle konuştu: "VakıfBank olarak bankacılık faaliyetlerimizi sürdürülebilir bir anlayış içerisinde yürütüyoruz. 2014 yılından bu yana Karbon Saydamlık Projesi Raporu (CDP) yayınlıyor ve BIST Sürdürülebilirlik endeksinde, 2014 yılında kurulduğu ilk günden beri yer alıyoruz.



Kapsamlı ve hassas enerji ve emisyon yönetimimiz sayesinde sürdürülebilirlik performansımızı her yıl biraz daha artırıyoruz. 2019 yılında 53.413 tCO2e olarak gerçekleşen toplam emisyon miktarımızı 2020 yılında yaklaşık yüzde 25 azaltarak 40.429 tCO2e seviyesine indirdik. Yenilenebilir enerjinin desteklenmesi amacıyla ISO 14064 sertifikası ile doğrulanan bu miktarın karşılığı olarak, temiz enerji kaynaklarından üretilen 45.000 Doğrulanmış Karbon Birimi alarak Karbon Negatif kuruluş olma konumumuzu koruduk. 2021 yılında hedeflerimizi daha da yükselterek ilerliyoruz. Bu yıl yenilenebilir kaynaklardan üretilmiş elektrik payını yüzde 50'nin üzerine taşımayı hedefliyoruz."

"Sürdürülebilir finansmanda fırsatları değerlendiriyoruz"

Topluma ve çevreye katkıda bulunma anlayışıyla yürüttükleri faaliyetlere değinen Şimşek, "Sorumlu ve yeşil finansman konularında aktif rol oynamaya devam ediyoruz. Finansman sağladığımız projeler ile hem doğrudan hem de dolaylı olarak olumlu etki yaratmaya odaklanıyoruz. Finansmanda çevre dostu projelere, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji projelerine öncelik tanıyoruz. Olumlu etkinin devamlılığını takip etmeyi sorumluluğumuz olarak görüyor, projelerin yatırım ve işletme dönemlerinde çevresel ve sosyal performanslarını ve verilen taahhütleri gerçekleştirme durumlarını takip ediyoruz" dedi.



SÜRDÜRÜLEBİLİR YÖNETİM VE RAPORLAMA DANIŞMANLIĞI



KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DANIŞMANLIĞI

Tel: 0216 302 56 99- 507 588 38 85
info@tulipconsultants.com - www.tulipconsultants.com
twitter.com/Tulip_Consultan

İYİLİKLE
GÜÇLENİYORUZ

İyilikle güçlenecek yarınlar için çevreyi korumaya devam ediyoruz

P&G olarak insanı veya çevreyi olumsuz etkileyebilen sorunlara şirketlerin tepkisiz kalamayacağına, markaların da kurumsal vatandaş olarak sorumlulukları olduğuna inanıyoruz. Bu bakış açısıyla ve dünyada olumlu anlamda fark yaratma amacıyla, markalarımızın da gücüyle kendimizi dünyada iyiliğin ve gelişimin gücü olarak konumlandırıyor, iyilikle güçlenebileceğimize inanıyoruz. P&G olarak Türkiye'de ürünlerimizle ve topluma katkı programlarımızla yaşamları iyileştirmekten gurur duyuyor, tüm kalbimizle iyilik için bir güç olarak çalışmaya devam ediyoruz.



ALO ARIEL BRAUN FAIRY Febreze Fixodent Gillette head & shoulders
Herbal Essences ipana Old Spice Oral-B Orkid PANTENE Prima TAMPAX Venus VICKS

QR Kod aracılığıyla, tüm kurumsal vatandaşlık çalışmalarımız hakkında detaylı bilgi alabilirsiniz.



TÜRKİYE TURİZM YATIRIMCILARI DERNEĞİ

TTYD

TURKISH TOURISM INVESTORS ASSOCIATION

Turizm sektörünün iki yıl daha finansal desteğe ihtiyacı var

Dönüşüm, turizme ivme kazandıracak

Turizm, Türkiye'nin lokomotif sektörü olmaya devam edecek

TÜRKİYE'NİN 60 MİLYAR DOLARLIK YATIRIM GÜCÜ

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD)



FARKINDA

Yaşa

44 ÖDÜL 2020

SAFE TOURISM TURKEY

444 96 00

baruthotels.com

BARUT HOTELS

50

TÜRKİYE'NİN GELECEĞİ TURİZMDE



Türkiye'de "bacasız sanayi" tanımlamaları ile akıllarda yer edinmeye başlayan turizm, ülkemizin kültürel, doğal ve tarihi zenginliği ile birlikte hızlı bir büyüme gösterdi. Dünyaya örnek olan ve ardı ardına yapılan turizm yatırımları da turizmin büyümesine ciddi bir ivme kazandırdı.

Yıllar ilerledikçe bir turizm ülkesine dönüşen Türkiye, günden güne turizm alanlarını genişletip turizmini de çeşitlendirmeye çalıştı. Bu çalışmalar sonucunda Türkiye %8,4 ile dünya ortalamasının önemli ölçüde üzerinde seyreden yabancı ziyaretçi artışına sahip oldu.

Hızlı gelişim birçok sorunu da beraberinde getirdi. Turizm yatırımcıları ve turizmciler, hem gelişmek hem de sorunları çözmek için büyük çaba harcadı. Başarılı da oldular. Sorunlar içinde Türkiye turizmini dünya turizm ülkeleri içine sokarak örnek bir başarıya imza atmayı başardılar.

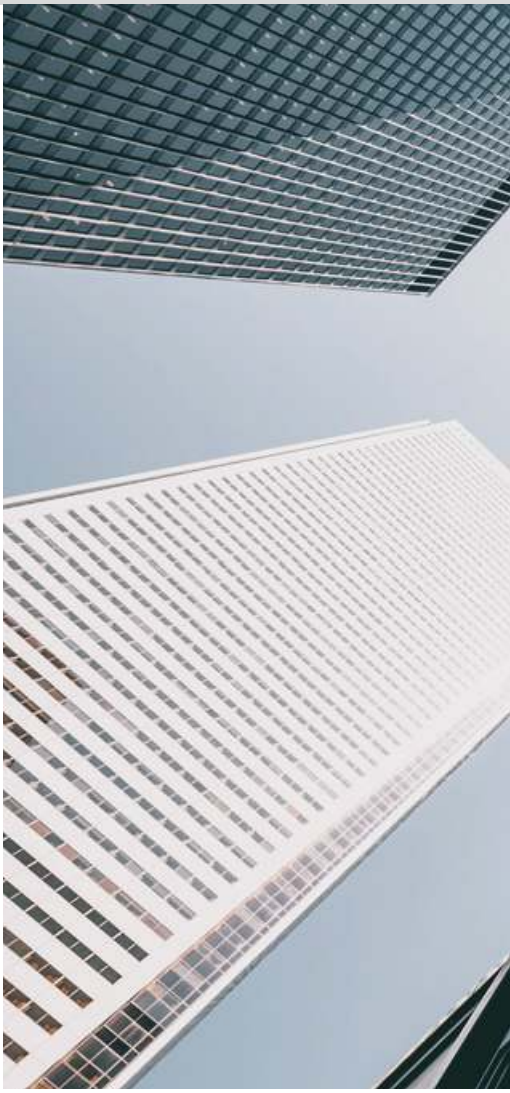
Ancak çok hassas bir yapıya sahip olan bu sektör, Türkiye'nin bulunduğu konum nedeniyle birçok krizi de yaşamak durumunda kaldı. Gelişim aşamasında alt yapı ve üst yapı sorunları ile boğuşan turizm sektörü bir de arka arkaya gelen krizlerle mücadele etmek durumunda kaldı. Tüm koşullara rağmen turizm yatırımcıları yatırım yapmaya devam ederken turizmciler de ellerindeki eşsiz turizm hazinesini başarıyla yönetti. Turizmde bir mucize gerçekleştiren Türkiye, zaman zaman krizleri fırsata dönüştürerek dünya turizm otoritelerinin de dikkatini çekti.

Kriz ve sorunları kendisine motivasyon kaynağı olarak gören turizm yatırımcıları her koşulda turizme milyarlarca dolar yatırım yapmaya devam etti. İstikrarlı bir şekilde büyüyen ve Türkiye'nin en önemli sektörü haline gelen turizm, yarattığı istihdam, döviz girdisi, katma değer ve yerinde ihracat ile gücünü de gözler önüne serdi. Turizm gelişirken bağlantılı olduğu 56 sektörü de geliştirdi.

Türkiye, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre Pandemi öncesinde 52 milyon turistle dünyanın en çok ziyaret edilen 6. turizm destinasyonu oldu. Türkiye turizmi, cesur yatırımcıların girişimleriyle günümüz seviyesine geldi. Yol ve alt yapı yokken turizm yatırımı yapan yatırımcılar, Türkiye turizmine duydukları güveni yaptıkları milyar dolarlık yatırımlarla gözler önüne serdi.

Vizyoner yapıları ile turizme yatırım yapan ve bunun meyvelerini toplayan turizm yatırımcıları, "Türkiye'nin geleceği turizmde" mottosu ile yatırımlarına devam ediyor.

TÜRKİYE'NİN 60 MİLYAR DOLARLIK YATIRIM GÜCÜ TÜRKİYE TURİZM YATIRIMCILARI DERNEĞİ



TTYD'NİN ÜYELİKLERİ

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) üyesi
Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) üyesi
Sektörel Dernekler Federasyonu (SEDEFED) kurucu üyesi
Dış Ekonomik İlişkiler Konseyi (DEİK) kurucu üyesi
Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV) kurucu üyesi
Avrupa Çevre Eğitim Vakfı'nı (FEEZ) temsilen TURÇEV yönetim kurulu üyesi

TTYD üyelerinin liderliği ve desteği ile; BETUYAB (Belek), KETAV (Kemer), KUTAV (Kuşadası), BOTAV (Bodrum) ve ATAV (Antalya) bölgesel tanıtma ve vakıf birlikleri kurulmuştur.

1988'de kurulan Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD), turizm sektörünün gönüllü temsil örgütü olarak, Türk turizm sektörünü ulusal ve küresel ölçekte temsil etmekte, sektörün tüm turizm bileşenlerinden oluşan üyeleriyle, sektörün gerek yatırım gerekse işletme bazında sürdürülebilir kalkınma amaçları ile uyumlu gelişimini ve sektörün küresel ölçekte etkileşimini sağlayarak Türk turizmini dünyada lider bir konuma taşımayı amaçlamaktadır.

TTYD, turizm sektörüne 60 milyar dolarlık yatırım gerçekleştirmiş ve 130 milyon kişilik istihdam sağlamış üyeleriyle, dijital dönüşümü sağlamış, markalaşmış ve finansal olarak güçlü bir turizm sektörünün oluşumu amacıyla, profesyonel kadrosu, akademik işbirlikleri ve üye kuruluşların teknik birikiminden yararlanarak politikalar, tutum belgeleri orta-uzun vadeli dönüşüm stratejileri geliştirmekte ve tüm sektör paydaşları ile etkili iletişim ve etkileşim içinde özgün ve yetkin projeler geliştirmektedir.

Her geçen yıl büyük atılımlar ile sektörün gelişimini destekleyen TTYD, bugün turizm sektörü ve bağlantılı tüm sektörlerde etkili politika ve tutum oluşturan bir kuruluş olarak konumunu güçlendirmeye devam ettirmektedir. TTYD, ülkemizin kalkınmasında turizm sektörünün taşıyıcı bir rol oynadığı anlayışından hareketle, sektörün doğrudan ve dolaylı tüm alanlarında, politika, tutum ve plan oluşturmak yoluyla sektörün küresel ölçekte lider olabilmesini amaçlamaktadır. Bu amaca bağlı olarak TTYD, sektöre yönelik oluşturulan ekonomik politikaların oluşturulmasına doğrudan katkıda bulunmakta, kamu kurumları, yerel yönetimler, akademik kuruluşlar, araştırma kurumları ve sivil toplum kuruluşları ile gerçekleştirdiği ortak çalışmalarla ülke ekonomisine değer katan projeler üretmektedir.

TTYD bu amacı gerçekleştirmek yönünde, etkili bir stratejik iletişim politikası yürütmekte, oluşturulmuş politika, tutum, görüşlerin, sektörün başta kamu kurumları olmak üzere tüm paydaşları ile etkili iletişimi ve fikri takibi gerçekleştirilmektedir.

TTYD'ye kimler üye olabilir

Turizm sektöründe faaliyet gösteren Dernek amaçlarını kabul eden ve belirli bir yatırımı gerçekleştiren, konaklama sektöründe de belirli bir yatak kapasitesine sahip gerçek ve tüzel ve bu kişilerin gerçek kişi ortakları ve/veya üst düzey kademe yöneticileri TTYD'ye üye olabilmektedir.



YATIRIM VE FİNANSMAN ÇÖZÜM İŞ BİRLİKLERİ

• Kamu, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarıyla gerçekleştirdiği ortak çalışmalarla ülke ekonomisine değer katan çok sayıda projede yer almaktadır.

• Yatırım fırsatlarının önünü açmak ve ülkemize uluslararası yatırımcıyı çekmek üzere çok sayıda fuar ve organizasyon düzenlemekte ve katılım sağlamaktadır.

• Dünyanın önde gelen markalarını İstanbul'da buluşturan Tourism Investments Forum'u düzenlemektedir ve dünyanın en büyük 5 turizm fuarından biri ve Doğu Akdeniz ve Avrasya Bölgesi'nin en büyük turizm buluşması olan EMITT'in (Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı) kurucu kuruluşlarındandır.

• Yatırım ortamının iyileştirilmesi ve yatırımların cazibesinin artırılması için çalışmalar yapmaktadır.

• Türkiye'nin uluslararası platformlarda tanıtılması ve yatırımlar için bir cazibe merkezi haline gelmesi için uluslararası işbirlikleri içerisinde yer alarak projeler geliştirmektedir.

RAKAMLARLA TTYD

190 bin yatağın üzerinde konaklama kapasitesini, 15 bin uçak koltuğunu, 15 havalimanını,15 binin üzerinde yat kapasiteli marinayı ve ülkemizdeki tüm kruvaziyer limanlarını 6 adet tur operatörünü, ve turizmin tüm değer zincirini içinde barındıran yatırımcı boyutuyla temsil gücü yüksek gönüllü bir sivil toplum kuruluşudur.

İhracatı ağırlıklı olan yatırımcılarla kurduğu stratejik iş birlikleri ile 2004 yılından bu yana ülkemize giren 432 milyar doları aşkın turizm geliri adına büyük gurur yaşayan TTYD, sürdürdüğü iletişim faaliyetleri ile dünya genelinde turizmde kendini en çok geliştiren on şehir arasında Türkiye'den mümkün olduğunca daha fazla şehrin yer alması için çalışmaktadır.

TTYD, küresel ölçekteki konumunu Dünya Turizm Örgütü İş Konseyi'nde başkan vekili pozisyonunda görev alarak kuvvetlendirmiştir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nde Türkiye'yi temsilen eden STK olarak TTYD, Türkiye'ye yatırım çekmek ve ülkemizdeki yatırım fırsatlarını uluslararası piyasalara aktarmak üzere çalışmaktadır.

Turizm sektörünün yapısal dönüşüm ihtiyacını Türkiye gündeminin üst sıralarına taşımak için uğraş veren TTYD, bu çerçevede yapısal dönüşümün fiziki dönüşüm, destinasyon yönetimi, tanıtım stratejisi ve turizmde hukuki reformlar gibi unsurları kapsayan destinasyonları uluslararası rekabet, kalite ve konfor düzeyine getirecek dönüşüm ile ülkemizin turizmde uluslararası arenada hak ettiği noktaya gelmesi için katkı sağlamaya devam edecektir.

TURİZM YATIRIMCILARI TÜRKİYE TURİZMİNE YATIRIM YAPMAYA DEVAM EDECEK!

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) Yönetim Kurulu Başkanı Oya Narin, TTYD üyelerinin Türkiye'de bugüne kadar 60 milyar dolar tutarında yatırım gerçekleştirdiğini ve 130 bin kişiye istihdam sağladığını söyledi.

Yaptıkları yatırımlarla Türkiye turizmine yön veren ve Türkiye turizminin dünya turizminde önemli bir noktaya taşıyan turizm yatırımcıları Türkiye turizmine yatırım yapmaya devam edecek. Türkiye Turizm yatırımcıları Derneği (TTYD) Yönetim Kurulu Başkanı Oya Narin, "Turizm yatırımcıları turizm hamlesini gerçekleştirmeye katkı sağlamıştır ve sağlamaya devam etmektedir" dedi.

Turizmin tüm değer zincirini içinde barındırıyor

TTYD'nin 1988'de büyük ölçekli turizm yatırımcı şirket ve holdinglerinin bir araya gelmesiyle kurulduğunu belirten Başkan Oya Narin, TTYD'nin ülke turizminin belkemiğini oluşturan 400'ün üzerinde yüksek nitelikli konaklama tesisi, marina, hava limanı işletmesi, uçak firmaları gibi pek çok aktörü bünyesinde bulundurduğunu söyledi. Narin; "TTYD toplam 190 bin yatağın üzerinde konaklama kapasitesini, 15 bin uçak koltuğunu, 15 binin üzerinde yat kapasiteli marinayı, ülkemizdeki tüm kruvaziyer limanları, golf sahalarını, altı adet tur operatörünü ve turizmin tüm değer zincirini içinde barındıran ve bu yönüyle farklılaşan bir temsil örgütüdür" dedi.

"Üyelerimiz yatırıma katkı sağlamaya devam edecekler"

"Üyelerimiz bugüne kadar 60 milyar dolar tutarında yatırım gerçekleştirmiş ve 130 bin kişiye istihdam sağlamaktadır" diyen Oya Narin, "TTYD, sahip olduğu yatırım büyüklüğü ve ülke turizminin kendisini getirdiği noktada sektördeki başlıca risklerin ve çözümlerin sahibidir. Derneğimizin amacı, turizm sektörümüzün yatırımcı-işletmeci bakış açısıyla gelişip güçlenmesi ve ülke ekonomisine giderek büyüyen ölçülerde katkılarda bulunulması için mevcut ve gelecekte yapılacak plan, program ile girişimlere destek olmaktır. TTYD; Türk turizminin tüm süreçlerinde aktif rol almış, ulusal ve uluslararası platformlarda yatırım süreçleri ve sürekliliği ile ilgili referans kurum olmuş; Türkiye turizminin stratejik gelişimi için en üst düzeyde görüş, öneri, vizyon oluşturmuştur. Yine Derneğimiz, Türkiye'nin büyük yatırımcıları ile turizm hamlesini gerçekleştirmeye katkı sağlamıştır ve sağlamaya devam etmektedir" şeklinde konuştu.

"Turizm sektörü desteklenmeye devam etmeli"

Turizmin ülke kalkınmasının önemli bir taşıyıcı kolonu olduğunu ifade eden Oya Narin, "Bugün turizm Türkiye ekonomisinin belirgin bir unsuru haline gelmiş, çok daha fazla döviz kazandıran, katma değer ve istihdam yaratan bir iktisadi faaliyet olmuştur. Milli gelirin %5'ini doğrudan ve %12'sini dolaylı olarak oluşturan ve toplam istihdamın yüzde 10'a yakını düzeyinde doğrudan ve dolaylı işgücü kapasitesi sağlayan turizm sektörü çoğu gençlerden oluşan 2,5 milyon dolayında doğrudan ve dolaylı istihdam yaratmaktadır. Emek yoğun bir sektör olarak turizmin özellikle bu dönemde sosyal yapısının bozulmaması ve bileşenlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması çok önemlidir. Covid sürecinde bu nedenle gerek KÇÖ, gerekse ücretsiz nakit destekleri emek yoğun olan sektörümüzdeki sosyal yapının bozulmamasına yardımcı oldu. Bu veçhile istihdamın ve sektör bileşenlerinin sürdürülebilirliği açısından hem bu desteklerin hem de sektörümüz için yapılan kamu alacaklarının ertelenmesinin yılsonuna kadar devam etmesi çok önemli.

"Turizm sektörünün finansman yapısı güçlendirilmelidir"

Turizm sektörünün iktisadi bütünlüğünü temin etmek için içinde bulunduğumuz özel durum itibarıyla en kritik ihtiyacı sektörün finansman yapısının güçlendirilmesidir. Turizm sektörünün sürdürülebilirliği için finansal borç stokunun en az 2 yıl ötelenmesini sağlayacak uzun vadeli bir kredi ile uygun koşullarla yeniden yapılandırılması gerekmektedir. KGF destekli krediler ise, sektörümüze işletme sermayesi açısından büyük fayda sağlamaktadır. Bununla birlikte, sektörümüz bu kredilerden genişletilmeleri ve kullanım kolaylığı sağlanması ile daha etkin ve yaygın bir şekilde yararlanabilecek



ve destekler arzu edildiği üzere turizm istihdam ve işletmelerinin sürekliliğini temin edecektir. Söz konusu desteklere ilaveten yurtdışı uygulamalar benzeri hibe sistemlerinin geliştirilmesi de böylesi bir geçiş sürecinde mevcut gelir seviyelerindeki düşüş nedeni ile sıkıntı yaşayan sektörümüzün toparlanmasına yardımcı olacaktır. Sağlanacak finansman desteği ile sektör stratejik önemini pekiştirerek orta-uzun dönemde Türkiye'nin kalkınmasının taşıyıcı gücü olmayı sürdürecektir.

Turizm sektörüne ihracat destekleri sağlanmalı

Bununla birlikte dış açık tarafına da dikkat çekmek isterim. Bildiğiniz gibi turizm sektörü 2019 yılında 34,5 milyar dolar gelir getirdi. 2019 itibarıyla dünyanın en fazla turist çeken altıncı destinasyonu olan ülkemiz, turizm geliri yönünden ise 13'üncü sırada yer almaktadır. TTYD olarak bu gelirin artabileceği ve 2030 yılına kadar turizm sektöründen toplam 350 milyar dolar gelir elde edilebileceği kanaatindeyiz. Döviz girdisi sağlayan, ülkemizdeki hizmet ihracatının önemli bir bölümünü gerçekleştiren turizm sektörünün ekonomimize yapabileceği potansiyel katkının artırılabilmesi için turizm sektörü işletmelerinin uluslararası pazarda küresel turizm oyuncularıyla rekabet edebilmelerine hizmet edecek, turizm işletme ve zincirlerinin ölçek büyütmelerini destekleyecek bir anlayışa geçilmesi ve diğer sektörlerle paralel şekilde desteklenmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda ihracat destekleri başta olmak üzere hâlihazırda imalat sektörlerine sağlanan desteklerin, döviz kazandırıcı bir sektör olan turizme de sağlanmasının kritik önem taşıdığını düşünmekteyiz." diye konuştu.

Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biri

Oya Narin, turizm sektörünün, yatırım açısından Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biri olduğunu dile getirdi. TTYD olarak 32 yılı geride bıraktıklarını belirten Narin, açıklamalarına şöyle devam etti: "Bu süreçte üyelerimiz her dönemde turizme yatırım yapmıştır, sektörün yaptığı toplam 50 milyar dolarlık yatırımı temsil ediyoruz ve üyelerimizde yaklaşık 130.000 personel istihdam ediyoruz. Yatırımlar ile istihdamı genel olarak eş zamanlı dile getirmemizin bir nedeni de sektördeki 1 TL'lik yatırımın Türkiye genelindeki 1 TL'lik yatırımdan %50 fazla istihdam yaratmasıdır. Ülkemizdeki en önemli sorunlardan birinin işsizlik ve genç işsizliği olduğunu düşününce turizm, yatırımlar açısından da Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biridir."

"Dönüşüme izin verilmeli"

Başkan Narin, TTYD'nin Turizm Dönüşüm Raporu'na da değindi. Narin: "Bu sene yayımladığımız Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporumuzda pandemi ile birlikte sektör için artık kaçınılmaz hale gelen yapısal dönüşüm ihtiyacını vurgulamıştık. Raporumuzda da yer verdiğimiz üzere uzun dönemli turizme artacak talep çerçevesinde rekabetçiliğimizi koruyabilmek için sektörün turizm rezidansları, devremülk ve tatil kulüpleri gibi projelerle dönüşümüne hız vermek daha da önem kazanmıştır. Bilhassa, tahsisli arazilerde bireysel kat irtifakına izin verilmesi kıyı şeridimizin dönüştürülmesine destek olacaktır. Bu sistemin desteklenmesi ile Türk Rivierası dünya çapında turizm amaçlı rezidans talebini çekerek doğrudan yabancı sermaye girişinin sağlanmasına da katkı sağlayacaktır. Bu yatırımların yapılabilmesi için sektörün hem yeni bir finansman modeline hem de yeni normlara uyum sağlamak için yenileme ve dönüşüm kredilerine ihtiyacı bulunmaktadır. 2021-2022 itibarı ile bu dönüşümü başlatırsak, orta vadede sektörün yatırımlarının daha da ivmeleneceği kanatindeyiz. Turizmde dönüşümün bir devlet politikası haline gelmesi durumunda raporumuzda detaylı bir şekilde ele aldığımız şekilde senaryolarımız, 2033 yılında turizm gelirlerinin yılda 120 milyar dolarlar mertebesine çıkabileceğini, milli gelir artışına 1,6 puan katkı sunabileceğini göstermektedir."

TTYD YÖNETİM KURULU



Naile GÖÇEN ÇUKUROVA
TTYD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

30 yıldır TTYD üyesi olmaktan gurur duyuyorum. Yatırımlarımızın şekillenmesinde bugünlere getirmemizde yolda yaşadığımız krizlerin çözümünde hep yol gösterici olmuş olmaya devam ediyor ve edecektir. Başkan Yardımcısı olarak aynı sorumluluk bilinci ile devam ediyorum. Gelecek nesillerin de devam edeceğine inancım sonsuz. TTYD öncü olmaya da devam edecektir.



Mehmet Tevfik NANE
TTYD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Turizm, Türkiye ekonomisinde lider sektörlerden biri. Bu önemli sektörün en önemli itici güçlerinden biri ise şüphesiz turizm yatırımcılarıdır. TTYD, ülkemizin önde gelen tesis ve işletmelerinin hayata geçirilmesini gerçekleştiren en üst düzeydeki karar mercii kişileri bir araya getiriyor. TTYD'nin gelecek dönemlerde de sektöre büyük katkılar sağlayacak projelere imza atacağına yürekten inanıyorum.



Mehmet ERDOĞAN
TTYD Yönetim Kurulu Üyesi

TTYD çatısı farklı alanlardaki turizm yatırımcılarını bir arada getirmektedir. Tüm paydaşlarımızla, ortak sorunlarımıza çözüm aramanın imkanını bulmaktayız. Turizm sektörü, ekonomik ve sosyal sorumluluğu geniş bir sektördür. Dünyadaki trendleri takip ederek geliştirmek ve ülke turizmini uyumlu hale getirebilme çabası derneğimizin ana misyonu içerisindedir.



Şerife ERCANTÜRK
TTYD Yönetim Kurulu Üyesi

Bir ülkenin kalkınmasında turizm sektörü yadsınamaz bir role sahiptir. TTYD, Türkiye turizminin gelişmesi ve dünya turizm trendlerini yakalayabilmesi ve gelişmesi için çalışmalar yürütmektedir. Türk turizmi ülke kalkınmamızın taşıyıcı gücü olabilecek potansiyele sahiptir; TTYD ve TÜSİAD bünyesinde yapılan çalışmalar bu tespiti analitik olarak teyit etmektedir.



Ali GÜRELİ
TTYD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

TTYD, kuruluşundan bugüne Türkiye'nin gelişmesinde son derece önemli bir rol ve sorumluluk üstlenmiştir. Turizmin bir sektör olması yanında bir yaşam biçimi olduğunu kabul edersek sürekli değişen ve dönüşen dünyada, görevini bu gelişmeleri çok dikkatli izlemek, incelemek ve her fırsatta ülkemize uygun modeli uygulamak için TTYD her zaman geleceğe bakan bir kurumdur.



Erkunt ÖNER
TTYD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Turizm sektörünün sadece konaklamadan oluşmadığı gerçeğinden yola çıkarak sektörün diğer aktörlerinin tümü TTYD bünyesinde yer almaktadır. Turizme maddi ve manevi değer sağlamış herkesi bünyesinde toplamış ve Türk turizminin en zor döneminde üstlendiği görevi büyük bir başarı ile yürütmüş ve yürütmektedir. TTYD'nin yıllık turizm gelirlerinin çok önemli bir bölümünü sağladığını takdirlerinize bırakıyorum.



Kaan KAVALOĞLU
TTYD Yönetim Kurulu Sayman Üyesi

Günümüzde özellikle pandemi dönemi ile birlikte sivil toplum kuruluşlarının yaptığı çalışmalar çok daha önemli hale gelmiştir. Burada TTYD ayrı bir bölüm açmak gerekir. Çünkü turizm yatırımcılarını yönlendirici etkisi ve sektörün ana kaidelerini belirlemedeki rolü oldukça önemlidir. Bu sistemin bir parçası olmaktan gurur duyduğumu belirtmek isterim.



Aslı ÇETİNCEVİZ
TTYD Yönetim Kurulu Üyesi

TTYD çatısı farklı alanlardaki turizm yatırımcılarını bir arada getirmektedir. Bu çatı altında tüm paydaşlarımızla, ortak sorunlarımıza çözüm aramanın imkanını bulmaktayız. Turizm sektörü, ekonomik ve sosyal sorumluluğu geniş bir sektördür. Dünyadaki trendleri takip ederek geliştirmek ve ülke turizmini uyumlu hale getirebilme çabası derneğimizin ana misyonu içerisindedir.



Eryiğit UMUR
TTYD Yönetim Kurulu Üyesi

Hem yarattığı katma değer, hem de istihdama katkısı ile ülkemizin en önemli sektörlerinden biri olan turizmin önde gelen temsilcisi TTYD, turizmin çeşitlenerek gelişimine ve yeni yatırımların yapılmasına öncülük ediyor. Memleketimizin Dünya turizmine yön veren bir konumda olması ve trendleri, yenilikleri ve standartları oluşturur hale daha da gelmesinde turizm yatırımcılarının ve TTYD'nin büyük katkısı olacağına inanıyorum.



Ömer TOSUN
TTYD Yönetim Kurulu Üyesi

TTYD'de sektörün tüm değer zinciri olarak bir aradayız. Dolayısıyla turizm sektörünü, tek bir bileşen ya da destinasyon temelinde değil, tüm bileşenleri ve ülke boyutunda ele alıp öneriler geliştirmekteyiz ve girişimlerde bulunuyoruz. Güçlü ulusal ve uluslararası ilişki ağı TTYD'nin etki alanını her zaman daha güçlü kılmıştır. TTYD yaptığı çalışmalarla sektörün kaderini sahiplendiğini en güçlü şekilde göstermiştir.



Emre DORUK
TTYD Yönetim Kurulu Üyesi

Turizm, Türkiye ekonomisinde önemli bir sektör konumunda ve Setur Marinaları olarak da TTYD'nin tüm çalışmalarını yakından takip ediyoruz. Önümüzdeki dönemde de Türkiye'nin turizm ihtiyaçları doğrultusunda sektörün daha ileriye taşınması için çalışmalarına devam ederken aynı zamanda uluslararası arenada Türkiye'deki turizm yatımlarını temsil eden bir kurum olarak varlığını güçlü bir şekilde sürdüreceğine inanıyorum.



Pelin Akın ÖZALP
TTYD Yönetim Kurulu Üyesi

Pandemi sürecinden olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelen turizmde işletmelerin sesinin karar vericilere duyurulması bakımından TTYD'nin çok önemli bir rol üstlendiğini düşünüyorum. Bu görevini pandeminin ardından normale dönüş döneminde de devam etmesini diliyorum. Turizm sektörünün toparlanması açısından ulusal ve uluslararası işbirliklerini ve koordinasyonunu sürdüren derneğimize teşekkürü borç biliyorum.



Yalçın AYDIN
TTYD Yönetim Kurulu Yedek Üye

Derneğimizin en önemli amacı Türkiye turizminin gelişmesi için ülkemizde ve uluslararası alanda çeşitli dallarda araştırmalar yapmak, yapılan araştırmaların sonuçlarını T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığımız başta olmak üzere ilgili tüm devlet mercileri ile paylaşarak ülke ekonomisine katkıda bulunmaktır. TTYD olarak, turizmi milli ekonominin verimli bir sektörü haline getirmek için çalışmalar yapmaktayız.



Ferzan ÇELİKKANAT
TTYD Yönetim Kurulu Yedek Üye

TTYD olarak bence ana misyonumuz Türkiye'ye yeni uluslararası yatırımcılar kazandırmak ve yatırım ikliminin iyileştirilmesi için modellemeli öneriler geliştirmek olmalıdır. TTYD'yi yatırım yapmak isteyen tüm turizmcilerin referans alma noktası olmaya konumlandırmak gerektiğine inanmaktayım.



Ece GÜRÇAY
TTYD Yönetim Kurulu Yedek Üye

TTYD, misyonu ve vizyonu doğrultusunda yapılan tüm çalışmaların parçası olmak, turizm sektörünün temel unsurlarından olan konaklama endüstrisi ile ilgili konularda, yayınladıkları bilimsel raporlarla sektörün gelişmesine katkı sağlamaktadır. TTYD, dünyada bir eşi daha bulunmayan ülkemiz Türkiye'de yatırımların artmasına öncülük eden en önemli STK'ların başında yer almaktadır.



Ayla HEYFEGİL
TTYD Yönetim Kurulu Yedek Üye

Derneğimizi, turizmi "yatırımlar" boyutu ile ele alarak yatırımcının sorunlarını ve önemli konularını gündeme getiren ve analitik yaklaşımlarla çözümler öneren en önemli platform olarak değerlendiriyorum. Bu anlamda TTYD, turizm yatırımlarını ve yatırımcısını temsil eden tek kuruluş.



Kasım ZOTO
TTYD Yönetim Kurulu Yedek Üye

TTYD gibi sivil toplum kuruluşlarının Türkiye turizmi için en önemli işlevi, başta Cumhurbaşkanlığı olmak üzere bu alandaki yetkililerin turizm konusunda doğru kararlar almalarını sağlamak için çalışmaktır. TTYD'nin bu amaç doğrultusunda, geçtiğimizde olduğu gibi gelecekte de sektörümüze büyük katkılar sağlayacağına inanıyorum.



Mehmet GÖÇEN
TTYD Yönetim Kurulu Yedek Üye

TTYD gerek üye profili gerekse üstlendiği vizyon gereği, bu ülkeden kazandıklarını yine bu ülkeye yatıran cesur ve gözü kara turizm yatırımcılarının Türkiye Turizm sektörünün daha iyi, daha verimli, daha sürdürülebilir hale gelmesi için yaptıkları önerileri dile getiren, çözüm yolları arayan, ülkemizde kalıcı istihdamın ve doğrudan yatırımın artmasına öncülük eden en önemli STK'ların başında yer almaktadır.



Hediye GÜRAL GÜR
TTYD Yönetim Kurulu Üyesi



Banu DEDEMAN
TTYD Yönetim Kurulu Üyesi



Alper AKSOY
TTYD Yönetim Kurulu Yedek Üye

DÖNÜŞÜM, TURİZME İVME KAZANDIRACAK

ZAY Strateji Kurucusu ve Genel Müdürü Zafer Ali Yavan ve TTYD Başkan Yardımcısı Naile Göçen Çukurova TTYD'nin "Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporu"nu değerlendirerek turizmde dönüşümün Türkiye turizmine katkısını değerlendirdi.

Turizm sektöründe hızlı bir büyüme yakalayan Türkiye, günümüzde dünya turizminde önemli ülkeler arasında yer alıyor. Büyük bir atılım gösteren ve turizm yatırımcılarının cesur yatırımları ile büyüyen Türkiye turizmi, dünya turizminde daha fazla söz sahibi olabilmesi için dönüşüme ihtiyaç duyuyor. Bu nedenle TTYD'nin Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporu, Türkiye turizminin geleceği için önemli bir rehber niteliği taşıyor. ZAY Strateji Kurucusu ve Genel Müdürü Zafer Ali Yavan ve



YAYGIN BİR TURİZM DİNAMİĞİNE ULAŞABİLECEK

ZAY Strateji Kurucusu ve Genel Müdürü Zafer Ali Yavan, , TTYD Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporu'nu Türk turizm faaliyetlerinin yapısal boyutlarından hareketle 2033 yılına uzanan bir perspektif politika analizi olduğunu söylüyor. Yavan, "Sektörün ihtiyaç gösterdiği fiziksel dönüşüm, 3. Yaş turizminin alt yapısının geliştirilmesi, uzun süreli ve farklılaştırılmış konaklamaya olanak sağlayan rezidans turizmine dönüşüm ve kapsamlı bir tanıtım programını içeren Turizmde dönüşüm senaryoları, 15 yıl içinde turizm gelirinin yaklaşık 3-4 kat (yaklaşık 100 Milyar ABD Doları) arttırılabileceğini göstermektedir. **Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporu analizleri,** gerek bölgesel gerekse zaman boyutunda sıkışma gösteren Türk turizminin hedefli ve programlı bir dönüşüm ile hem coğrafi olarak hem de dönemsel olarak yaygın bir turizm dinamiğine ulaşabileceğini göstermektedir" dedi.

TTYD Başkan Yardımcısı Naile Göçen Çukurova TTYD'nin Turizm Dönüşüm Raporu'nu değerlendirip turizmde dönüşümün önemine vurgu yaptı.

"Çok önemli bir rehber"

"Kovid-19 Salgını ile önemli ölçüde daralma gösteren dünya ve Türk turizminin yeniden yükselme sağlaması aşamasında Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporu önemli bir rehber görevi görebilecektir" diyen Zafer Ali Yavan, "Özellikle Rezidans Turizmine dönüşüm, Fiziksel Dönüşüm ve Potansiyel Turizm Cazibe Merkezlerinin Kovid-19 kısıtları çerçevesinde kurgulanması Post-Kovid dönemi için ülke turizmi açısından önemi fırsatlar sunacaktır. Turizmde dönüşüm senaryolarından elde edilen mutlak büyüklükler elbette Kovid-19 daralmasından sonra revize edilebilecektir, ancak senaryoların sunduğu nispi gelişme öngörüleri geçerliliğini korumaktadır. Bu çerçevede, Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporu'nda belirtilen politikaların uygulanması durumunda senaryoların sunduğu dönem sonu büyüklüklerine, 3-4 yıl gecikmeyle ulaşmak mümkündür. Kovid-19 salgının gündeme getirdiği kısıtlar aslında Salgın öncesi



zaten Türk turizmini kısıtlayan unsurlar ile çakıştığı için Rapor, Kovid-19 sonrası turizm politikaları için çok önemli bir rehber niteliğine sahiptir" şeklinde konuştu.

Yapısal turizm kısıtları ortadan kaldırılmalı

Zafer Ali Yavan, Türk turizminin, gerek çok sayıda sektörü katma değer ve istihdam yönünden beslemesi gerekse dış açığın finansmanında üstlendiği görev bakımından, ülkenin sürdürülebilir büyümesi için kritik bir öneme sahip olduğunu söyledi. Yavan, "Bu yönden ele alınınca, ülke turizm faaliyetini sınırlayan yapısal unsurların tespiti ve çözümü süreci, ülke kalkınmasında önemli bir noktaya taşınmaktadır. Bu nedenle Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporu içinde yer alan veya farklı çalışmalar ile ele alınacak yapısal turizm kısıtlarını ortadan kaldırmak elzemdir. Rapor, bu çerçevede, ülke kalkınması açısından da önemli politika seçenekleri sunan bir kimliğe sahiptir. Turizmin yapısal sorunlarının çözülmesiyle, yüksek ve sürdürülebilir milli gelir büyüme sürecine ulaşmak kolaylaşacaktır" diye konuştu.

"Hayatın karşı konulamaz bir kuralıdır"

Dönüşüm ve değişimin hayatın karşı konulamaz bir kuralı olduğunu söyleyen TTYD Başkan Yardımcısı Naile Göçen Çukurova, "İnsanoğlu, bulduğu ile yetinmeyip hep daha iyisine özlem duymaktadır. Dün 'mükemmel' olarak nitelendirilen bir ürün veya hizmet, ona ulaşınca 'normal', daha da iyisini görünce 'yetersiz' olarak nitelendirilir. İnsanlardaki bu özellik, dönüşüm gerekliliğini sürekli kılmaktadır. Başarının temelini oluşturan da bulduğuyla yetinmeme ve sürekli olarak gelişme güdüsüdür" dedi.

Seyahat eğilimleri değişti

Naile Göçen Çukurova'nın değerlendirmeleri şöyle: "Değişim ve dönüşüm, son yıllarda seyahat ve turizm sektöründe yükselen bir trend olmasına rağmen, 2020 yılı tüketicilerini hiç olmadığı kadar hızlı bir şekilde değişime ve adaptasyona itti. Pandemi süreci beraberinde seyahat eğilimlerinde önemli değişimlere yol açtı. Hijyen, sağlık ve güvenlik ön plana çıktı, seyahat alışkanlıklarında çok sayıda değişiklik gündeme geldi ve dijitalleşme hiç olmadığı kadar hız kazandı ve kazanmaya devam ediyor. Bu süreçte COVID-19, Seyahat ve Turizm sektörünün dönüşüm ve yeni teknolojilerin entegrasyonunda bir katalizör olduğunu kanıtlamış oldu."

12 ay turizm

"Dönüşüm, dijitalleşme ve yenilik, Turizm sektörünün büyümesi için fırsatlar sunmaktadır. Mevcutta, turizmde yaşanan mevsimselliğin etkisi doğal kaynakların kontrolsüz tüketilmesine, yönetilemez atık oluşumuna ve istihdamın kalitesinin yetersizliğine neden olmuştur. Mevsimselliğin çözümü olarak turizmin 12 aya yayılması ve kişi başına harcamanın artması gerekmektedir. Çeşitlendirilme, destinasyon yönetimi, destinasyonların uluslararası rekabet, kalite ve konfor düzeylerine getirecek yatırımların yapılması ancak turizme ivme kazandırabilecektir."

YOL HARİTASI SUNUYOR

"Önümüzde belirsizlikler görünse de bu yolculukta, , sektörün başarısı destinasyonlarda kamu, yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları dahil olmak üzere tüm paydaşların proaktif olarak bir araya gelmesine ve sektörü desteklemesine bağlı olacaktır. Turizm sektöründeki oyuncular, sürdürülebilirlik ilkelerini (SKH17 Amaç) benimsememesi halinde nüfusu hızla artan ve doğal kaynakları hızla tükenen dünyamızda en derinden etkilenecek sektörlerin başında gelmektedir.
Dönüşüme ayak uyduramayanlar, sürdürülemez duruma gelecektir. Sadece değişime en hızlı ayak uydurabilen ayakta kalabilecektir. TTYD Turizm Dönüşüm Senaryoları Raporu'nda, dönüşüm ihtiyacına kapsamlı katkı ve önerilerde bulunmuş ve yol haritasını sunmuştur."

TURİZM, TÜRKİYE'NİN LOKOMOTİF SEKTÖRÜ OLMAYA DEVAM EDECEK

Servotel Yönetim Kurulu Başkanı Ömer İsvan,
Akfen GYO Yönetim Kurulu Başkan Vekili Pelin Akın Özalp ve
Limak Holding Turizm Grup Başkanı Kaan Kavaloğlu,
2021 yılını değerlendirerek, Türkiye turizminin geleceğini masaya yatırdı.

Yaşanan Pandemi nedeniyle dünya turizminde olduğu gibi Türkiye turizmi de büyük darbe aldı. 2023 yılına büyük bir hedefle hazırlanan Türkiye turizmi, Pandemi'nin sona ermesi ile 2023 hedefine odaklanmayı planlıyor. Servotel Yönetim Kurulu Başkanı Ömer İsvan, Akfen GYO Yönetim Kurulu Başkan Vekili Pelin Akın Özalp ve Limak Holding Turizm Grup Başkanı Kaan Kavaloğlu Türkiye turizminin içinde bulunduğu durumu ve geleceğini değerlendirdi.

İyileşme sinyalleri kısıtlı

Servotel Yönetim Kurulu Başkanı Ömer İsvan, 2021 yılının sonuna doğru görülen; aşı pasaportu, PCR, antikor testi, kırmızı ülke, az kapanma, tam kapanma, karantina, evden çalışma gibi günlük hayatı domine eden faktörlerin yavaş yavaş gündemde ikincilleşmeye başlayacağını söyledi. İsvan, "2021 yılı özelinde bu gelişimin global / sınırlar-denizler ötesi seyahat bağlamında iyileşme sinyalleri oluşturmakta kısıtlı kalacağını ve turizm sektöründe rakamsal olarak 2019 sonuçlarından uzak ara farklı olacağını düşünüyoruz" dedi.


Ömer İsvan

"Seyir navigasyonu her ülke değişkenlik gösterecek"

"Biriken turizm talebinin segment ve tür bazında değişken de olsa, son derece belirgin ve gerçekten nitelik itibariyle çok büyük çığ niteliğinde bir turizm patlamasına sebep olabilecek iken, bunu yavaşlatacak ve zamana yayacak bazı önemli faktörler olacağını öngörmekteyiz" şeklinde konuşan İsvan, "Maalesef bu pandeminin ne olduğu, mutasyon seyrinin, artçıların ne olabileceği, aşı etkinliğinin genişliği ve etki süresinin neler olduğu konusunda dünya hala emekleme ve körebe oynama döneminde, daha önemlisi hala bilimsel konsensüsten uzak olduğu için ülkeler ve kurumlar arası fragmantasyon kaçınılmaz oluyor ve böylece pandemiye ilişkin kurallar ve kabuller ülke ve hatta eyalet bazında değişken olabiliyor. Bu da demek oluyor ki dünya turizmi için pandemi endeksli tek bir yeşil-sarı-kırmızı ışığı uzun bir süre göremeyeceğiz, seyir navigasyonunu her ülke veya bölge için değişik ışık rengine göre yöneteceğiz" şeklinde konuştu.

"Kalite dışında pek bir problem görmüyorum"

Ömer İsvan açıklamalarına şöyle devam etti: "Genellersek, turizmciler birkaç raund arka arkaya fena dayak yemiş boksör durumunda, knock-out olmasın diye devletlerin para basarak verdiği oksijen ile zar zor ayakta duran pozisyondalar. Eğer soru 2021 sonrası seyahatin normalleştiği, biriken talebin yağdığı bir resim ile ilgili ise, kısa dönemde ufak tefek bakım onarım eksikleri, eğitimli antrenmanlı personel eksiği ve dolayısı ile bütünsel hizmet ve müşteri deneyiminde kalite aksaklıkları dışında pek bir problem görmüyorum. Talep ne kadar mutasyona uğramış da olsa kısa dönemde yağacak talep yapısının önemli oranda tanıdığımız bildiğimiz formata yakın olacağını düşünüyorum. Türkiye özelinde ise; talepteki iniş-çıkış ve patlamalara, dünya ortalamalarının ve çoğu rakibinin çok üzerinde bir adaptasyon ve kıvraklık beklentim var."

"Pandemi sektörün miladı oldu"

Akfen GYO Yönetim Kurulu Başkan Vekili Pelin Akın Özalp da "Turizmin her kolunda dibe vuruşun gerçekleştiği pandemi dönemi sektörün maalesef negatif anlamda miladı oldu. Turizmin kardeş sektörleri yeme-içme, MICE ya da ulaşım sektörleri de en az oteller kadar etkilendi" dedi. Seyahat hareketleri neredeyse tamamen dururken, otelcilik sektörü bu dönemde, daha önce yaşadığı iki krizin toplamından dört kat daha fazla gelir düşüşü yaşadığını belirten Özalp, "Aynı şekilde, dünya uçak filosunun üçte ikisi park edilirken 18 havayolu


Pelin Akın Özalp

birkaç ay içinde iflas başvurusunda bulundular. Turizmden beslenen Türkiye için ciddi bir sınav oluyor diyebiliriz" şeklinde konuştu.

"Oteller kendilerini hızla adapte edecek"
2021 yılı ve sonrasına turizm sektöründeki değişimleri de değerlendiren Özalp, "Kullanıcı alışkanlıkları her sektörde değiştiği gibi turizmi de etkiledi. Bazı alışkanlıklar kolay değişmeyeceği gibi, bazı yeni modeller bu alanda da öncü olacaktır. Mesela bizim Bodrum Loft'ta uyguladığımız uzun dönem kiralama, hijyen açısından rahatsız olanlar için son derece etkili bir yöntem oldu. Dileyenlerin 4 aylık dileyenlerin 6 aylık kiralayabildiği adeta "service apartment" dediğimiz ev tadında otel hizmeti almak bu dönem için müşteriyi çok mutlu etti. Artık turistlerin daha fazla bu tarz modelleri talep edeceğini düşünüyoruz çünkü müşteriye konforlu bir habitatta opsiyon sunuyoruz; dilersen otel gibi kullanabilirsin dilersen evin gibi… Bununla birlikte giriş/çıkış (Check in/out) hizmetlerinde temasın azaltılmasında akıllı donanımların ya da robotik cihazların kullanılması, dijital konsiyerj hizmetleri, mobil uygulamaların daha teknolojik seviyelere yükselmesi, personelin hijyen ve sanitasyon bilgisinin sağlanması için sertifikasyon programlarının zorunlu hale getirilmesi ve tur gruplarının 20-30 kişilik gruplardan çok daha düşük sayıda 6-7 kişilik gruplara inmesi kısa zamanda karşılaşacağımız değişiklikler olabilir... Esnek rezervasyon ve iptal hakkı otel rezervasyonları önem kazanırken, last minute satışlarda da göreceli artış görüldü. Oteller kendilerini hızla adapte edip, kaldıkları yerden devam etmeye hazırlanıyorlar" diye konuştu.

"İç turizm sistemiyle devam edeceğiz"
Limak Holding Turizm Grup Başkanı Kaan Kavaloğlu ise 2020 yılını kötünün iyisi olarak tamamladıklarını belirterek , "Her zaman söylüyorum bardağa hep dolu tarafından baktık. Ancak 2021 yılı gerçek anlamda bir turizm yılı olacak diyemeyiz. Her şeyden önce bunu kabul etmek lazım" dedi. 2020 yılını ağırlıkla iç turizm ile atlattıklarını ifade eden Kavaloğlu, "2021 yılında da öncelikli olarak iç turizm sistemiyle devam edeceğiz. Kendi otellerimizde 2019 yılında iç turizm oranları %15-17 arasındaydı. Bu oran 2020 yılında %30'lara çıktı. 2021 yılı için ise bu oranların kendi otellerimizde %25'in altına düşmesine izin vermeyeceğim. Kötü dönemde iç turizm hareketi ile sistem ayakta kaldıysa iyi dönemde de önceliğin bu pazarda olması gerektiğini düşünüyorum. Bu da yurt dışına bağlılığımızı minimum seviyeye düşürür" şeklinde konuştu.

"Turizmde sırtımız yere gelmez"
"Ben hayatımda hiçbir zaman bu kadar stabilize olmayan bir dönem yaşamadım" diyen Kavaloğlu, "Çünkü bugün ön gördüğümüz kurallar, durumlar bizi belli bir pazarlama stratejisine itiyor ama herhangi bir ülkenin kendi içinde yaşadığı bir dalgalanma sonucu aldığı kararlar bizi yeni bir pazarlama stratejisini belirlemeye yönlendiriyor. Bu durumda pazarlama ciddi önem kazanıyor. Çok iyi uygulayabildiğimiz Güvenli Turizm Sertifikası programını, Turizm Geliştirme Ajansı ile birlikte tüketiciye birebir anlatabilmek oldukça önem kazanıyor. Pazarlama stratejilerimiz ile kendimizi doğru anlatabilirsek ki, 2020 yılında yakaladığımız başarı zaten bunun kanıtıdır, bizim turizmde sırtımız yere gelmez. Turizm ayakları yere basan ve Türkiye'nin lokomotif sektörüdür" dedi.

STK'lar daha önemli hale geldi
Günümüzde özellikle pandemi dönemi ile birlikte sivil toplum kuruluşlarının yaptığı çalışmaların çok daha önemli hale geldiğini ifade eden Kavaloğlu, şöyle konuştu: "Burada TTYD'ye ayrı bir bölüm açmak gerekir. Çünkü turizm yatırımcılarını yönlendirici etkisi ve sektörün ana kaidelerini belirlemedeki rolü oldukça önemlidir. Ayrıca TTYD tahsis sürelerinin uzaması ile ilgili çalışmalarda çok ciddi bir rol oynadı ve bu rol sektör tarafından takdirle karşılandı. Bu sistemin bir parçası olmaktan gurur duyduğumu belirtmek isterim. Türkiye'de turizmin bu günlere gelmesinde katkıları bulunan başta kurucu başkanımız rahmetli Barlas Küntay olmak üzere, görev alan tüm başkanlara, yönetim kurulu üyelerine ve şimdiki başkanımız Sayın Oya Narin'e turizm sektörü olarak müteşekkiriz.


Kaan Kavaloğlu

TURİZM SEKTÖRÜNÜN İKİ YIL DAHA FİNANSAL DESTEĞE İHTİYACI VAR

Pandemi ile birlikte turizm sektörü ciddi bir finansal sıkıntı ile karşı karşıya kaldı. Hükümet turizm sektörüne yönelik destekler açıklarken turizmciler pandemi bitene kadar turizm sektörünün finansal anlamda desteklenmesi gerektiğini söyledi.


Tayfun Bayazıt


İlhami Koç

Bayazıt Yönetim Danışmanlık'ın Başkanı Tayfun Bayazıt, Ernst & Young Türkiye Kurumsal Finansman Bölümü Şirket Ortağı İlhami Koç ve Denizbank Kurumsal ve Ticari Bankacılık Grubu Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Aydoğdu, turizm yatırımlarının finansmanına değindi.

"Turizmi hayli olumsuz etkiledi"

2020 yılının başında gündemimizin başına oturan salgının, harcama, yatırım ve üretimden iş yapma alışkanlıklarına kadar birçok unsuru derinden ve kalıcı olarak değiştirdiğini belirten Tayfun Bayazıt, "Seyahat kısıtlamaları ve zorunlu mesafeli yaşam koşulları tüm hizmet sektörlerini, ama başta bacasız sanayii olarak adlandırabileceğimiz turizmi hayli olumsuz etkiledi. Turizm sektörünün özellikle pandemi koşulları göz önüne alınarak kısa vadeli gereksinimleri yanı sıra Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği'nin liderliği ve katkılarıyla Turizm Şurası'nda saptanmış orta ve uzun vadeli hedeflerine ulaşması için bu vade yapısına uygun finansman desteğini birlikte düşünmek gerekir. Bu sektörün onlarca yan sektör ile bağlantısı, istihdama katkısı ve ülkemizin sunduğu rekabetçi avantajları dikkate alamayan finansman modellerinin başarıya ulaşma şansı tabii ki olmayacaktır" dedi.

2023 yılını işaret etti

"Sektörün 2019 yılı gelir seviyesini yakalaması ancak 2023 yılında mümkün olabilecek gibi duruyor" diyen Bayazıt, "Bu tablo çerçevesinde turizm sektörünün önümüzdeki 2 sene minimum düzeyde bir talep ile faaliyetleri sürdürmek ve yeni döneme hazırlık yapabilmek için konaklama sektörü başta olmak üzere tüm turizm işletmeleri için, finansal borç stokunun, iki yıl ödemesiz ötelenmesini sağlayacak uzun vadeli bir kredi (örneğin 2+8 gibi) ile uygun koşullarla yeniden yapılandırabilmesini sağlayacak koşulların oluşturulması kaçınılmaz gözüküyor. Finansal yapısı sadece salgından etkilenmiş firmaların kredilerinin ihtiyaçlarının karşılanması ve yeniden yapılandırılması ele alınmış iken daha önceki krizlerden etkilenmiş olan şirketlere yönelik bir finansal plan da oluşturmak gerekiyor. Bu arada işletme sermayesini yitirmiş durumda olan KOBİ ağırlıklı yapılara çözüm getirilmesi gereklidir" şeklinde konuştu.



Turizm büyük bir öneme sahip!
Ernst & Young Türkiye Kurumsal Finansman Bölümü Şirket Ortağı İlhami Koç ise Covid-19 sürecinin, yerel ve uluslararası hareketliliği büyük ölçüde azalttığı için, olumsuz etkilenen sektörlerin başında turizmin geldiğini ifade etti. Koç: "Turizm gelirleri her ülke için önemli olmakla birlikte, bizim gibi turizmin ekonomi içindeki payının büyük olduğu ülkeler çok daha fazla etkilendi. Turizmin ülkemize doğrudan katkısının yanı sıra beslediği diğer sektörler nedeniyle dolaylı katkısı belki çok daha önemli. Milli gelirin %5'ini doğrudan ve %12'sini dolaylı olarak oluşturan turizm sektörü, 2019 yılında yaklaşık 52 milyon yabancı turiste hizmet vererek 34,5 Milyar Dolar gelir yarattı. Turizm sektörü, döviz kazandırıcı etkisiyle cari açığın azaltılmasında da büyük bir öneme sahiptir" dedi.

Turizm sektörü borç stoku 16 Milyar Dolar
Turizmin yüksek sermaye yatırımı gerektiren bir sektör olduğunu hatırlatan Koç, açıklamalarına şöyle devam etti: "EY Parthenon olarak 2020 yılının Temmuz ayında TTYD için hazırladığımız 'Turizm Yatırımlarının Finansmanı Raporu'nda da vurguladığımız üzere yeni yatırımlar yabancı para üzerinden uzun vadeli finansmanla mümkün olabilmektedir. Pandemi öncesinde, bölgemizden ve ülkemizden kaynaklanan kırılganlıklardan dolayı turizm sektörü son yıllarda zaten olumsuz etkilenmiş ve finansal borçların geri ödemesinde sıkıntılar yaşanmaya başlanmıştı. Bütün bunların üzerine küresel pandemi ortamının getirdiği olağanüstü koşullar bu sektörün finansmanın da olağan yöntemlerin dışında çözümleri gerektirmektedir. Son 10 yıl içinde gerçekleştirilen yoğun yatırım harcamalarına bağlı olarak 16 Milyar Dolara ulaşan turizm sektörü borç stokunun sektörün kendi özkaynaklarından karşılanması zor gözükmektedir" diye konuştu.

"Turizme hep pozitif baktık"
Denizbank Kurumsal ve Ticari Bankacılık Grubu Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Aydoğdu da 2016, 2017 ve pandemi kaynaklı olarak 2020 yılı başta olmak üzere turizmdeki sıkıntılı dönemlerde; DenizBank olarak, turizme olan pozitif bakış açılarını her zaman koruduklarını söyledi. Aydoğdu, bu dönemde yaptıkları çalışmaları sıraladı: "Bu süreçte turizm kredilerini yapılandırdıklarını, işletme sermayesi finansmanı ve köprü krediler ile müşterilerimizin nakit akışını rahatlattık, nefes almalarını sağladık. Diğer yandan da Deniz Faktoring gibi iştiraklerimiz aracılığıyla hız kesmeden sektörü fonlamaya devam ettik. Bundan sonra da, aynı şekilde turizmcilerimiz ile omuz omuza durmaya devam edeceğiz. Yeni turizm yatırımları ve finansman ihtiyacı olması durumunda ise, sponsorlar, yatırım detayları, iş planı ve nakit akış çalışmaları dikkate alınarak, proje bazlı değerlendirmeye devam edeceğiz" dedi.

"Nakit akışının sağlanabilmesi en büyük dileğim"
Mehmet Aydoğdu açıklamalarına şöyle devam etti: "Turizm sektörümüz, 2021'in ilk çeyreğine oldukça umutlu başlamış ve sezon beklentileri de buna göre oluşmuştu. Ancak, şu an itibariyle, hedef pazarlarda ve buralardan Ülkemize uçuşlarda pandemi sebebiyle belirsizliklerin sürmesi nedeniyle, turizmcilerimiz maalesef önünü göremiyor. Bu süreçte, alınan sağlık önlemleri sayesinde oluşturulacak güven ortamı ile; konaklama faaliyetlerinin devamlılığının sağlanması, yurtdışı uçuşlara başlanarak, turizm ve turizm ile iç içe geçmiş olan hizmet, gıda, ulaşım gibi birçok sektörü besleyecek nakit akışının sağlanabilmesi en büyük dileğimizdir."

HAVACILIK SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİNİ PANDEMİNİN SEYRİ BELİRLEYECEK

Pandemide en fazla zarar gören sektörlerin başında havacılık geliyor. Pandeminin seyri havacılık sektörünün geleceğini belirleyecek olan en önemli etken olarak gösteriliyor. TTYD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mehmet T. Nane ve TTYD Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Erdoğan, havacılık sektörünü değerlendirdi.

TTYD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Pegasus Hava Yolları Genel Müdürü Mehmet T. Nane, havacılık sektörünün pandemiden en çok etkilenen sektörlerin başında geldiğini söyledi. "Uçuşların 2 ay gibi bir süre tamamen durduğu başka bir dönem hiç olmadı" diyen Nane, "Sağlık endişelerinin seyahat eğilimini olumsuz etkilemesi ve pandeminin önlenmesi amacıyla uygulanan seyahat kısıtlamaları talebin çok belirgin bir şekilde daralmasına sebep oldu. Sektörün tüm paydaşları olarak, bu zorlu dönemde üstün gayret gösterdik ve göstermeye devam ediyoruz" dedi.

"Çok hızlı bir şekilde eski seviyesine gelebilir"

"Uçuşların beklenenden daha uzun süre yapılamaması büyük bir risk" diyen Mehmet T. Nane, "Çünkü bu Türk turizmi direkt etkileyecek bir faktör. Türk havacılığının bu süreci yıkılmadan geçirmesi çok önemli. Yakın dönem için konuşacak olursak, bu yıl yine COVID-19 pandemisi var. Türkiye ve operasyonel coğrafyamızda hızlı bir aşılama süreci yürütülmesi halinde seyahat etme eğiliminin tekrar hızlı bir şekilde artması ve kısıtlamaların gevşetilmesi beklenebilir. Bu durumda havacılık sektörü açısından talebin çok hızlı bir şekilde eski seviyelerine ve hatta daha üzerine çıkmasını bekliyoruz" diye konuştu.



Mehmet Tevfik Nane



Mehmet Erdoğan

Aşılama büyük önem taşıyor

TTYD ve TAV Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Erdoğan ise seyahat kısıtlamaları nedeniyle 2020'de küresel ölçekte yolcu sayılarının yüzde 64,6 azaldığını hatırlattı. Kısıtlamaların gevşetildiği dönemlerde özellikle iç hat trafiğinde hızlı bir toparlanma yaşansa da yeni varyantlar nedeniyle 2021'de de pandeminin negatif etkisinin devam ettiğini belirten Erdoğan, "Seyahat kısıtlarının tamamen kalkması ve toparlanma için aşılama büyük önem taşıyor. Aşılama tüm dünyada yaygınlaşıncaya kadar, havacılık sektöründeki oyuncular seyahati güvenli hale getirmek için çok hızlı bir şekilde önlemlerini aldılar" dedi.

Aşı pasaportu benimsenmedi

Aşı pasaportuna da değinen Mehmet Erdoğan, sadece aşılananlara seyahat izni verilmesi, aşının henüz yaygınlaşmadığı bir dönemde ayrımcılığa yol açacağından benimsenmediğini söyledi. Erdoğan, "Avrupa Birliği ve ABD'nin yaptığı son açıklamalar, aşı ve testlerin bir arada kullanılarak kısıtlamaların kaldırılacağını gösteriyor. Türkiye'deki havalimanları gerek test imkanları gerek diğer önlemlerle Ulaştırma Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve Turizm Bakanlığı'nın koordinasyonunda tüm uluslararası standartları sağlayacak şekilde donatılmış durumdadır" diye konuştu.

TÜRKİYE TURİZMİNİN GELECEĞİ İÇİN İÇ TURİZM ÇOK ÖNEMLİ

Jolly Yönetim Kurulu Başkanı Mete Vardar ve Prontotour Yönetim Kurulu Başkanı Ali Onaran, iç turizm ve turizm çeşitliliğinin önemine vurgu yaptı. Mete Vardar, "İç turizmin daha fazla kalkınması yönünde seferber olmamız gerektiğini düşünüyorum" derken Ali Onaran ise turizm çeşitlerinden sağlık, gastronomi ve alışveriş turizmine dikkat çekti.

Turizmin ülke ekonomisindeki payı ne kadar önemliyse, iç turizmin turizm çatısı altındaki payının da o kadar önemli olduğunu belirten Jolly Yönetim Kurulu Başkanı Mete Vardar, "Ülkemizin kalkınmasında özellikle turizmin önemi her kesim tarafından biliniyor. Bu anlamda iç turizmin daha fazla kalkınması yönünde seferber olmamız gerektiğini düşünüyorum" dedi.

"İç turizm için tanıtım yapılmalı"

"Her kriz döneminde iç turizmin önemi tekrar gündeme gelip bir kez daha anlaşılıyor" diye konuşan Vardar, "Fakat bu önem, kriz dönemleri atlatıldığında sadece söylem olarak kalıp ne yazık ki uygulamada yeterli çaba gösterilmiyor. Bu anlamda, özellikle Türkiye'de ve bilhassa seyahat acentalarının tanıtıma verdiği destek ülke politikası olarak geliştirilerek tarihi, kültürel zenginliklerimiz ile şehir ve bölge tanıtımlarımıza büyük ölçüde önem verilmelidir. Şu anda ülke nüfusunun yaklaşık %10'u organize bir şekilde seyahat ediyor. Yurtdışında özellikle Almanya'da her bir kişinin senede 1,5 kez seyahat ettiğini biliyoruz yani orada 100 milyon seyahat paketi satılırken bizde ise organize bir şekilde gerçekleştirilen bu seyahat rakamı ne yazık ki 10 milyonu geçmiyor. Bu anlamda 2 yıl önce kurulmuş olan TGA'nın toplamış olduğu fon ile özellikle iç pazarın gelişimi için önemli tanıtım kampanyaları yapması gerektiğini düşünüyorum" dedi.


Mete Vardar


Ali Onaran

"Yaklaşık 40 şehrimizi tanıttık"

Jolly olarak, 35 senedir yaptıkları işi ticaretin yanı sıra sosyal sorumluluk gibi gördüklerini ifade eden Vardar, "Birçok yeniliğe adım attık. Bu Topraklar Bizim ve Mirasım Türkiye kampanyalarımız ile beraber Mardin'den Trabzon'a, Artvin'den Şanlıurfa'ya, Bodrum'dan Ayvalık'a, Edirne'den Kars'a, Sinop'tan Hatay'a kadar uzanan tanıtım filmleri hazırladık. Bölgelere ve bölge esnafına katkı sağlamak adına 76 tane video çektik yaklaşık 40 şehrimizi tanıttık. Ve bunları hiçbir ticari amacımız olmadan sadece kendi bütçemiz ve imkânlarımızla yaptık. Ülkemize olan borcumuzu şirket ve aile olarak daha fazla çalışarak ödemeye devam edeceğiz. Güzel ülkemiz her şeyin en iyisine layık" diye konuştu.

"Beklentiler karşılanmalı"

Prontotour Yönetim Kurulu Başkanı Ali Onaran ise turizmde son 20 yılda iyi bir yol almakla beraber, her şey dahil turizme çok yüklenildiğini hatırlattı. Onaran, "Yatırımcı haklı olarak oradan kazanç olduğunu görünce turizm yatırımlarının çok büyük bir bölümü her şey dahil konaklama üzerinde ilerledi. Turizmin geleceği planlanırken hem merkezi yönetim hem de yerel yönetimler bölgelerin özelliklerini öne çıkaracak şekilde hangi turizm çeşitliliğinin teşvik edileceğini belirtmelerinin çok önemli olduğu kesin, bunu birçok gelişmiş turizm ülkesinde görebiliriz. Birçok yakın komşu ülke turistlerinin defalarca ülkemizi ziyaret edebileceğini biliyor onların alışveriş ve gastronomi konularındaki beklentilerinin karşılanması gerektiğini unutmamalıyız. Sağlık turizminin pandemi sonrasında hem kalp ameliyatı gibi büyük operasyonlarda hem de estetik gibi basit sağlık operasyonlarında çok gelişebileceğini düşünüyorum. Kenya'dan Kanada'ya kadar sağlık turizmde başarılı bir pazarlama ile çok ciddi yol alınabilir. Bunun şimdiden ön belirtilerini görebilmekteyiz" dedi.

TÜRKİYE, KRUVAZİYER VE DENİZ TURİZMİNDE HER ZAMAN CAZİP BİR ÜLKE

TTYD Başkan Yardımcısı Erkunt Öner ve Galataport İstanbul İcradan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Erdem Tavas, Türkiye'nin kruvaziyer turizmindeki konumunu değerlendirirken TTYD Yönetim Kurulu Üyesi ve Setur Marinas Genel Müdürü Emre Doruk da Türkiye'deki marinacılık sektörüne dikkat çekti.

TTYD Başkan Yardımcısı Erkunt Öner, kruvaziyer turizminin büyüme grafiğine bakıldığı zaman % 10 ile turizmin en hızlı büyüyen sektörü olduğunu söyledi. Türkiye'nin kruvaziyer coğrafyasında çok önemli bir konumda bulunduğunu ve her zaman cazip bir destinasyon olduğunu belirten Öner, "2014-2015 yıllarında ülkemiz 2,2 milyon ziyaretçiyi ağırlamıştır. Daha sonra yaşanan olumsuz gelişmelerle kruvaziyer firmalarının Türkiye'yi programlarından çıkarmalarına neden olmuştur. 2018 ve 2019 göreceli olarak artış göstermiş ancak kruvaziyer programları en az 2 yıl önceden planlanması nedeniyle 2020 yılı için aldığımız talepler zirve yapmış ve 2015 rakamlarına yaklaşmıştır. Bu kez pandemi global bir sorun olarak çıkmış ve 2020 yılı tamamen kaybedilmiştir" dedi.

Türk limanları by-pass edildi

2021'de pandeminin sona ereceği varsayımıyla talepler çok artmış ancak gemi seyahatlerine izin verilmediği için beklentilerin yılın üçüncü çeyreğine kaldığını söyleyen Öner, "Bu kapsamda proaktif davranan İsrail, Güney Kıbrıs ve Yunanistan bir üçlü anlaşma ile tüm gemi mürettebatına ücretsiz aşı ve sektöre çeşitli teşvikler vererek Doğu Akdeniz'de denizaltı kaynaklarının mücadelesi sürerken, deniz üstündeki kruvaziyer turizmine hakim olmuş ve Türk limanları orijinal programlarda olmasına rağmen by-pass edilmiştir. Bu durum gazetelerde, TV kanallarında anlatılmasına ve bütün başvurularımıza rağmen dikkate alınmamış ve 350,000 kruvaziyer turistini kaybetmiş ve her geçen günde kaybetmeye devam ediyoruz" şeklinde konuştu.

"Tedbir alınmazsa bu sene tamamen kayıp"

"Türkiye kruvaziyer coğrafyasındaki önemli yeri itibariyle ihmal edilecek bir ülke değildir" diyen Erkunt Öner açıklamalarına şöyle devam etti: "Güvenlik ve sağlık koşullarının uygun olması durumunda Türkiye her zaman ilgi çekecektir. Ancak Akdeniz'deki her ülke kruvaziyer turizmini çekebilmek için çeşitli imkanlar, destekler, teşvikler oluşturmaktadır. Türkiye'nin kruvaziyer turizmindeki eski konumuna gelebilmesi için kruvaziyer firmalarına verilen desteği devam ettirmesi gerekmektedir. Covid-19'a rağmen ve rakip ülkelerin tam saha pres politikasına rağmen kruvaziyer turizminin gelişimi için elimizden geleni yapacağız. Ancak kamunun bizim yanımızda olduğunu görmemiz gerek. Acilen tedbir alınmazsa bu sene tamamen kayıp, 2022 içinse büyük kayıplar yaşayabiliriz."

Ortalama harcamaları yüksek

Galataport İstanbul, İcradan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Erdem Tavas ise kruvaziyer sektörünün bir şehre ekonomik ve sosyal katkısının çok önemli olduğunu söyledi. Tavas, "Avrupa'ya baktığımızda 2017 yılında kruvaziyer sektörü Avrupa Birliği ekonomisine yaklaşık 48 milyar avro katkı sağlamıştır. Aynı yıl Türkiye'nin toplam turizm geliri 26,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. CLIA'nın 2018 yılı raporuna göre indi-bindi yapan bir yolcu, ana liman şehrinde 376 dolar günübirlik seyahat eden bir yolcu ise 101 dolar harcıyor. Türkiye'de yapılan harcamalar ise bu rakamların çok üzerinde gerçekleşiyor. Bu sayılardan da göreceğimiz gibi kruvaziyerle gelen ziyaretçiler, gemilerin uğradığı her ülkede turistlerin ortalama harcamalarının çok üstünde bir döviz girdisi sağlıyor" dedi.

"Tarihi ve kültürel zenginlikleri sunmalıyız"

Erdem Tavas, sosyal anlamda her yolcu ve mürettebatın, adeta Türkiye'nin elçisi konumunda olduğunu söylerken, "Her turist ülkesine döndüğünde 4 kişiye Türkiye ziyaretinden söz etse, her sezon milyonlarca insana erişmiş olabiliriz. Kruvaziyer yolcularına ve mürettebatlarına ülkemize


Erkunt Öner


Erdem Tavas


Emre Doruk

giriş yaptıkları andan itibaren tarihi ve kültürel zenginliklerimizi, diğer ülkelerden farklı yönlerimizi sunmaya başlamalıyız. Biz Galataport İstanbul'u tam da bu öngörü üzerine kurguladık. Tüm kruvaziyer misafirlerimizi terminale girdikleri andan itibaren eskiyle yeniyi sentezleyen, kültürünün en iyi örneklerini, tarihin kucağında ama teknolojinin en son nimetlerini de barındıran otantik bir mahalle ortamında karşılıyoruz" diye konuştu.

Tekrar eski canlılığına kavuşacak

TTYD Yönetim Kurulu Üyesi ve Setur Marinas Genel Müdürü Emre Doruk da yat ve marinacılık sektörüne dikkat çekti. Türkiye'de marinacılık sektörünün, 2014'e kadar hızlı bir büyüme performansı gösterdiğini hatırlatan Doruk, "Ege ve Akdeniz çanağı boydan boya marinalarımızla sarılı. Marmara'dan başlayan Ege ve Akdeniz'le devam eden 700 deniz miline yayılmış 10 durağımızla hizmet veriyoruz. Türkiye'de ise, 50'nin üzerinde marina var ve 24 bin (deniz ve kara) kapasiteye sahibiz. Bu da Akdeniz çanağı içerisinde %4'lük bir paya isabet ediyor. Ancak tekne sayısındaki büyüme, maalesef kapasite büyümesi ile orantılı değil. Örneğin son 5 yıl toplamında marina kapasitesi %24 artarken, tekne sayısındaki artış ise %5 ile sınırlı kalmıştı. Ancak geçen yıl ve bu yıl tekne satışlarının yukarı doğru bir ivme kazandığını görüyoruz. Bu da ülkemizdeki tekne turizmi açısından güzel bir gelişme. Tüm dünyanın birlikte yaşadığı bu durumdan yine hep birlikte kurtulacağımıza ve turizmin tekrar eski canlılığına kavuşacağına hatta bu aranın eskisine oranla daha da canlanmasına neden olacağına inanıyoruz" dedi.

"Deniz ülkesine dönüşeceğiz"

Emre Doruk, özellikle bu yılın başından beri tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisinin daha izole alanların önemini, dolayısıyla teknelere olan ilgiyi de artırdığını söyledi. Doruk, "Havaların güzelleşmesiyle birlikte teknelere olan ilginin bu yıl daha da arttığını gördük. Bu normalleşme sürecinde de aynı şekilde devam etti. Dolayısıyla bu yıl teknelerin, deniz turizminin önem kazandığı bir yıl oldu aynı zamanda. Öngörümüz tekne ve deniz turizmine ilgilinin daha da artacağı yönünde. Bu eğilimin de etkisiyle yavaş yavaş da olsa her zaman idealimiz olan tam bir deniz ülkesine dönüşeceğiz" diye konuştu.



KÜLTÜR VE SANATI “YUMUŞAK GÜÇ” OLARAK DEĞERLENDİRMELİYİZ


Ali Güreli

TTYD Başkan Yardımcısı Ali Güreli ve Zorlu PSM Genel Müdürü Filiz Ova, kültür ve sanatın Türkiye turizmine getireceği katkıyı değerlendirdi. Ali Güreli, “İstanbul’u bu çerçevede adeta tek büyük bir ürün gibi görüyorum” derken Filiz Ova ise “Kültür turizmi, kapsadığı müzik turizmi, sanat turizmi ya da festival turizmi gibi temalara göre farklı stratejiler uygulanabilir” dedi.


Filiz Ova

Gelişmiş ülkeleri incelediğinde bir ülkenin ekonomisinin gücünü, siyasi gücü yanında ayrılmaz 3. ayağı olan “yumuşak güç”ü iyi ve çok öncelerde anlamış, bu gücü doğru yere oturtmuş ülkeler olduğunu ifade eden TTYD Başkan Yardımcısı Ali Güreli, “Türkiye henüz bu noktaya gelmedi, bir araya gelerek ortak proje üretmemiz gerekmez, ancak ortak akıl ile sadece bilgi paylaşımı ile farklı hedeflere yönelebiliriz. Bu anlayışın içinde Devlet’e de önemli rol düşmektedir” dedi.

“Dünyaya iyi anlatmalıyız”

Kültür ve sanat turizminde İstanbul’u adeta tek büyük bir ürün gibi gördüğünü belirten Ali Güreli, “Türkiye İstanbul’unu öne koyarak, ihtiyacı olan algıyı dünyada değiştirme yolunda planlar yapabilir. 2005 yılında iki Müze, SSM ve Pera’yı açtık ve 2019’a kadar sustuk. Arter geldi, bu yıl ise yeni İstanbul Modern ve yeni AKM geliyor. Bu yıl Tersane İstanbul ve Galata Port yaşamımıza katılıyor. Tekfur Sarayı, Galata Kulesi Müzesi İstanbul’un yaşamına girdiler. Mandarin Oriental, Peninsula, Rixos Haliç ve yanında Orient Express, dünyanın en önde gelen otelleri sıraya girdiler. 2022 ve 2023’te de devam edecek yeni sanat ve kültür alt yapılarının gelişmesi. İslam Medeniyetleri Müzesi, İstanbul Resim ve Heykel Müzesi, İstanbul Şehir Müzesi ve yeni Sadberk Hanım Müzeleri yaşamımıza katılacaklar. Bu gelişmelerin dünyaya anlatılması ise kanaatimce hep birlikte ilgili kurumların da içinde olduğu bir yapıda düşünülerek ele alınmalıdır” dedi.

“İyi planlama şart”

Ali Güreli, Türkiye’nin kültürel sermayesinin gelişmesi ve etkinleşmesi için de şunları söyledi: “Önce turizm sektörü yöneticileri olarak kendimizi ele alırsak bu iki sektörün gelişmesi, büyümesi ve daha nitelikli bir seviyeyi yakalaması için taşıdıkları ortak önemi hepimizin daha iyi kavraması ve bu yönde düşünmesi gereği var. Bu yönde ilerlememiz için ülke yönetimimizin aynı anlayışı taşıması, ülkeler arası yakınlaşmaları, ortak proje üretimini sağlamak için önce ülke içi sanat ve kültür ortamının gelişmesi ve uluslararası ilişkilerin artırılması, planlanması gereği vardır.”

“Pandemi sonrası coşkulu olacak”

Zorlu PSM Genel Müdürü Filiz Ova ise “Yeni durumlara uyum sağlama becerisi tüm organizasyonlar için yeni fırsatlar doğuruyor” dedi. Pandemi sürecinde dijitalin dünyanın farklı alanlarını kullanarak hayata geçirilen etkinliklerle yine, milyonlarca insana dokunmanın mutluluğunu yaşadıklarını söyleyen Ova, “Elbette her salonumuzun aynı anda farklı etkinliklerle dolu olduğu günlerdeki gibi sanatseverleri ağırlamayı çok özledik. Pandemi sonrası dönemin bu yüzden büyük bir coşkuyla geleceğine inanıyorum” dedi.

Yeni potansiyeller yaratacak

“Kültür turizminin kapsadığı müzik turizmi, sanat turizmi ya da festival turizmi gibi temalara göre farklı stratejiler uygulanabilir” diyen Filiz Ova, “Tarihi zenginliklerimizin yanında kültür sanat ekosistemimizin güncel değerlerini keşfetmeliyiz. Yerel ve ulusal değerleri öne çıkarırken güncel sanatları merkezine alan kültür kuruluşlarının da dahil edilmesi yeni potansiyeller yaratacaktır. Kültür merkezleri ekseninde oluşturulacak şehir turları, konaklamalı özel turlar, uluslararası festival paketleri kültür turizmin yaygınlaştırılması için atılacak adımlar arasında yer alıyor.” diye konuştu.

WTTC VE TTYD, TURİZM İÇİN İŞBİRLİĞİ YAPACAK

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) Türkiye turizminin gelişimi için çalışmalarına hızla devam ederken, bir taraftan da dünya turizm otoriteleri ile de yakın ilişkiler kurmaya devam ediyor. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) Kıdemli Başkan Yardımcısı Maribel Rodriguez, turizm için TTYD ile sıkı bir işbirliği içinde olacaklarını söyledi.

Yaptığı yatırımlarla Türkiye turizmine önemli bir ivme kazandıran Türkiye Turizm yatırımcıları Derneği (TTYD) yatırımların yanı sıra dünya turizm otoriteleri ile de işbirliği yaparak Türkiye turizmine önemli bir farkındalık katıyor. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'ne (WTTC) üye olan TTYD, dünya turizminde Türkiye'nin sesi oluyor. WTTC Kıdemli Başkan Yardımcısı Maribel Rodriguez, yaptığı açıklamada "TTYD'nin ve Oya Narin'in sektörümüz için böyle kritik bir dönemde üyemiz olmasından büyük memnuniyet duyuyoruz" dedi.

Farkındalık yaratıyor

Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) küresel arenada seyahat ve turizm sektörlerinde özel sektörü temsil ettiğini belirten WTTC Kıdemli Başkan Yardımcısı Rodriguez, "WTTC'nin üyeleri dünyanın tüm coğrafyalarından önde gelen seyahat ve turizmin değer zincirini oluşturan şirketlerin CEO, Başkan ve tepe yöneticileridir. WTTC, 30 yılı aşkın süredir kamu ve kamuoyunda seyahat ve turizm sektörünün ekonomik ve sosyal anlam ve önemine yönelik farkındalık yaratmaya yönelik çalışmalar yapmaktadır" dedi.

"Tünelin ucundaki ışığı görmeye başladık"

"Covid-19 pandemisinin sektöre şok dalgaları yollaması ile WTTC, küresel tüketici güvenini yeniden inşa etmek ve güvenilir uluslararası seyahate dönüşü teşvik etmeye yönelik özel sektör çabalarına öncülük ederek sürekli en ön sırada yer almıştır" diyen Rodriguez, "Kayda değer bir küresel seyahatin olmadığı bir yılın ardından dünyada aşılama uygulamalarının ivmelenmesi ile nihayet tünelin ucundaki ışığı görmeye başladık. Küresel seyahat ve turizm sektörlerinin toparlanması dünya ekonomilerinin yeniden güçlenmesi için kritik öneme sahiptir ve WTTC toparlanmanın en süratli şekilde gerçekleşmesi için bütün gayretiyle çalışmaya devam edecektir" şeklinde konuştu.

"Üyemiz olmasından memnuniyet duyuyoruz"

Türkiye'nin turizm ve seyahat sektörleri, pandeminin sektöre büyük hasar vermesinden önce 2019 yılında ekonomiye %11'lik katkıda bulunduğunu ve Türkiye'nin dünyanın en popüler destinasyonlarından biri olduğunu belirten Rodriguez, "TTYD'nin ve Oya Narin'in sektörümüz için böyle kritik bir dönemde üyemiz olmasından büyük memnuniyet



duyuyoruz. TTYD'nin Türkiye'de seyahat ve turizm sektörlerinde toparlanma, yatırım olanakları ve küresel olarak Türkiye'nin turizmine olan farkındalığı artırmaya ilişkin çabalarına yönelik sıkı işbirliği içerisinde çalışmaya devam etmeyi umuyoruz" diye konuştu.



TIF, 2022 YILINDA DA BÜYÜK İLGİ GÖRECEK

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) tarafından, Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi desteğiyle 28-29 Ocak 2020 tarihleri arasında düzenlenen ve dünyanın önde gelen markalarını İstanbul'da buluşturan Tourism Investment Forum'un (TIF), ikincisi 2022 yılında gerçekleştirilecek. TIF 2020 yılında olduğu gibi 2022 yılında da büyük ilgi görecek.


Ferzan Çelikkanat

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) tarafından, Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi desteğiyle 28-29 Ocak 2020 tarihleri arasında düzenlenen Tourism Investment Forum – TIF 2020, dünyanın önde gelen markalarını İstanbul'da buluşturdu. Turizm yatırımcıları, işletmecileri ve kanaat önderleri, Türkiye turizm sektörünün önümüzdeki 20 yılını şekillendirmek, geleceğe dönük network kurmak, iş ve finansman imkânlarını değerlendirmek üzere bu forumda bir araya geldi. Uluslararası yatırımcılar, finansal kuruluşlar, bankalar, fonlar, uluslararası otel markaları, turizme şekil veren uluslararası fikir liderleri, inovatif ve teknolojik oyun kurucuları ve gayrimenkul geliştirme şirketleri, denetim ve sigorta firmaları Türkiye'de yatırım fırsatlarını görme imkanı buldu. TTYD, TIF'in ikincisini 2022'nin ilk aylarında hibrid olarak yapmak üzere hazırlıklarına devam ediyor. Pandemi ile dünyada değişen dinamiklerin de tartışılacağı konferansa şimdiden ilgi büyük. TTYD Yönetim Kurulu Üyeleri Ferzan

“YATIRIMCI PROFİLİ TEŞVİK EDİLMELİDİR”

TTYD Yönetim Kurulu Üyesi Ferzan Çelikkanat, dünyanın gelişmiş birçok ekonomisi yatırımcı, finansör, geliştirici ve markaları bir araya getirerek bulundukları hinterlant için doğru ilişki modelleri oluşturmaya gayret gösterdiğini söyledi. Çelikkanat, “TIF de tam olarak burada devreye girerek içinde bulunduğumuz coğrafyada tüm doğru bileşenleri bir araya getirerek sağlıklı bir yatırım ortamını ilk elden yaratmayı amaçladı.

Turizm yatırımlarını uzun vadeli ve stratejik yatırımlar olarak değerlendirmek gerekmektedir.

Özellikle finansman modellemeleri doğru yapılmış, segmantasyonu düşünülmüş, kimliklendirilmesi planlanmış yatırımlar tasarlayarak yatırımlarda etkin bir sonuç almak mümkün olabilir. Bir de en önemlisi her şeyde ihtiyaç olduğu gibi liyakat esaslı bir yatırımcı profili teşvik edilmelidir” dedi.

Çelikkanat ve Ayla Heyfegil, TIF ve yabancı turizm yatırımlarını değerlendirdi.

“Yatırımcıyı ülkemize rahatlıkla çekebiliriz”

Dünyada turizm ülkeleri ve şehirlerinin kendi içlerinde ayrıştırılmış münferit modellemelerle yönetildiğini hatırlatan Ferzan Çelikkanat, “Dubai, Abu Dabi, Karadağ, Barcelona, Las Vegas, Portekiz vb. şehir, kimi ülke olan bu örneklerin hepsinin başarılarının arkasında bürokrasiden ari ve yönetimi özerk kurgular yer almaktadır”. Turizm bir holding gibi yönetilmeli, başına bir CEO atanmalı ve karından zararından sorumlu olacak şekilde profesyonelleşmelidir. Aksi halde hem dış politika ile hem de politik-ekonomik ilişkilerle direkt ilişkili bir etkileşime maruz kalır. Nitekim ülkemizde son global pandemi krizini saymaz isek turizm olarak hep benzeri sıkıntılardan dolayı sektör krize girmiştir. Öncelikle; uzun vadeli sürdürülebilirlik ilkesi ile tasarlanmış, şehir planlamacılığı ilkelerinde, vergi ve istihdam modellemeleri oluşturulmuş bir tasarımın oluşturulması akabinde güncel politikalara ve dönemsel iktidarlara bağlı kalmayan kanunlarla koruma altına alınmalıdır. Bu modelleme ile uzun vadeli yatırım planlaması yapan her segmentten yatırımcıyı ülkemize rahatlıkla çekebiliriz” diye konuştu.

“Konferansa şimdiden ilgi büyük”

TTYD Yönetim Kurulu Üyesi Ayla Heyfegil ise Tourism Investment Forum’un, 2020 Ocak ayında ilkini gerçekleştirdiklerini belirterek, “Türkiye’de yatırım yapma potansiyelini değişik sektörler ve konu başlıkları ile incelediğimiz bir Konferans. 2 gün süren bu konferansta Türkiye’de turizm ekseninde sanat, gastronomi, ulaşım, sağlık ve tarih turizmi gibi bir sürü yeni yatırım imkanı sunan konuda yabancı ve yerli yatırımcıların potansiyel alanlara dikkatini çekerken, halihazırda turizme yatırım yapmış çok önemli kişi ve kurumları bir araya getirmekti. İlk sene olmasına rağmen önemli konuşmacılar ve katılımcılarla, çok ciddi ilgi çeken TIF’in ikincisini 2022’nin ilk aylarında hibrid olarak yapmak üzere hazırlıklarımız devam ediyor. Yine yurtiçinden ve yurtdışından konuşmacıların olacağı ve Covid sonrası sadece Türkiye değil dünyada değişen dinamiklerin de tartışılacağı bu konferansa şimdiden ilgi büyük” dedi.

“Cazibe merkezi olmaya devam edecek”

Ayla Heyfegil, Türkiye kadar turizm potansiyeli olan bir ülkenin, doğrudan yabancı yatırım ve finansmanını uzak tutan algıları söndürmek için yeterli eforu gösterememesini de düzeltilmesi gereken bir durum olarak gösteriyor. Hayfegil, “Global yatırımcıların piyasada paydaş olması, destinasyonun savunucusu olması ve beraberinde destinasyona farklılaşma, yaratıcılık ve IP mozaiği getirmesi gibi fırsatları kaçırmak, Türkiye turizm ürününü bazı rakiplere karşı geride bırakabilir. Bu nedenle, bizim öngörümüz gerek politik gerek bürokratik gerekse hukuki olarak yatırım ortamının yerli ve yabancı yatırımcı için fark etmeksizin sadeleştirilmesi, yatırım kurallarının herkesin anlayabileceği ve uygulayabileceği bir şekilde açık ve şeffaf olarak uygulanabilmesi durumunda Türkiye doğal ve tarihsel potansiyeli ile rekabeti olmayan bir cazibe merkezi olmaya devam edecektir” diye konuştu.



Ayla Heyfegil

TTYD'NİN MEGA YATIRIMLARI

Geçmişten günümüze Türkiye turizminin gelişiminde büyük rol oynayan
Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD),
turizme ve Türkiye ekonomisine yatırım yapmaya devam ediyor.
TTYD'ye üye kuruluşlar, son olarak TAV, Galataport, İGA ve Haliç Tersane'ye
yaptıkları yatırımlarla Türkiye ekonomisine ivme kazandıracak.



Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) Türkiye turizmine ve ekonomisine yatırımlarını tüm hızıyla devam ediyor. TTYD üyeleri son olarak Galataport, İGA ve Haliç Tersane projeleri ile dev yatırımlarına devam ederken TAV ise yurt içi ve yurt dışında yaptığı yatırımlarla bir dünya markası olmaya devam ediyor.

Galataport, 2,5 milyon turist ağırlayacak

Doğuş Grubu ve Bilgili Holding'in hayata geçireceği Galataport İstanbul, özel restoran zincirleri, kafeleri, dünyaca ünlü markaları ve ofis alanlarıyla yerli ve yabancı turistler ve İstanbullular için yepyeni bir yaşam alanı sunacak. Karaköy Rıhtımı'ndan Mimar Sinan Üniversitesi Fındıklı Kampüsü'ne kadar sahil şeridine hayat verecek olan dünya çapında bir proje olan ve 1.7 milyar dolarlık bir yatırımla hayata geçirilecek Galataport İstanbul'un yılda 2,5 milyon turist ağırlayacağı tahmin ediliyor.





İstanbul boğazının eski kenti çevrelediği bölgede yer alan ve büyüleyici tarihi yarımadanın bir uzantısı olan Galataport İstanbul, yaklaşık 200 yıldır eski depoların ve gümrük sınırlarının arkasına gizlenmiş olan sahil şeridini gün yüzüne çıkaracak. Galataport projesiyle birlikte bu sahil şeridi, şehri denize bağlayan halka açık bir kordon haline gelecek. Binalar arasında yer alan küçük sokaklarla Boğaz'a doğru kolaylıkla geçiş yapılabilirken, kentin tarihi anıtları da orijinaline sadık kalınarak yenilenecek. Ayrıca bölgenin finansal önemini dikkate alarak yepyeni ofis alanları yaratılacak. Galataport İstanbul, modern bir bakış açısı ile İstanbul'un en güzel bölgelerinden birini şehre geri kazandırırken Türkiye ekonomisine de yıllık 1 milyar dolar katı sağlayacak.

Tersane İstanbul, halka ve ekonomiye açılacak
Sosyal, kültürel, turizm ve ticari alanlardan oluşan Haliç Yat Limanı ve Kompleksi Projesi ile 1.800 metre uzunluğundaki Haliç sahili İstanbullara kazandırılacak. Sembol Uluslararası Yatırım, Ekopark Turizm ve Fine Otelcilik Ortak Girişim Grubu'nun hayata geçireceği projenin tamamı bittiğinde 83.300 m2 tescilli yapı restore edilerek kamunun kullanımına sunulacak. Atıl kalmış 25 tescilli eser, tarihi kimliğine uygun bir şekilde restore edilecek.

Proje kapsamında yapılacak, tiyatro, kütüphane, sinema gibi kamusal tesisler ile bir asırdır kullanılmayan bir alan kamu kullanımına açılacak. 70'er yat kapasiteli 2 adet marinanın da inşaa edileceği proje kapsamında 700 milyon dolar yatırımla tarihi değerler korunacak ve 20 bin kişiye istihdam sağlanacak. Yılda 30 milyon ziyaretçi ağırlaması beklenen bu alan ile bölge ekonomisinin canlandırılması hedefleniyor. Proje tamamlandığı zaman tersane kaynaklı sanayi ve ağır metallerin oluşturduğu kirlilik de önlenmiş olacak.

İGA, yılda 200 milyon yolcu ağırlayacak
İnşaat firmaları Kalyon, Cengiz, Limak ve Mapa tarafından hayata geçirilen ve sonrasında işletilen İGA (İstanbul Grand Airport), İstanbul şehir merkezine 35 kilometre mesafede yer alıyor. İstanbul Havalimanı inşaatı, dört fazda tamamlanacak şekilde planlandı. Birinci faz kapsamında, 3 pist ve 90 milyon yolcu kapasiteli terminal binası hizmet vermektedir. Tüm fazları tamamlandığında İstanbul Havalimanı, yıllık 200 milyon yolcu kapasitesiyle 300'den fazla destinasyona uçuş imkanı sunacak.

Türkiye'nin dünyaya açılan kapısı İGA, Avrupa'nın en fazla yolcu ağırlayan havalimanı konumunda yer alıyor. Havalimanı, inşaat aşamasından işletme aşamasına kadar binlerce insana iş imkanı da sundu. İGA, aynı zamanda Türkiye'nin modern yüzünü de dünyaya gösteriyor. Modern ve kullanışlı yapısı ile büyük beğeni toplayan İstanbul Havalimanı, İstanbul'u dünyanın en önemli şehirleri içinde farklı bir yere konumlandırmayı da başarıyor.

Dünyanın önde gelen havalimanı işletmecisi: TAV
Yurt içi ve yurt dışındaki havalimanı işletmeleri ile sektöründe dikkat çekmeyi başaran TAV Havalimanları, dünyanın önde gelen havalimanı işletmecileri arasında yer alıyor. TAV, Türkiye'de Antalya, Ankara Esenboğa, İzmir Adnan Menderes, Milas Bodrum ve Gazipaşa Alanya havalimanlarını başarıyla işletiyor. TAV yurtdışında ise Kazakistan'ın Almatı, Gürcistan'ın Tiflis ve Batum, Tunus'un Monastır ve Enfidha-Hammamet, Makedonya'nın Üsküp ile Ohrid, Suudi Arabistan'ın Medine ve Hırvatistan'ın Zagreb Havalimanı'nda faaliyet gösteriyor.

TAV, duty free, yiyecek-içecek hizmetleri, yer hizmetleri, bilişim, güvenlik ve işletme hizmetleri gibi havalimanı operasyonunun diğer alanlarında da faaliyet gösteriyor. Bu çerçevede TAV Havalimanları, Letonya'nın Riga Havalimanı'nda da duty free, yiyecek içecek ve diğer ticari alanların işletmesini gerçekleştiriyor. Türkiye'nin dünya markalarından biri olan TAV, vizyoner yapısı ile daha da büyüyeceğini gösteriyor. TAV, yurt dışında sunduğu hizmet ile Türkiye'nin gururu olmaya devam ediyor.



TÜRKİYE TURİZMİ, ESKİ GÜZEL GÜNLERİNE GERİ DÖNECEK

Devlet ve Orman Eski Bakanı, TTYD Danışmanı Ersin Taranoğlu, turizm gündemini ve Türkiye turizmini değerlendirdi.

Pandemi dönemini değerlendiren Devlet ve Orman Eski Bakanı, TTYD Danışmanı Ersin Taranoğlu, Pandeminin yeni mutasyonlarla dünya genelinde hızını artırması ve üçüncü dalganın başlaması, uluslararası seyahatlerde kısıtlamaların devam etmesi ve dünya genelindeki aşılanma sürecinde yaşanan aksaklıklar nedeniyle turizm sektörünün tüm bileşenleri için toparlanma sürecinin zaman alacağının değerlendirildiğini söyledi.

2021 yılında 17 milyar dolar turizm geliri projeksiyonu Küresel ölçekte IMF tarafından da pandemiden yüksek derecede etkilenen sektörler arasında sayılan turizmin bu süreçte sınırlı gelir yaratabileceğini ve turizmcilerin hem mevcut borç stokunu hem de kar getirmeyecek şekilde mevcut operasyonlarını yönetmek durumunda kalacağını söyleyen Taranoğlu, "Covid-19 salgını şoku ile 2020 yılında ülkemize gelen turist sayısında %70, gelirlerde ise %65 oranında azalma meydana gelmiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) küresel ölçekte 2019 yılı değerlerine ancak 2023-2024 yılında ulaşılabileceğini belirtmektedir. 2021 yılı için TTYD'nin projeksiyonları, ülkemize gelecek 22,5 milyon turist ile 2019 yılının yaklaşık yarısı seviyesinde 17 milyar dolar turizm gelirine ulaşılabileceğini göstermektedir. Küresel olarak aşılanmada belirli bir ivme sağlaması ile turizmin tüm unsurları ile geçmiş yıllardaki performansına döneceğine inanıyorum" dedi.

"Turizme imalat sanayine sağlanan destekler sağlanmalı"

Taranoğlu açıklamalarına şöyle devam etti: "Pandemi sürecini bir kenara bıraktığımızda, döviz kazandıran, katma değer ve istihdam yaratan ülkemizin bacasız sanayisi turizm sektörümüzün gelişimi için önemli olan ülkemize doğru yatırımların gelmesi, sektörümüzün dönüşümüne katkı sağlanmasıdır. Tesis ve ürün türlerinde çeşitliliği, tesis ve destinasyonlarda uluslararası rekabet, kalite ve konfor düzeyini sağlayacak yatırımları doğru politikalarla çektiğimiz takdirde, çok daha yüksek turist ve turizm geliri rakamlarına erişeceğine inancım tamdır" dedi.

TTYD VE BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM İÇİN GÜÇLERİNİ BİRLEŞTİRDİ

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) ve Bahçeşehir Üniversitesi (BAU) turizm ekonomisini akademik dünya ile bir araya getirecek bir iş birliğine imza attı.

Türkiye'de turizmi 12 ay boyunca kesintisiz sürdürme vizyonu ışığında geliştirilen işbirliği turizm sektörüne yetişmiş iş gücü sağlanması ve turizm alanında nitelikli araştırmalar yürütülmesi hedefleniyor. İşbirliği ile üniversite öğrencileri tüm yıl staj yapma ve sonrasında da tam zamanlı iş bulma şansı elde ediyorlar. Program kapsamında Bahçeşehir Üniversitesi her akademik yılda biri yüksek lisans, biri de doktora olmak üzere iki öğrenciye "TTYD Doktora Bursu" ve "Murat Dedeman Yüksek Lisans Bursu" veriliyor.

Profesyonellerle öğrenciler buluşacak

TTYD Yönetim Kurulu Üyesi Alper Aksoy koordinasyonunda içeriği hazırlanan ve haftalık olarak verilen "Turizm Yöneticiliği-Turizmde Mini MBA" Yüksek Lisans programının modüllerine diğer Yönetim Kurulu üyeleri de katkı sağlıyor. Bu kapsamda sektörün önde gelen isimleriyle buluşma imkanı yakalayan Bahçeşehir Üniversitesi öğrencileri, Türkiye'nin en hızlı büyüyen sektörü olan turizm hakkında eğitim imkanı buluyorlar.

İşbirliği hakkında açıklama yapan TTYD Başkanı Oya Narin: "TTYD olarak Bahçeşehir Üniversitesi ile turizm sektöründe nitelikli istihdamı artırmak amacıyla güzel bir işbirliği yaptık. Burada açılacak programlardan mezun olanlar, turizmi sadece 3-4 aylık geçici bir iş olarak değil tüm yıla yayılan bir iş ve kariyer imkanı olarak değerlendirecekler. Biz de sektörümüzün önde gelen yönetici ve profesyonellerini sistemli biçimde programa dahil olan Bahçeşehir Üniversitesi öğrencileriyle buluşturacağız. Turizm sektörümüz, öğrencilerimiz ve ülkemiz adına çok yararlı olacağına inandığım bu işbirliği için başta Bahçeşehir Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Şirin Karadeniz olmak üzere katkısı olan herkese teşekkürlerimi sunuyorum" şeklinde konuştu.




corendonairlines.com
#collectmoments
TÜRKİYE TURİZMİNİN
HİZMETİNDEYİZ!
Avrupa'dan Türkiye'nin
17 şehrine direkt uçuşlar!
39,99
€'dan başlayan
fiyatlarla
Biletlerimizi websitemizden, yetkili seyahat
acentelerimizden veya çağrı merkezimizden
temin edebilirsiniz.
44 44 737
corendon
AIRLINES

TIF
2022
Tourism
Investment
Forum

DESTINATION FUTURE TURKEY

2022

TTYD Tarafından organize edilmiştir

TÜRKİYE TURİZM YATIRIMCILARI DERNEĞİ
TTYD
TURKISH TOURISM INVESTORS ASSOCIATION

Turizmin Geleceğini Beraber Tasarlayalım

Turizm sektörünün vizyoner kuruluşu Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD), Türkiye'nin ve dünyanın en önemli turizm yatırımcılarını bir araya getiriyor.

Detaylı bilgi ve kayıt için: tif.com.tr

İHRACATIN YILDIZLARI

HAZİRAN 2021



Balkız Devrim Ünal
Bimed CFO'su

bimed

inovatif ürün yelpazesi ve yeni pazarlarla **büyüme trendini sürdürecek**

Küresel ticaret dengesinde kaçınılmaz değişim

bimed trademark for innovation and quality

CABLE GLANDS & ACCESSORIES

for Industrial and Hazardous Applications



INDUSTRIAL PRODUCTS



EX-PROOF PRODUCTS



VENTILATION SYSTEMS



HYGIENIC PRODUCTS

bimedteknik.com

linkedin.com/bimedteknik

info@bimedteknik.com

+90 212 875 73 76



Vestel akıllı ürünler ve elektikli şarj cihazlarıyla ihracatta yeni ataklara hazırlanıyor

Aralıksız 23 yıldır kendi sektöründe ihracat şampiyonu olan Vestel, tasarlayıp ürettiği ürünleri dünyanın dört bir yanına ulaştırıyor. Uluslararası markalarla iş birlikleri, satın alma ve lisans anlaşmaları gibi stratejik hamlelerle küresel pazarlardaki varlığını güçlendiren Vestel, üretiminin yüzde 80'ini ihraç ederek ülke ekonomisine değer yaratıyor.

VESTEL Şirketler Grubu, 18'i yurtdışında olmak üzere, toplam 28 şirketten oluşuyor. Vestel, ana faaliyet alanı olan beyaz eşya ve tüketici elektroniğinin yanı sıra otomotiv elektroniği, pil teknolojileri, yapay zeka teknolojileri, 5G altyapısı, sağlık teknolojileri konularındaki çalışmalarıyla da dikkat çekiyor. Vestel'in 20 bin çalışanıyla sektörüne yön veren çalışmalara imza attığını belirten şirketin CEO'su Turan Erdoğan "Dünyanın 157 ülkesine ulaştırdığımız teknolojimizi Manisa'daki 1,3 milyon metrekarelik Vestel City'de üretiyoruz. 23 yıldır sektörümüzün aralıksız ihracat şampiyonuyuz." diyerek, sorularımızı yanıtladı.

■ *Vestel'in satışlarında ihracatın payını, öne çıkan ürünleri ve pazarları anlatır mısınız?*

Vestel Şirketler Grubu olarak, Avrupa'daki TV üreticileri arasında ilk üçte ve beyaz eşya üreticileri arasında ise ilk beşte yer alıyoruz. Ana ihracat pazarımız Avrupa. Bu pazarda Almanya, Fransa, İngilteregibiençokihracatyaptığımızülkelere ihraç ettiğimiz ürünlerin başında akıllı ürünler geliyor. Katma değeri yüksek bu ürünlerimizin yüzde 80'ini dünyanın 157 ülkesine ulaştırıyoruz.

Marka anlaşmaları ve EVC projesiyle ihracatta yeni açılımlar

■ *Vestel'in 2020 ihracat performansı nasıl? 2021 ihracat ve pazar hedefleri nasıl şekilleniyor?*

Pandemiye rağmen sektörümüzde 23'üncü kez ihracat şampiyonu olduk. Uluslararası şirketlerle lisans anlaşmaları imzalıyor, satın almalar gerçekleştiriyoruz. 2020 son çeyrekte İngiltere beyaz eşya pazarının önemli oyuncularından Crosslee PLC şirketinin Hostess ve White Knight markalarını satın aldık. Bu satın almayla İngiltere ve AB'de gücümüze güç katacağız. Sharp ile lisans anlaşmamızı yeniledik ve Avrupa pazarlarından aldığımız payı artırdık. Güney Kore'nin dev markalarından Daewoo ile bir lisans anlaşması imzaladık. Önümüzdeki 10 yıl boyunca Daewoo markasının beyaz eşya ve TV'lerinin üretimini ve satışını gerçekleştireceğiz. 2020 sonunda dünyanın en büyük elektrik hizmeti şirketlerinden Iberdrola ile uluslararası elektrikli araç şarj cihazları (EVC) projesi için anlaşma sağladık. Projemiz 2021 yılında da devam edecek. Avrupa'da Iberdrola tarafından konumlandırılacak elektrikli araç şarj cihazlarını biz üreteceğiz. İlk etapta İberdrola'nın İngiltere, İtalya ve İspanya'da kuracağı elektrikli araç şarj noktaları için destek olacağız. Projenin diğer ülkelere de yayılmasını hedefliyoruz. EVC ihracatımızın hedefinde tüm dünya var. 2021'e ihracat başarımızı sürdürülebilir kılacak şekilde başladık ve ilk yarıyı hedeflerimize uygun bir şekilde sonlandırmaya.


Turan Erdoğan, Vestel CEO'su

Akıllı televizyon, çamaşır makinesi ve fırınlar

■ *Vestel'in Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları kapsamındaki yeni ürün ve projeleri nelerdir?*

Üretimdeki gücümüzü dünyanın farklı noktalarındaki Ar-Ge faaliyetlerimizden ve 1.800 kişilik Ar-Ge ekibimizden alıyoruz. Yurt içi ve yurt dışında toplam 8 Ar-Ge merkezimiz bulunuyor. Her yıl ciromuzun yüzde 2'sini Ar-Ge faaliyetlerimize ayırıyoruz. Dijital dönüşüm, üretim, ürün, satış ve pazarlama tarafında en önemli gündem maddemiz. Üretim tarafında; Endüstri 4.0 dönüşümü için altı yılı aşkın süredir çalışmalarımızı sürdürüyoruz ve hedefimize yüzde 90 oranında yaklaştık. Ürün tarafında; akıllı ürün, hizmet ve konseptleri ile geleceğin "akıllı" dünyasında Vestel imzasını şimdiden atıyoruz. Televizyonlarımızı akıllı evlerin merkezi konumuna getirirken; sesli komutla kontrol edilebilen televizyon ve beyazeşyalar,kendideterjanını siparişverebilen çamaşır makinesi, telefon uygulaması aracılığıyla sesle kontrol edilebilen fırın gibi birçok akıllı ürünle tüketicilerin hayatını her geçen gün daha da kolaylaştırmayı sürdürüyoruz.

Vestel Ekspres ve Evinde Gör uygulaması

■ *Değişen tüketici alışkanlıkları ve dijitalleşen ticaret ortamında Vestel'in yaklaşım ve hedefleri nasıl şekilleniyor?*

2021'in ilk günlerinde markamızın yeni iletişim stratejisi "Vestel'le olur, neden olmasın?"ı kamuoyuyla paylaştık. Yenilikçi bir marka olarak dünyanın dört bir yanındaki tüketicimizin taleplerine artık bu anlayışla yanıt veriyoruz. Son yıllarda teknolojinin gelişmesi ile tüketici satın alma alışkanlıklarını online kanallara yönlenmesi pandeminin etkisiyle ciddi oranda ivme kazandı. Uzun yıllardır dijital kanallara yatırım yapıyorduk. Online satın alma deneyimini fiziksel perakendeyle buluşturan konsept mağazalarımız Vestel Ekspres, sektörümüzde bir ilk olan 24 saatte teslim, AR (Arttırılmış Gerçeklik) teknolojisiyle geliştirdiğimiz Evinde Gör seçeneği hayata geçirdiğimiz uygulamalar arasında yer alıyor.

Editörden

Covid-19 salgını yaklaşık 2 yıldır küresel bir alt üst oluş yaşanmasına yol açıyor. Tüm dünyada ülkeler arasında ve ülkelerin kendi içinde insan hareketliliğine sekte vurmakla kalmayan salgın, insanların yaşamları için gerekli olan ürün ve hizmet dolaşımını da sancılı sonuçları olacak şekilde olumsuz etkiledi.

Salgının getirdiği kapanma ve kısıtlamalar, başlangıçta yaşanan panik havasının da etkisiyle gıda ve sağlık gibi yaşamsal sektörlerdeki mal ticareti ve tedariğinde olumsuzluklara yol açtı. Panik seviyesindeki görece azalmaya rağmen hala devam eden salgın, küresel hizmet sektöründe turizm; yolcu taşımacılığı; deniz yük taşımacılığı; müteahhitlik ve eğitim hizmetleri gibi alanlarda küçülmeye yol açtı. Küresel düzeydeki turist sayısındaki azalmanın olumsuz etkileri aynı derinlikte ülkemizde de hissediliyor. Bilişim ve iletişim gibi alt hizmet sektörleri ise bu olumsuz gidişattan negatif yönde etkilenmedi.

Küresel hizmet ticaretindeki sıkıntıların süregelen pandemi kısıtlamaları nedeniyle mal ticaretindeki kadar hızla giderilmesi beklenmiyor. Pandemi tarım ve koruyucu sağlık ürünlerinin dış ticareti, dijitalleşme ve uzaktan çalışma alanlarında fırsatlar ortaya çıkardı. Bu süreçte operasyonel sorunlarla mücadelede, firmaların dijital altyapı yeterliliği belirleyici oldu. Pandemi, e-ticaret platformları gibi dijital alt yapısı hazır olan sektörlerde fırsat yarattı. e-ihracat ivme kazanırken, birçok ülke ve kurum dijitalleşme ile sürdürülebilirlik yatırımlarını öne çekti.

Pandemi döneminde esnek düşünebilen, karar alabilen alternatif yöntemler geliştirebilen ve krizi fırsata çevirebilen firmalar ayakta kalıyor. Tedarik süreçlerinde yapılandırmaya giden, tarım, gıda, sağlık gibi sektörlerde yerel ve küresel strateji planlarını devreye alan, yenilenebilir enerji ve dijitalleşmeyle sürdürülebilir kalkınma politikası izleyen ülkeler ile şirketler fark yaratacak.

Küresel ticarette Çin'in halihazırdaki lider pozisyonu 2035 yılı ile ilgili tahminlerde de devam ediyor. 2035 yılında ABD'nin, ikincilik pozisyonunu korusa da küresel ihracattan aldığı payda azalma bekleniyor. Küresel ihracatta 3. sıradaki Almanya'nın ise 2035'te yerini Vietnam'a bırakması bekleniyor. Bu tablo küresel ticaret savaşlarının etkisini daha çok yaşayacağımızın habercisi. Çin'in Trans Pasifik Ticaret Ortaklığı'na karşı oluşturduğu, Kuşak Yol İnisiyatifi'nde Türkiye'nin coğrafi ve kültürel olarak merkezi konumu, yumuşak güç unsuru olması ile tarihsel derinliğinin yarattığı etki alanın bu projedeki ağırlığını daha da yükseltmesi bekleniyor.

Mehtap AYDIN

İçindekiler

DÜNYANIN KUTUSUNU ÜRETİYOR **6**
Ankutsan

KÜRESEL TİCARET DENGESİNDE KAÇINILMAZ DEĞİŞİM **8-9**

BİMED İNOVATİF ÜRÜN YELPAZESİ VE YENİ PAZARLARLA BÜYÜME TRENDİNİ SÜRDÜRECEK **10-11**
Bimed

KÖRFEZ DÖKÜM BİLGİ TEKNOLOJİLERİ, İNSAN KAYNAĞI VE KAPASİTE ARTIRICI YATIRIMLARIYLA KÜRESEL KONUMUNU GÜÇLENDİRECEK **12**
Körfez Döküm

SARAY, YENİ YATIRIMLARLA İHRACATTAKİ YÜKSELİŞİNİ SÜRDÜRÜYOR **13**
Saray Grup

TİM BAŞKANI GÜLLE: 200 MİLYAR DOLAR ARTIK ÇOK YAKIN **16-17-18**

YAYINA HAZIRLAYAN
REEL SEKTÖR REKLAMCILIK HİZM. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
0 212 272 39 02 pbx

YAZI İŞLERİ
Mehtap Aydın Adanır

GRAFİK TASARIM
Selçuk Sarnıç

İhracatın Yıldızları eki Reel Sektör tarafından hazırlanmıştır.
Capital Dergisi'nin ücretsiz ilan ekidir


Sınırsız Enerjiyle
Çelikten
Başarılara
Tam İsabet
Sağlam ve aydınlık bir gelecek için
daima daha iyisini üretiyor,
ülkemizin büyümesine güç katmaya
devam ediyoruz.
İÇDAŞ®
www.icdas.com.tr

Dünyanın kutusunu üretiyor

Ankutsan, Adana'daki 60 milyon Euro tutarındaki ek yatırımla ihtiyacı olan ham maddenin tamamını üretebilecek. Avrupa'daki sayılı projelerden biri olacak SAP yatırımıyla dijitalleşmesini sürdüren Ankutsan, 2021'de Singapur ve Malezya gibi yeni pazarlara açılarak, 75 milyon dolarlık ihracat ile 1.8 milyar TL ciro hedefliyor.



Rüstem Kesgi,
Ankutsan Yönetim Kurulu Başkanı

Oluklu mukavva sektöründe faaliyet gösteren ve 2002 yılında yüzde 100 yerli sermaye ile kurulan Ankutsan, Antalya, Mersin, Ankara, Adana ve Tekirdağ Çerkezköy'de bulunan beş tesiste üretim yapıyor. Ankutsan, Endüstri 4.0 ve ileri teknoloji entegre yönetim sistemlerine sahip 239 bin m2'lik toplam üretim alanında yıllık 60 bin ton kâğıt ile 357 bin ton oluklu mukavva levha ve kutu üretiyor. İSO Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Araştırması 2019 sonuçlarına göre 330. sırada bulunan Ankutsan, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) 2019 verilerine göre de "en yüksek ihracat yapan ilk 1000 şirket" içerisinde yer alarak sektöründeki ihracat liderliğini sürdürüyor.

Oluklu mukavva sektörünün öncü ve lider şirketlerinden Ankutsan, 2021 yılında 1,8 milyar TL ciro hedefliyor. Dünyayı derinden etkileyen korona virüs pandemisine rağmen göstermiş oldukları büyümenin önemli bir başarı olduğunun altını çizen Ankutsan Yönetim Kurulu Başkanı Rüstem Kesgi, "Pandeminin yarattığı tüm olumsuz gelişmelere rağmen yatırımlarımıza ve büyümeye devam ediyoruz. Adana'da mevcut kâğıt fabrikamıza ek olarak 60 milyon Euro yatırım ile yüksek teknolojiye sahip yeni bir kâğıt üretim tesisi kuruyoruz, bu yatırımımızla birlikte yüzde 100 entegre olarak ihtiyacımız olan ham maddenin tamamını üretiyor olacağız." diye konuştu.

Satın almasını daha önce gerçekleştirdikleri Ankara tesislerinin ikinci etap yatırımını yıl sonunda devreye alacaklarını belirten Rüstem Kesgi, "Büyümemizi sürdürerek, 2021 yılında 1,8 milyar TL ciro hedefini aşmak için var gücümüzle çalışacağız" dedi.

Ar-Ge ve dijitalleşmede öncü yaklaşım

Ankutsan'ın gelişen dijital altyapısı ve Endüstri 4.0 yaklaşımıyla kurulan üretim tesisleriyle dünyanın her yerine hizmet verebilir ve her yerinden ulaşılabilir bir konumda olduğunu aktaran Kesgi, "Sektörümüzün Bilim ve Teknoloji Bakanlığı onaylı ilk Ar-Ge merkezine sahibiz, müşterilerimize uygun yenilikçi çözümler sunuyoruz." ifadesini kullandı.

Dijitalleşme yolunda çok büyük yatırımlar yaptıklarından bahseden Kesgi, "SAP çözümlerinin tüm modüllerini kapsayacak şekilde tüm tesis ve yönetim merkezlerimizde sistem çözümlerini hayata geçiren sektörümüzdeki ilk ve tek şirket olacağız, bu büyük proje aynı zamanda SAP'nin Avrupa'daki sayılı projelerinden biri olacak" şeklinde konuştu.



İhracatta yeni pazarlarla liderliğini güçlendirecek

Ankutsan'ın ihracatta geçen yıl dolar bazında yüzde 45 büyüme ve yaklaşık 50 milyon dolar ciro ile sektöründe açık ara lider konumda olduğunu söyleyen Kesgi, yıl sonunda 75 milyon dolar ihracat rakamı hedeflediklerini ve pazar liderliğini koruduklarını ifade etti.

Geçen yıl Avrupa, Amerika, Avustralya, Asya, Kuzey Afrika ve Orta Doğu bölgelerinde 60'dan fazla ülkeye ihracat yaptıklarını anlatan Rüstem Kesgi, "Mevcut pazarlarımızı büyütmek için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Pizza kutuları, yaş sebze meyve kutuları, safiha, taşıma kolisi, fide ve çiçek kutuları, endüstriyel kutular; ihraç ettiğimiz genel ürün gruplarımızı oluşturuyor. Uzak Doğu'da gelişmiş, kişi başı geliri yüksek olan Malezya, Singapur vb. ülkeler de yeni hedef pazarlarımız arasında yer alıyor. İhracatımızı geliştirmek için mevcut pazarları geliştiriyor ve yeni pazarlar için araştırmalarımıza devam ediyoruz." bilgisini aktardı.

Türkiye'nin markalaşma programı Turquality'e sektöründe dahil olan ilk ve tek şirket olduklarını, bunun global bir marka olma yolunda kendilerine ciddi katkı sağlayacağını anlatan Kesgi, "Turquality kapsamında dâhil olduğumuz marka desteği programı ile birincil hedef pazarlarımızda hızla büyüyeceğiz" diye konuştu. Rüstem Kesgi, bu yıl gerçekleşecek birçok fuara katılarak, Türkiye'yi ve Ankutsan'ı en iyi şekilde temsil edeceklerini de vurguladı.



Ankutsan olarak 20 yıl önce %100 yerli sermaye ile yaptığımız küçük atılımlar bugün dev yatırımlara dönüştü. 5 kıtada 60'dan fazla ülkeye oluklu mukavva kutu ambalaj çözümleri sunuyor, genç ve inovatif yapımızla ihracatta sektör liderliğini göğüslemenin haklı gururunu yaşıyoruz.

ankutsan.com

500 İSO TÜRKİYE'NİN 500 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU 2019

ankutsan



Küresel ticaret dengesinde kaçınılmaz değişim

Çin'in yüzde 13,4 olan küresel ihracat payının 2035'te yüzde 19,7'ye yükselmesi, ABD'nin ise yüzde 8,8 olan payının yüzde 8,5'e düşmesi bekleniyor. Vietnam'ın 2035'te yüzde 6,2'ye yükselmesi beklenen küresel ihracat payı ile halihazırda 3. sırada bulunan Almanya'nın yerini alması öngörülüyor. Bu da yeni küresel ticaret savaşı beklentilerini güçlendiriyor.

Küresel çaptaki Covid-19 salgını, mal ve hizmet ticaretini derinden etkiledi. Salgının getirdiği kapatma ve kısıtlamaların negatif etkisi, hizmet ticaretinde daha çok hissedildi. Küresel hizmet ticaretinde turizm, hava ve deniz yolcu taşımacılığı ile deniz yük taşımacılığında yüksek oranlı daralmalar yaşanırken, müteahhitlik, sağlık ve eğitim hizmetleri de küçüldü. 2020'de dünyada uluslararası turist sayısı yüzde 70 azalarak 438 milyon kişi oldu. Uluslararası turizm harcamaları yüzde 69 azalınca, turizm gelirleri de 1 trilyon dolarlık düşüşle 457 milyar dolara geriledi. Hizmet sektöründeki küçülmeden en az etkilenen alt sektörler bilişim-yazılım-iletişim hizmetleri ile finansal hizmetler oldu. Dünyada mal ticaretinde yaşanan kayıpların 2021'de telafi edilerek, en azından 2019 yılı ihracat seviyelerine ulaşması bekleniyor. Ancak hizmet ticaretinde sınırlı bir büyüme beklentisi hakim. 2019 seviyelerine dönüşün 2022 ya da 2023'te gerçekleşebileceği öngörülüyor.

2020'de Türkiye'ye gelen turist sayısı da 71 azaldı ve 15 milyon kişide kaldı. TCMB verilerine göre, 2020'de hizmet ihracatı yüzde 45,9 düşüşle 34,4 milyar dolar oldu. En büyük düşüş turizm, resmi hizmetler ve taşımacılık sektörlerinde yaşandı. Sigorta ve emeklilik hizmetleri, telekomünikasyon, bilgisayar ve bilgi hizmetleri, finansal hizmetler ile kişisel, kültürel ve eğlence hizmetlerinde ise artış görüldü. 2021'deki hizmet ihracatında Covid-19'a bağlı olarak turizm yine belirleyici olacak.

Küresel ihracat beklentileri

Küresel ihracatın 2030'da 29,2 trilyon dolar, 2035'de ise 37,66 trilyon dolar olması bekleniyor. Çin'in, 2030'da 5,03 trilyon dolar olması beklenen küresel ihracatının 2035'te 7,42 trilyon dolara yükseleceği ve yine zirvede yer alacağı tahmini yapılıyor. En çok ihracat yapan ikinci ülke olan ABD'nin ise 2030'da 2,5 trilyon dolarlık, 2035'te 3,2 trilyon dolarlık ihracat yapması öngörülüyor. Üçüncü sıradaki Almanya'nın 2030'da bu konumunu koruması, 2035'te ise yerini Vietnam'a bırakması



bekleniyor. Almanya'nın 2030'da 1,97 trilyon dolar, 2035'te 2,3 trilyon dolar ihracat yapması öngörülüyor. Vietnam'ın ise, 2030'da 1,07 trilyon dolar 2035'te 2,34 trilyon dolarlık ihracat yapması bekleniyor.

Çin'in yüzde 13,4 olan küresel ihracat payının 2035'te yüzde 19,7'ye yükseleceği, ABD'nin ise yüzde 8,8 olan payının 2035'de yüzde 8,5'e düşeceği tahmin ediliyor. Almanya'nın yüzde 7,9'luk payının 2035'te yüzde 6,1'e düşmesi, Vietnam'ın yüzde 1,4 olan payının 2035'te yüzde 6,2'ye yükselmesi bekleniyor. Bu da yeni küresel ticaret savaşı beklentilerini güçlendiriyor.

İhracatta Türkiye projeksiyonu

Küresel ihracatta, Türkiye'nin 2030'da 257,9 milyar dolarla 29. sırada, 2035'te 330,4 milyar dolarla 28. sırada olması öngörülüyor. Küresel ihracattaki payının ise 2035'te yüzde 0,97 olması bekleniyor. Türkiye'nin ihracatının 2021-2035 döneminde yüzde 113,6 artacağı tahmin ediliyor. Mevcut ihracat büyüme eğilimine göre, en çok ihracatın 2030'da 52,1 milyar dolar ve 2035'te 69,9 dolarla otomotiv sektöründe gerçekleşmesi bekleniyor. İkinci sırada 2030'da 32,6 milyar dolar, 2035'te 42,2 milyar dolar ihracat beklentisiyle kimyevi maddeler ve mamulleri yer alıyor. Üçüncü sıradaki hazır giyim ve konfeksiyonda ise 2030'da 21,6 milyar dolar, 2035'te 24 milyar dolar ihracat beklentisi bulunuyor. Savunma ve havacılık sanayii yüzde 425 ile en yüksek ihracat artışı beklenen sektör. Bu sektörün 2021'de 19. sırada; 2030'da 13. sırada; 2035'te ise 11. sırada olması öngörülüyor.

Türkiye 2021 yılı için 184 milyar dolarlık ihracat hedefliyor. Türkiye 2021 yılı Ocak-Nisan döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde yüzde 33,1'lik artışla 68 milyar 752 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi.



Tedarik zincirleri ve dönüşüm ihtiyacı

Küresel çapta Çin ve Asya ülkelerine olan yüksek bağımlılığın Covid-19 salgınıyla birlikte yarattığı tedarik ve arz güvenliği sorunları bu alanda yeniden yapılanmayı gündeme taşıdı. Kritik ürünlerde yurt içinden tedarik öne çıkarken, yurt dışında tedarikçi çeşitlendirmesine gidilmesi gündemde. Ayrıca tedariklerde bölgesel yeni ağlar da ön planda. İklim değişikliğinin etkileri, ticari korumacılık, siber ataklar, jeopolitik gerginlikler ve siyasi yaptırımlar da tedarik zincirlerinde yeniden yapılanmada etkili oluyor.

Türkiye küresel tedarik yapılarındaki değişimden en çok yararlanabilecek ülkeler içinde yer alıyor. Sanayi üretiminde ürün ve sektör çeşitliliği ile gelişmiş yan sanayine sahip olan Türkiye, esnek ve hızlı üretim yapısı; yüksek ürün standartları ve standartlarda AB ile uyumu; güçlü lojistik firmalara ve hizmetlere sahip olması; yüksek liman ve taşımacılık kapasitesi (kara-deniz, demir, hava yolları) ile gelişmiş ihracat finansman olanaklarına sahip.

Yükselen Sektörler ve Türkiye

TARIM ve gıda güvenliği ile sağlık sektörünün stratejik önemi pandemiyle iyice hissedilirken, ticari faaliyetlerin dijital ortama kayış hızı ivme kazandı. İklim krizinde yükselen alarm seviyesi ise yenilenebilir enerjinin önemini artırdı.

Yenilenebilir Enerji: Sürdürülebilirlik ve buna uygun alt yapının önemi pandemide daha da anlaşıldı. Dünyanın en büyük güneş ve rüzgâr enerjisi piyasası olan Çin, 2060'ta sıfır karbona ulaşma hedefini açıkladı. Yenilenebilir enerji piyasasında küresel çapta bir hareketlilik söz konusu. Ülkemizde de verilen teşviklerle birlikte yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelik yatırımlar artarken, sürdürülebilir finansman modelleri öne çıkıyor.

Sağlık: Pandemi, sağlıkta kamu-özel sektör-akademi iş birliği ihtiyacını öne çıkarırken, yerel üretim kapasitelerinin önemini de ortaya koydu. Yedek kapasiteler oluşturulmasına, Ar-Ge projelerinin fonlanmasına ve yetişmiş insan gücünden faydalanabilmek için mükemmeliyet merkezlerinin geliştirilmesine ihtiyaç var. Yapay zekâ, robotik, büyük veri, nesnelerin interneti gibi dijital teknolojiler ile biyoteknoloji, nanoteknoloji ve nörobilim teknolojilerinde yapılacak inovasyon, yeni ürün ve hizmetlerin sunulmasına, rekabet gücünün artmasına fırsat verebilir. Medikal cihazlar ve ilaç sektörlerinde otomotiv ve savunma sanayii örneklerinde olduğu gibi birbirini besleyen unsurlardan oluşan bir ekosistemin kurulması, birlikte geliştirme modelinin benimsenmesi, yüksek standartlarda, küresel bakış açısıyla üretilecek ürünlerin pazarlanmasına katkı sağlayabilir. Türkiye, modern hastaneleri, yetişmiş insan gücü, alanında uzman doktorları, teknolojik altyapı ve tecrübe birikimi, coğrafi konumu, kaplıcaları ve doğal zenginlikleriyle sağlık turizmi açısından da bir çekim merkezi.

Tarım ve Gıda: Tarım, gıda üretimi ve güvenliği açısından stratejik önemde. Küresel nüfustaki artış nedeniyle diğer şartlar sabit kalsa bile hacmini artıran ve yükselen bir sektör. Pandeminin yarattığı panik dalgasında pek çok ülke, boşalan market raflarını dolduracak ürün temininde ve tedarikte sıkıntı yaşadı. Ülkeler, tarım politikalarını gözden geçirmek durumunda kaldı. Paketli gıda talebindeki artış eğilimi, 2020'de pandeminin de etkisiyle hızlandı.

Türkiye pandemide ürün tedarikinde ciddi bir sorun yaşamasa da, 'gıda bağımsızlığı' tam olarak sağlanabilmiş değil. Tarımda kendi kendine yetmenin önemi artarken, Türkiye'nin tahıl üretimi yapılan ekili alanının 2000'deki 139 milyon dekarlık seviyesi, 2019'da 107 milyon dekara düştü. Stratejik önemdeki tarım sektöründe Türkiye, 41. sırada bulunduğu küresel gıda güvenlik endeksinde skorunu hızla artıracak adımlar atmalı. Üretim giderlerinin düşürülmesi ve ithalatın önüne geçilmesi önem arz ediyor. Dört mevsimin yaşanabildiği Türkiye, gıda talebi canlılığı ve ithalata bağlı tüketimin yüksek olduğu ülkelere coğrafi yakınlık avantajlarına sahip.

E-Ticaret: Pandemi e-ticaret platformları gibi dijital alt yapısı hazır olan sektörlerde fırsat yarattı. e-ihracat ivme kazanırken, birçok ülke ve kurum dijitalleşme ile sürdürülebilirlik yatırımlarını öne çekti. Küresel ölçekte sınır ötesi e-ticaret hacmi 2020'de 994 milyar dolara ulaştı. Türkiye'nin toplam e-ticaret hacmi 2019'da 136 milyar lira iken, 2020'nin ilk 6 ayında 91,7 milyar lira oldu ve bunun yüzde 4'nü e-ihracat oluşturdu. Bu dönemde 3 bin 761 KOBİ, e-ticarete başladı. Ticaret Bakanlığı Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS) kayıtlarına göre, 31 Ocak 2021 itibarıyla sisteme kayıtlı işletme sayısı 19 bin 661, sisteme kayıtlı site sayısı 23 bin 771'e ulaştı.



Balkız Devrim Ünal
Bimed CFO'su

Bimed inovatif ürün yelpazesi ve yeni pazarlarla büyüme trendini sürdürecek

Avrupa pazarında güçlü bir konumda olan Bimed, Amerika ve Rusya pazarlarında da büyümeyi hedefliyor. Bimed, rakor ve inovatif inhaler cihazlarının yanı sıra elektrikli araç sektörüne yönelik EV Solutions ürünlerinin pazardaki payını artırmak için çalışmalarını sürdürüyor.

Bimed Teknik Aletler, 43 yıl önce metal şırınga üretimiyle başladığı faaliyetlerini, iki ana kolda sürdürüyor. Bimed, metal-plastik kablo bağlantı parçaları ve basınç dengeleme elemanları üretiminden oluşan birinci faaliyet alanında, beyaz eşya, otomotiv, otomasyon, bina teknolojileri, yenilenebilir enerji, aydınlatma, elektronik ve patlayıcı ortamlara yönelik 20 bin farklı ürün gamına sahip. Bimed ikinci ana faaliyet alanı medikal sektöründe ise Türkiye ve Avrupa merkezli birçok ilaç üreticisine inhaler, şırınga ve benzeri medikal ürünlerin tasarımı ve üretiminde destek veriyor.

İnhaler cihazlarının ilk yerli üreticisi olan Bimed, yerli ilaç üreticilerini ithal, esnek olmayan tasarımlara sahip standart cihazlar ile yüksek birim fiyat ve ithalat maliyetlerinden kurtarmayı amaçlıyor. Bimed, özellikle inhaler cihazı üretimi için yaptığı yatırımlar ve inovatif ürünlerle büyüyerek, Türkiye'deki konumunu sağlamlaştırmayı hedefliyor. Müşteri odaklı mühendislik, tasarım ve üretim çözümlerini içeren butik çalışmalar da yapan Bimed, üç bin metrekaresi Romanya'da bulunan, toplam 25 bin metrekarelik bir üretim alanında, 600'den fazla çalışanı ile faaliyetlerini sürdürüyor. Bimed CFO'su Balkız Devrim Ünal sorularımızı yanıtladı.

■ ***Öncelikle sizi biraz tanıyabilir miyiz?***

2001'de Koç Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun oldum ve Deloitte Türkiye Bağımsız Denetim Bölümü'nde işe başladım. Pek çok üretim, perakende ve hizmet sektöründe yer alan şirketin bağımsız denetim ekiplerinde yer aldım. 2006 yılının Ekim ayında Deloitte'un küresel gelişim programı kapsamında Deloitte Boston ofisinde 18 ay çalıştıktan sonra Deloitte Türkiye'ye geri döndüm ve 2017 yılının sonuna kadar Bağımsız Denetim Bölümü'nde yöneticilik yaptım. Bu süreçte Türkiye'nin önde gelen holding ve grup şirketlerinin bağımsız denetim çalışmalarını yönettim. 2017 yılının sonlarına doğru EY Türkiye Finansal Muhasebe Danışmanlık Bölümü'ne Yardımcı Ortak olarak geçtim. EY Türkiye'de yaklaşık üç yıl pek çok kurumsal grup ve şirkette yeni uluslararası finansal raporlama standartlarının uygulanması, yönetim raporlaması ve finansal süreç projelerinde yer aldım.

2020'de Bimed'in değerli ortakları ile tanışma fırsatı buldum ve bir anda tüm kariyerim Big4 profesyonellerinin tabiriyle "masanın diğer tarafı" olan Mali İşler Genel Müdür Yardımcılığı'na evrildi. Bimed Türkiye ve Bimed Romanya'nın finansal süreçlerini devraldım. 43 yıllık sağlam operasyonel ve finansal temelleri olan, bir o kadar dinamik, sürekli büyüme trendi







içerisinde, genç, eğitimli ve enerjik kadrosuyla Bimed'e hızlıca adapte olabildiğimi söyleyebilirim. Aile şirketi olarak önemli kurumsallaşma adımları atmış ve atmaya devam eden, gelişime bu kadar açık ve hızlı reaksiyon verebilen bir şirketin parçası olduğum için memnunum.

Avrupa'da ilk 10 içinde yer alıyor

■ *Ürün yelpazenizdeki rakor üretimi ve satışında pazardaki konumunuz, beklentileriniz ve hedefleriniz nasıl?*

Bina teknolojileri, yenilenebilir enerji ve aydınlatma sektörüne sağlanan kablo bağlantı parçaları ve basınç dengeleme elemanlarının üretimi ve satışında Avrupa'da ilk 10 üretici arasındayız. Toplam satışımızda en büyük payı yüzde 88 ile plastik ve metal rakorlar alıyor. Bunu medikal, perno ve bant grubu ürünlerimiz izliyor. Üretimin yüzde 85'ini 51 farklı ülkeye ihraç ediyoruz. 2021'in ilk dört ayında toplam ihracatımızın yüzde 45'ini Almanya, ABD ve İtalya'ya gerçekleştirdik. Güçlü olduğumuz Avrupa pazarının dışında, Amerika ve Rusya pazarlarında büyümeyi hedefliyoruz. 2021'in ilk dört ayında ABD'deye ihracatımız, yüzde 40 arttı. Rusya pazarında da emin adımlarla ilerliyoruz.

2020 yılından itibaren elektrikli araç sektörüne de odaklanarak, varlığımızı göstermeyi hedefliyoruz. Özellikle elektrikli araçlarda kullanılan bataryalar için havalandırma ve koruma sağlayan EV Solutions ürünlerimizin pazardaki payını artırmak için çalışmalarımız hızla devam ediyor.

Romanya'daki fabrikamız ise Avrupa'da varlığımızı güçlendirmek amacıyla 2018 yılında kuruldu, şu an 3 adet plastik enjeksiyon ve 5 adet CNC tezgahı ve montaj istasyonları ile 45 kişiye istihdam sağlıyor. Üretimin önemli bir bölümü Almanya, İspanya ve Polonya'daki müşterilerimize satılıyor. 2021'in ilk dört ayında satışlarda bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 17'lik bir artış olduğunu gözlemliyoruz; burada elbette geçen yıl mart ve nisan aylarında baş gösteren pandeminin ilk etkilerini de göz önünde bulundurmamız doğru olur. Her koşulda, 2021 yılı ve sonrasında Romanya'dan nihai müşterilerimize yapılan satışların konsolide satışımız içerisindeki payını artırmayı ve bölgede önemli bir paya sahip olan otomotiv sektöründe yeni projeler ile büyümeyi hedefliyoruz.

"BimeDigital" ve Ar-Ge ile daha yüksek performans

■ *Bimed, hala süren pandemiye adaptasyon ve finansal gücü koruma adına nasıl bir politika izliyor?*



Bimed, 2020'de pandemi koşullarında pek çok sektör ve firmanın aksine, cirosunu Euro bazında yüzde 6 büyütebildi. Bu büyümede Bimed'in müşteri odaklı, çevik ve hızlı aksiyon alan kültürünün önemli bir payı var. Pandemiyle bir anda yüzleşerek, insan ve finansal kaynaklarını koruyarak üretim sürekliliğini ve müşteri memnuniyetini sağlayabilmek bir sanayi şirketi için fark yaratan faktörlerden birisi. Bimed, pandemi süresince faaliyetlerin devamlılığı ile çalışan kaybına uğramayarak ülkemizde istihdam sağlamayı sürdürdü. Bimed'in güçlü finansal yapısı ve ihracat odaklı bir şirket olması nedeniyle yabancı para alacak ve borç dengesinin sağladığı doğal kur riskinden korunma, pandemi süresince finansal açıdan şirketi ayakta tutmaya ve güçlendirmeye devam etti. Bimed olarak 2021 Nisan sonu itibariyle yaklaşık 12 Milyon Euro ihracat ile 2021 yılı hedefimizin üzerinde bir performans ile ilerliyoruz.

En önemli üretim girdi kalemlerimiz olan plastik, pirinç ve paslanmazda tüm dünyada yaşanan arz sıkıntıları ve fiyat artışlarının etkilerini ilerleyen aylarda tüm sanayi şirketleri gibi yaşayabileceğimizi tahmin ediyoruz. Bu noktada, strateji ve risk yönetimi devreye giriyor. Öncelikle, yeni dönemde stratejilerimizin belirlenmesinde ve ölçümlenmesinde "veri analizi" ve "dijitalleşme"yi odağımız olarak belirledik. Bu konuda bir proje ekibi oluşturduk ve "BimeDigital" projemizi başlattık. Hali hazırda üretim sahamızda yer alan tüm makinalarımızın verimliliklerini ve üretim süreçlerinin takibini teknolojik bir platformda takip edebiliyoruz. Tüm bölümlerimizin takip ettiği bu gibi verileri finansal performans verileri ile birlikte anlık takip edilebildiğimiz bir dijital platform kullanmaya başladık. Bu şekilde, şirket olarak ortak bir dil konuşabileceğimize ve riskleri öngörme ve karar almada doğru veriye ve veri analizine dayanan bir yol çizebileceğimize inanıyoruz.

İhracattaki büyüme her sanayi şirketi için önemli bir finansal gösterge olsa da, bu kadar belirsiz bir ortamda karlı büyüme şirketleri uzun vadede ayakta tutacak. Müşteri fiyat politikaları, maliyet unsurlarının kontrol altında tutulması, yatırımların fizibilite planlarına dayandırılarak belirli bir plan doğrultusunda yapılması ve nakit dengesini sağlamak önem taşıyor. Bimed olarak, Türkiye ve Romanya operasyonlarımızın satış, maliyet ve yatırım bütçelerine uyumunu yakından izliyoruz. Haftalık bazda ve ileriye dönük nakit akış planlarıyla nakit durumumuzu ve borçlanma maliyetlerimizi de kontrol altında tutabiliyoruz.

■ *İhracat ve Ar-Ge alanındaki önemli başarılarınızı ve Türkiye'nin en büyüklerinin sıralandığı listelerde yer alışınızdaki başarı hikayelerini nasıl formülize edersiniz?*

Bimed'in bir mottosu var, bunun tüm çalışanlar tarafından içselleştirildiğini gözlemleyebilirsiniz; "Bu işi yaparsa Bimed yapar". İşte Bimed'i rakiplerinden ayıran, sürekli bir gelişim ve müşteri memnuniyeti yaratma serüveni de burada başlıyor. Ürün geliştirme burada devreye giriyor ve tabii Ar-Ge Merkezi'miz... Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı onaylı Ar-Ge Merkezi'mizde 30'un üzerinde çalışanımız ile 2017 yılından beri faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Uzman kadromuz ve akredite laboratuvarımız sayesinde bugüne kadar 40'tan fazla Ar-Ge Merkezi projesi yürütmenin yanı sıra 50'den fazla patentimiz mevcut. Ar-Ge Merkezi'mizde son dönemde rakor ve inovatif inhaler cihazlarının yanı sıra elektrikli araç sektörüne yönelik ürünlere ilişkin projelerin de yer aldığını ve arttığını gözlemliyoruz.

Körfez Döküm bilgi teknolojileri, insan kaynağı ve kapasite artırıcı yatırımlarıyla küresel konumunu güçlendirecek

Üretiminin yüzde 90'ını 5 kıtada, 70 ülkeye ihraç eden Körfez Döküm, yurtdışı müşterilerinin artan taleplerini karşılamak için 2021 yılı itibarıyla kapasite artırıcı yatırımlara hız verdi. Şirket Endüstri 4.0'a uyum kapsamında insan kaynağı ve bilgi teknolojileri yatırımlarını da sürdürüyor.



Çağdaş Alan
Körfez Döküm Genel Müdürü

ÇİMENTO, enerji ve madencilik sektörleri için yüksek alaşımlı çelik döküm üretimi yapan Körfez Döküm, 1988 yılından bu yana faaliyet gösteriyor. 2012 yılında Almanya'da mühendislik ofisi açarak uluslararası pazarda tanınırlığını artıran Körfez Döküm, 16 bin metrekare kapalı alanlı toplam 50 bin metrekarelik Dilovası entegre tesisinde faaliyetlerine devam ediyor. Üretiminin yüzde 90'ını ihraç eden Körfez Döküm'ün küresel pazardaki rekabet gücünü artırmaya yönelik çalışmalarını ve hedeflerini şirketin genel müdürü Çağdaş Alan anlattı.

■ *Körfez Döküm, ne tür ürün ve hizmetlerle sektöründe öne çıkıyor?*

Çimento, enerji ve madencilik sektörleri için yüksek alaşımlı çelik döküm üretimi yapmaktayız. Ürün gruplarımız kırma, öğütme ve piroproses süreçlerinde kullanılan ürünlerden oluşmakta. Çekiçli kırıcılar, valsli kırıcılar, darbeli kırıcılar, çeneli kırıcılar, konik kırıcılar üretmekte; tamburlu değirmenler, dik değirmenler, çekiçli değirmenler, valsli değirmenler, döner fırın, soğutucu sistemleri, ön ısıtıcılar, yakma sistemleri ve kazanlar için yedek parça üretimi yapmaktayız. Mühendislik ve süpervizörlük; süreç kontrol ve optimizasyonu; ekipman iyileştirme ve yedek parça tedariki gibi hizmetler de sunmaktayız. Bu sayede müşterilerimizin işletmelerindeki enerji kullanım oranlarını optimize etmekteyiz. Üretim sistemimize entegre ettiğimiz bi-metal parça döküm, kompozit döküm ve savurma döküm gibi gelişmiş teknolojiler sayesinde küresel pazarlardaki rekabet gücümüzü her geçen gün artırmaktayız. Ürünlerimizin, kalite kontrol süreçlerine büyük önem vermekteyiz. Bizim için kalite, son kontrolden çok daha fazlası. Körfez Döküm ailesinin her üyesi kurumsal kalite anlayışını benimsemekte ve sürdürülebilir çevre politikalarına uygun yüksek kaliteli çözümler sunmaya özen göstermekte.

Kapasite artırıcı yatırımlarla artan talebi karşılayacak

■ *Körfez Döküm'ün ulusal ve uluslararası pazardaki konumu ve 2021 yılı hedefleri nasıl şekilleniyor?*

Üretimimizin yüzde 90'ını başta Avrupa ülkeleri olmak üzere, farklı ülkelere ihraç etmekteyiz. Son 10 yılda Rusya, Afrika, Amerika ve Uzak Doğu pazarlarına ağırlık vererek, müşteri sayımızı 400'ün üzerine çıkardık. Dünyanın farklı yerlerindeki ofislerimiz ve kurduğumuz geniş temsilcilik sistemiyle 5 kıtada, 70 ülkeye ihracat yapmaktayız. Avrupa'da kurduğumuz mühendislik merkezimizle, ileri teknolojili mühendislik çözümleri sunmakta ve müşterilerimizin ihtiyaçlarına işletmelerin verimliğini arttıracak şekilde hızla cevap vermekteyiz. Müşteri odaklı bakış açımızla, farklı kıtalardaki müşterilerimizin farklılaşan ihtiyaçlarına etkin çözümler üreterek, müşterilerimiz ile ilişkilerimizi uzun süreli bir biçimde sürdürmekteyiz. Bu durum, ihracat rakamlarımızın her geçen yıl arttırmasına sebep olmakta. Pandemi sürecinde, yurtdışı müşterilerimizin artan taleplerini karşılamak için tesislerimizde 2021 yılı itibarıyla, kapasite artıracak yatırımlara hız vermiş bulunmaktayız.

Bilgi teknolojilerine ve insan kaynağına yatırım

■ *Körfez Döküm pandemi sürecini nasıl yönetiyor?*

Üretimimize hız kesmeden devam ettik ve ediyoruz. Tesislerimiz içerisinde genel kullanım alanlarında aldığımız tedbirler ve dezenfekte işlemleriyle birlikte; sosyal mesafeyi maksimize edip, iş süreçlerimizde çalışanlarımızın temasını mümkün olduğunca minimize etmeye çalıştık. Ofislerimiz, yemekhanelerimiz, giyinme odalarımız, servislerimiz gibi ortak kullanımı olan alanlarımızda düzenlemelere gittik. Çalışanlarımızın da iş birliğiyle bu süreci işletmemiz için en az hasarla atlatacağımıza inanıyorum.

■ *Körfez Döküm'ün dijitalleşme odaklı endüstri 4.0'a adaptasyonu nasıl?*

Sektörün dinamiklerine göre özellikle bilgi teknolojilerine yatırımlar yapmakta ve tesislerimizi endüstri 4.0 doğrultusunda geliştirmekteyiz. İleri teknolojili sistemleri, tesislerimize entegre ederek, 40 binden fazla farklı türde ürün üretmekteyiz. Verdiğimiz pek çok hizmeti çevrimiçi olarak desteklemekte ve bu sayede seyahat kısıtlaması olan durumlarda bile müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılamaktayız. İçinde bulunduğumuz bu olağandışı süreçte yaptığımız dijital yatırımlar sayesinde tüm toplantılarımızı, müşteri görüşmelerimizi, verdiğimiz tüm hizmetleri kesintiye uğramadan devam ettirdik. Diğer taraftan çalışanlarımız için düzenlediğimiz tüm yenilikçi eğitimlere çevrimiçi şekilde devam ederek, insan kaynağına yatırım yapmayı sürdürmekteyiz.



Türkiye'nin köklü sanayi kuruluşlarından Saray Grup, üretim ve ihracattaki gücünü pekiştirmeyi sürdürüyor. İnşaat sektörüne yönelik katma değerli alüminyum ürünleri, PVC kapı ve pencere sistemleri ile pek çok ilki pazarla buluşturduklarını belirten **Saray Grup Yönetim Kurulu Üyesi Talin Saraylı Dikici** "Bu yıl hayata geçireceğimiz yeni tesis ve makine yatırımlarıyla yurt dışı pazar payımızı artırmayı ve ihracatımızı 72 milyon dolara yükseltmeyi hedefliyoruz" dedi.

Saray, yeni yatırımlarla ihracattaki yükselişini sürdürüyor

Geliştirdiği yüksek performanslı inovatif ürünlerle 40 yılı aşkın süredir inşaat sektörüne hizmet veren Saray Grup, İstanbul Güneşli ve Tekirdağ Çerkezköy'deki tesislerinde yılda 3,5 milyon m2 alüminyum kompozit panel, 30 bin ton alüminyum profil ve 20 bin ton PVC profil üretimi yapıyor. Yıllık bütçesinin yaklaşık yüzde 5'ini Ar-Ge'ye ayırarak katma değeri yüksek ürünlere imza atan Saray, yeni teknolojilerin ve yenilikçi ürünlerin sektöre kazandırılmasında aktif rol oynarken, ülkemizin ekonomik büyümesine ve küresel rekabet gücüne de önemli katkıda bulunuyor.

"2021'in ilk çeyreğinde 19 milyon dolar ihracata imza attık"

2020 yılında 1 milyar 33 milyon TL'ye ulaşan cirosu ve 500 kişiye yakın istihdamıyla "Türkiye'nin En Büyük 500 Sanayi Kuruluşu - İSO 500" listesinde yerini koruyan şirket, bu yıl hayata geçireceği yeni yatırımlarla üretimdeki gücünü daha da artıracak. Sektöründe ihracat birinciliklerine sahip bir şirket olarak, alüminyum ürünlerinin yüzde 55'inden fazlasını, PVC kapı ve pencere sistemlerinin ise yüzde 98'ini Avrupa, Afrika, Asya ve Orta Doğu bölgelerinde 60'ı aşkın ülkeye ihraç ettiklerini belirten Saray Grup Yönetim Kurulu Üyesi Talin Saraylı Dikici, "TİM 1000 - İlk 1000 İhracatçı 2019 araştırmasında bir önceki yıla göre yüzde 14 ihracat artışıyla 56 basamak birden yükselerek, Türkiye'nin en büyük 262. ihracatçısı konumuna geldik. İDDMİB İhracatın Metalik Yıldızları ödül programında ise 'Alüminyum Çubuk & Profiller' ve 'Alüminyum İnşaat Malzemeleri' kategorilerinde ilk 10 ihracatçı arasında yer alarak iki ödüle birden değer görüldük. Uluslararası iş ortaklarımızla kurduğumuz uzun soluklu ilişkiler pandemi döneminde faaliyetlerimizi sorunsuz bir şekilde devam ettirmemizi sağladı. 2019 yılında 65 milyon dolar olan ihracat rakamımız, 2020'de 69 milyon dolara ulaştı. 2021'in ilk çeyreğinde ise 19 milyon dolarlık ihracata imza attık." bilgisini aktardı.

"İnovatif ürünleri pazarla buluşturmaya devam ediyoruz"

Farklı yapı türlerine özel ihtiyaçları belirleyerek, kullanıcıya maksimum konfor sunan, uluslararası standartlarda sistemler tasarladıklarını söyleyen Talin Saraylı Dikici, nano kompozit panel, SARAY A2 yangına dayanıklı kompozit panel, alüminyum cotta dış cephe kaplama malzemesi gibi birçok yeniliği Türkiye'de ilk kez pazarla buluşturduklarını belirtti.

Bu inovatif ürünlerin markanın küresel rekabet gücüne önemli katkıda bulunduğunu dile getiren Dikici, "Çatı-cephe kaplama, kapı-pencere, merdiven, iskele ve sera yapımı gibi çok çeşitli alanlarda kullanılabilen alüminyum, özgün tasarımlara imkân tanıyan hafif ve esnek yapısının yanı sıra çevre dostu özellikleriyle de mimari projelerde yoğun olarak tercih ediliyor. Sektörün öncü markalarından biri olarak yeni ihtiyaç ve talepleri yakından takip edip, Ar-Ge çalışmalarımızı ve ürün geliştirme süreçlerimizi buna göre şekillendirmeye, inovatif ürünleri pazarla buluşturmaya devam edeceğiz." şeklinde konuştu.

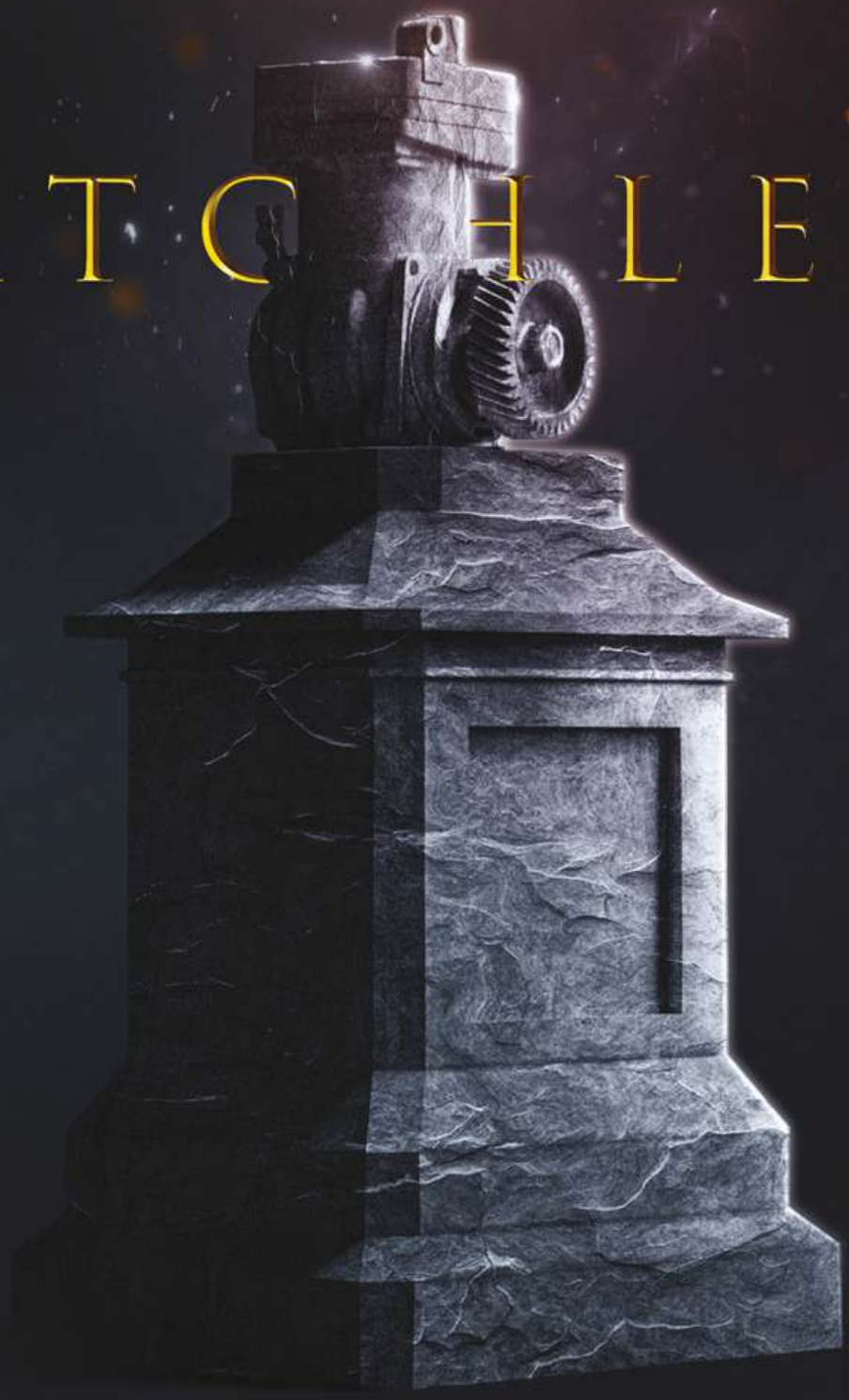
Yeni fabrikanın temelleri atıldı

Pandeminin neden olduğu olumsuzluklara rağmen yatırımlarına devam ettiklerini belirten Talin Saraylı Dikici, sözlerini, "Üretim tesislerimizi ve altyapımızı sürekli yeni teknolojilerle donatıp güncelliyoruz. Son olarak 35 bin m2 kapalı alana sahip yeni bir fabrika inşaatına başladık. Ayrıca, 2bin ve 4 bin 500 tonluk yeni ekstrüzyon presi alımları için anlaşmalar imzaladık. Yeni preslerimiz devreye girdiğinde hem üretim kapasitemizi artırmayı hem de ürün gamımızı çeşitlendirmeyi hedefliyoruz. Bu doğrultuda ihracatımızı 2021 sonunda 72 milyon dolara yükseltmeyi öngörüyoruz." şeklinde tamamladı.

NOW VADEN AGE

PROFESYONEL BİR BAKIŞ, TECRÜBE DOLU BİR DOKUNUŞ. İŞTE VADEN RUHU'NU OLUŞTURAN
İKİ ÖNEMLİ YAPI TAŞLARI; TECRÜBE VE PROFESYONELLİK.
BU YÜZDEN BAŞARININ ANAHTARI:
VADEN RUHU

MATCHLESS



vaden.com.tr

VADEN® ORIGINAL

YPS® YILDIZ PUL
YILDIZ PUL OTOMOTİV MOTOR PARÇALARI SANAYİ A.Ş.


YPS GLOBAL
YPS GLOBAL OTOMOTİV İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.
NOW
VADEN
AGE
VADEN
vaden.com.tr
GÖRÜNENİN ÖTESİNDE BİR BAŞARI
GÜCÜNÜN ZİRVESİNDE
Dünyanın 95 ülkesine ihracat yapan bu güç, inanmış bir takım, yüksek teknoloji ve büyük bir vizyonun eseridir.
VADEN
ORIGINAL

TİM Başkanı Gülle: 200 milyar



İsmail Gülle
TİM Başkanı

Türkiye bu yılın ilk dört ayını 68 milyar 752 milyon dolarlık ihracat ile tamamladı. Cumhuriyet tarihinin en yüksek nisan ayı ihracatı 18.7 milyar doları aşan rakamla bu yıl gerçekleşti. TİM Başkanı İsmail Gülle "Yıllık ihracat hedefimiz olan 184 milyar dolardan çok daha yüksek rakamlara, 200 milyar dolarlara hep birlikte, yakın zamanda ulaşacağız." dedi.

Türkiye'nin 2021 yılı Nisan ayı ihracatı, geçen yılın aynı ayına göre, yüzde 109'luk artışla, 18 milyar 766 milyon dolar olurken, bu rakam Cumhuriyet tarihin en yüksek nisan ayı ihracatı olarak kayıtlara geçti. Bu yılın ilk dört ayındaki ihracat 68 milyar 752 milyon dolar oldu. Türkiye'nin toplam ihracatı son 6 ayda ise 102 milyar doları aştı.

2021 Nisan ayında önceki yılın aynı ayına göre 25 sektör ihracatını artırdı. Kimyevi Maddeler ve Mamulleri, Elektrik–Elektronik, Tekstil ve Hammaddeleri, Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri, İklimlendirme Sanayii, Madencilik Ürünleri, Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri, Halı ile Su Ürünleri ve Hayvansal Mamullerden oluşan 9 sektör ise tarihlerinin en yüksek aylık ihracat performansına ulaştı. Nisan ayında, 2 milyar 466 milyon dolar ile Otomotiv sektörü ihracat liderliğini korudu. 2 milyar 162 milyon dolarlık ihracata ulaşan Kimyevi Maddeler sektörü ikinci, 1 milyar 658 milyon dolara ulaşan Çelik sektörü ise üçüncü oldu.

TİM Başkanı İsmail Gülle'nin Türkiye'nin 184 milyar dolarlık 2021 yılı ihracat hedefi doğrultusundaki değerlendirmelerini aldık.

■ ***İhracat ailesi olarak pandemiye rağmen geçen yılda ihracat hedefini geçerek önemli bir başarı elde ettiniz. Üstelik üst üste rekorlar açıkladınız. Bu yıl hedefiniz 184 milyar dolarlık ihracatı geçerek hep söylediğiniz 200 milyara ulaşacak mısınız? İlk çeyrekteki ve mart ayındaki tüm zamanların aylık rekorunu kırması bunun göstergesi mi oldu neler söyleyeceksiniz?***

Geçtiğimiz yıl bahar ayları, pandeminin ilk şokunu göğüslediğimiz aylar oldu. Tüm dünyada ticaretin neredeyse durduğunu gördük. Baz etkisini orta-

dolar artık çok yakın



dan kaldırmak adına, aylık ihracatımızın 2019'un nisan ayına göre değişimine baktığımızda, yüzde 22,3'lük bir artış görüyoruz. 2021'in ilk dört ayında ise ihracatımız, yüzde 33,1'lik artışla 68 milyar 752 milyon dolar oldu. Rakamlar gösteriyor ki, inşallah yıllık ihracat hedefimiz olan 184 milyar dolardan çok daha yüksek rakamlara, 200 milyar dolarlara hep birlikte, yakın zamanda ulaşacağız. Tüm bu başarıların arkasında, büyük bir emek yatıyor. Bugün hâlâ pek çok ihraç pazarımız tam anlamıyla açılmamış olmasına rağmen nisan rekoru; 100 bin ihracatçımızın her birinin, tarihe miras bırakacağı önemli bir eser. Bu yıla ihracatla damga vurmanın; 2021'i ihracat yılı yapmanın zamanı geldi. İnanıyorum ki, pandemi döneminde Türk ihracatçısının elde ettiği başarılar iktisat tarihine altın harflerle yazılacak. Bu büyük başarılar, daha çok çalışmak ve ihracatçımız için yeni projeler gerçekleştirmek adına bizleri de oldukça heyecanlandırıyor. Geçtiğimiz yıl nisan ve mayıs ayları, küresel ticaretin ve ihracatımızın en zorlu aylarıydı. Bu anlamda, nisan ayı bizim için ayrı bir önem arz ediyor. Geçtiğimiz yıl nisan ayında, ihracat rakamlarımızı kamuoyu ile paylaştığımızda "Gün umutsuzluk günü değil, yarınlardaki fırsatlara hazırlanma günüdür" demiştik. Hamdolsun ihracat ailesi, büyük bir özveriyle çalıştı; Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak, bizler gerekli tüm hazırlıkları yaptık. Hükümetimiz de sürecin her adımında bizleri destekledi.

Cumhuriyet tarihinin en yüksek nisan ayı ihracatı

■ *Mart ayında ihracatımız, geçtiğimiz yılın aynı ayına göre, yüzde 42,2'lik artışla, 18 milyar 985 milyon dolar oldu. 2021'in ilk çeyreğinde ise ihracatımız, yüzde 17,2'lik artışla 50 Milyar 23 milyon dolar oldu. Nisan ayında da ihracatçılarımız önemli bir başarıya imza attı. Bu başarınızda en önemli etken nedir? Pandemide böyle bir başarıya nasıl imza attınız?*

Yılbaşından beri toplam ihracatımız 68 milyar doları, son 6 ayda ise 102 milyar doları aşarak 102 milyar 686 milyon dolara ulaştı. Cumhuriyet tarihimizin en yüksek nisan ayı ihracatını da gerçekleştirmenin gururunu yaşıyoruz. Böylece, ardı ardına son beş ayda ihracat rekoru kırmış olduk. İhracat ailemiz her zaman daha ileriyi, daha yükseği hedefliyor. Nisan ayında ihracatımız, geçtiğimiz yılın aynı ayına göre, yüzde 109'luk artışla, 18 milyar 766 milyon dolar oldu. Bu rakam, tarihimizin en yüksek nisan ayı ihracat rakamına eriştiğimizi gösteriyor. Aynı zamanda bu ay, Mart 2021'den sonra Cumhuriyet tarihinde en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz ikinci ay oldu. Bu başarı; son 1 yıldır ilmek ilmek işleyerek ortaya koyduğumuz bir sürecin ürünü. Biz, pandemide belirsizliklerin en yüksek olduğu zamanda, bir söylemde bulunmuştuk. Yeni normalde ihracat hedeflerimizi, normalin de ötesine koyduk.

Çünkü ciddi bir fırsat döneminin başlangıcındayız ve Türk ihracatçısı, pandemi sürecinde üretimi bir an olsun durdurmayarak, tedarikte yaşanan tüm sıkıntılara göğüs gererek; ne kadar güvenilir bir tedarikçi olduğunu tüm dünyaya tekrar gösterdi.

Son 1 yılda ihracatçının nerede sorunu varsa, bizzat sahada olarak sorunların çözümü için mücadele ettik, yeri geldi fuarlar, heyetler durdu; sanal platformlar üzerinden ihracatçılarımızı alıcılarla buluşturduk. Yeri geldi, Kapıkule, İpsala ve Hamzabeyli sınırlarında tır kuyrukları oluştu, bizzat sahada bulunarak, sorunu kısa sürede çözüme kavuşturduk. İhracat ailemizle istişare mekanizmamız, tüm bu süreç içerisinde sorunsuz bir şekilde işledi ve bu istişarelerde ortaya çıkan sonuçlar, hamdolsun bizi bugünlere getirdi. Bu başarılar, 100 bin ihracatçımızın her birinin olağanüstü gayretiyle ortaya çıktı. Tüm ihracatçılarımızı buradan, bir kez daha tebrik ediyorum.

Otomotiv ihracatta lokomotif sektör

■ *Hangi illerimiz ve hangi sektörlerimizle öne çıktı?*

Nisan ayında 74 ilimiz ihracatını artırdı. Tam 15 ilimiz; tarihlerinin en yüksek aylık ihracatını, nisanda gerçekleştirdi. En çok ihracat gerçekleştiren ilk 3 ilimiz sırasıyla; 7 milyar 239 milyon dolarla İstanbul, (yüzde 98 artış), 1 milyar 360 milyon dolarla Bursa, (yüzde 212 artış), 1 milyar 321 milyon dolarla Kocaeli, (yüzde 190 artış) oldu. En dikkat çekici artışlar ise; yüzde 1179 artışla 461 milyon dolara ulaşan Sakarya, yüzde 212 artışla 1,36 milyar dolar ihracat yapan Bursa, yüzde 190 artışla 1,32 milyar dolarlık ihracata imza atan Kocaeli'de oldu.

Önceki yılın aynı ayına göre 25 sektörümüzün ihracatını artırdığını görüyoruz. Toplam 9 sektörümüz ise, tarihlerinin en yüksek aylık ihracat performansına imza attı. Bu sektörler; Kimyevi Maddeler ve Mamulleri, Elektrik – Elektronik, Tekstil ve Hammaddeleri, Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri, İklimlendirme Sanayii, Madencilik Ürünleri, Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri, Halı ile Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller...

Nisan ayında; 2 milyar 466 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren Otomotiv sektörümüz liderliğini korurken; 2 milyar 162 milyon dolara ulaşan Kimyevi Maddeler sektörümüz ikinci, 1 milyar 658 milyon dolara ulaşan Çelik sektörümüz ise üçüncü oldu. Bu ay en güçlü artış performansına imza atan sektörler; yüzde 313 artışla 2 milyar 466 milyon dolara ulaşan Otomotiv; yüzde 305 artışla 306 milyon dolara ulaşan Halı; yüzde 280 artışla 110 milyon dolara ulaşan Gemi ve Yat sektörleri oldu. Tüm illerimizi ve sektörlerimizi bu büyük başarı adına tebrik ediyorum.

İhracata yeni katılan şirket sayısında rekor

■ *İhracata yeni katılan firma sayısında nisanda rekor kırdınız. İhracata başlayan firmalarımızın sayısında önemli bir artış görüyoruz neler söyleyeceksiniz?*

İhracat ailesine yeni katılımda nisan ayında yeni bir rekor kırdık. Tam 2 bin 444 firmamız, geçtiğimiz ay ilk kez ihracat yaptı. İhracata yeni başlayan bu firmalarımız, nisan ayında 136 milyon 896 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Genel tabloya bakıldığında ise, nisan ayı içeris-inde toplam 44 bin 484 firmamız ihracat gerçekleştirdi. Böylelikle, yılın ilk dört ayında, ilk kez ihracat gerçekleştiren firma sayımız 5 bin 461 oldu. Göreve geldiğimizden beri, ihracatın tabana yayılması süreci ana gündem maddelerimizden oldu. Çünkü her firmamızın



ihracat yapabilecek potansiyeli var ve biz bu potansiyeli gerçekleştirmek adına ihracat seferberliği başlatmış durumdayız. KOBİ'lerimize verdiğimiz ihracat eğitimlerine, pandemi döneminde dahi ara vermeyerek eğitimleri sanal platformlara taşıdık. Geçtiğimiz yıl her ay ortalama 1500 firmamız, ihracat ailemize katıldı. İhracat ailesinin her geçen gün daha da büyümesi, hedeflerimize ulaşmamız noktasında oldukça önem arz ediyor. Yeni dönemde inşallah daha çok firmamız ihracat gerçekleştirerek, gücümüze güç katacak.

İhracatçıya 'Türkiye Lojistik Portalı' ile destek

■ *Yalnızca ihracatı artırmak için değil, aynı zamanda ihracat süreçlerini kolaylaştırmak için de çalışıyorsunuz. Çok yakında, Türkiye Lojistik Portalı'nı da faaliyete geçireceksiniz. Portal faaliyete geçtiğinde ihracatçıya ne gibi fayda sağlayacak?*

Son dönemde, konteyner krizi uluslararası ticarette ana gündem oldu. Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak, Türkiye Lojistik Portalı'nı çok yakında faaliyete geçirerek, lojistikte yaşanan bu küresel soruna, ulusal bir çözüm sunacağız. Portalımız, lojistik firmalarıyla ihracatçılarımız arasında bir köprü vazifesi görecek. Türkiye Lojistik Portalı'nı ihracatçılarımızın dünyaya açılan kapısı haline getirerek, ihracat hacmimizi artırırken, lojistik noktasında önemli avantajlar elde edeceğiz. Ürünlerimiz, dünyanın dört bir köşesine artık daha hızlı, daha ucuz ve daha güvenli bir şekilde ulaşacak.

■ *Dünyanın çeşitli noktalarında Lojistik Merkezleri kuracaksınız. ABD ve Gana'da dâhil kurulacak bu merkezlerin ihracat ailesine katkısı ne olacak?*

Salgın dönemi öncesinde hazırlıklarına başlamış olduğumuz lojistik merkezleri projemiz, salgın sonrasında önemini daha da artırmış durumda. Dünya oldukça hızlı bir şekilde dönüşüyor, yeni normal dönemde gördük ki artık siparişlerde de sık sık ve daha parçalı bir alım süreci tercih ediliyor. Bu noktada, ürünü alıcılara ne kadar hızlı ve az maliyetli şekilde teslim edebilirsek, o kadar avantajlı oluyoruz. Lojistik merkezlerine bu anlamda ihtiyaç duyuyoruz, herhangi bir kriz anında dahi, merkezdeki stoktan teslimle alıcılara hızlı bir şekilde erişebileceğiz. Ayrıca, lojistik firmalarından daha kolay bir şekilde teklif alınması ve sektörel kümelenmelerle oluşacak bir ihracat ekosistemi, lojistik merkezlerinin olduğu ülkelerde ihracatımızı artıracak.

İhracatta sanal çıkarma

■ *Pandemide ticaretimize önemli ivme kazandıran sanal çıkarmalarınızla ilgili neler söyleyeceksiniz? İhracat ailesine bu çıkarmalar neler kazandırdı?*

Burada, tekrar sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarların öneminin altını çizmeliyiz. Çünkü sadece bir fuar veya heyet gerçekleştirmedik, aynı zamanda pek çok algıyı da yıktık.

Pek çok kişi, bu tarz işlerin fiziki olmadan gerçekleştirilemeyeceğine inanıyordu, ancak biz, çok önceden tamamladığımız dijital dönüşüm hamlesiyle beraber, 71 sanal ticaret heyeti ve 10 sanal fuarı alnımızın akıyla tamamladık. Tabii heyet ve fuarların sonuçları, yavaş yavaş ihracatımıza da yansımaya başladı. Bundan dolayı da oldukça mutluyuz. İhracatçılarımızdan gelen yoğun ilgi, yeni sanal ticaret heyetleri düzenlemek adına bizleri cesaretlendiriyor. Tüm ihracatçılarımızı sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlarımıza bekliyoruz.

■ *İhracat 2021 Raporu'nuz da çıktı. Rapor ihracatçının yarınlarına mı ışık tutacak? Raporunuzda odak tema nedir? Raporunuzu anlatır mısınız?*

Bu yıl üçüncüsünü kamuoyu ile paylaştığımız 'İhracat 2021 Raporu'muzda, ihracatımızın hem bugününü hem de geleceğini ilgilendiren çalışmalar gerçekleştirdik.

İhracatçılarımız için baş ucu kitabı olacak nitelikteki raporumuzda, Türk İhracatına yeni dönemde yeni bir yol haritası çizmeyi ve yeni bir vizyon belirlemeyi amaçladık. Bu yıl, küresel tedarik süreçlerindeki dönüşüm süreci ve sürecin ülkemize yaratabileceği fırsat ve riskler, ana temamız oldu. Diğer yandan, Meclisimizin 2021 yılı ajandası ve geleceğe dair projelerimizde raporda yer alıyor. İhracat 2021 raporumuza, web sitemiz üzerinden ücretsiz bir şekilde erişim sağlayabilirsiniz.

TÜRKİYE VESTELLENİYOR

İHRACATIN
DEĞİŞMEYEN ŞAMPİYONU

23 SENEDİR VESTEL!

**157 ülkeye ihraç ettiği teknolojilerle
Türkiye'nin geleceğini üreten Vestel, ihracat şampiyonluğunu
23 yıldır elden bırakmıyor.**

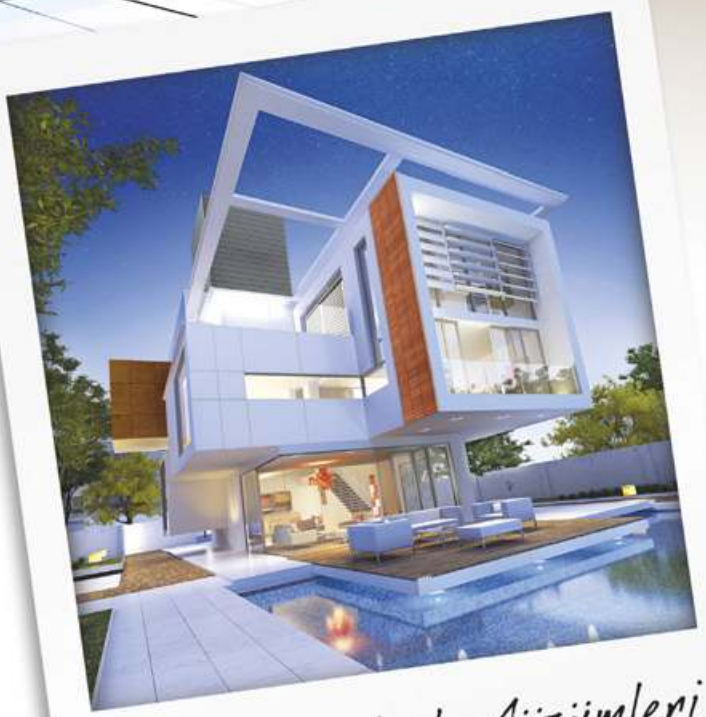


ZORLU

VESTEL

SARAY®
Mimari Sistemler
Architectural Systems





Alüminyum Cephe Çözümleri

Hayallerinizi gerçeğe dönüştüren...

SARAY® Alüminyum SARAY® Alüminyum Kompozit Panel SARAY® NANO PVDF SARAY® COTTA SARAY® PVC SARAY® A2 SARAY® ROLL

www.saray.com

TEZMAKSAN

Capital HAZİRAN 2021

40 ONURLU YIL

HAKAN AYDOĞDU:

"40 YILDIR ÜRETİME İLHAM VERİYORUZ"

MUSTAFA AYDOĞDU:

"BİRLİKTE ÜRETTİKÇE VAR OLACAĞIZ."

FABRİKA 'CEP'TE



YERLİ VE MİLLİ ROBOTLU OTOMASYON SİSTEMİ CUBE BOX

DİJİTAL ÇAĞ BİR TIKLA PARKURDA.COM



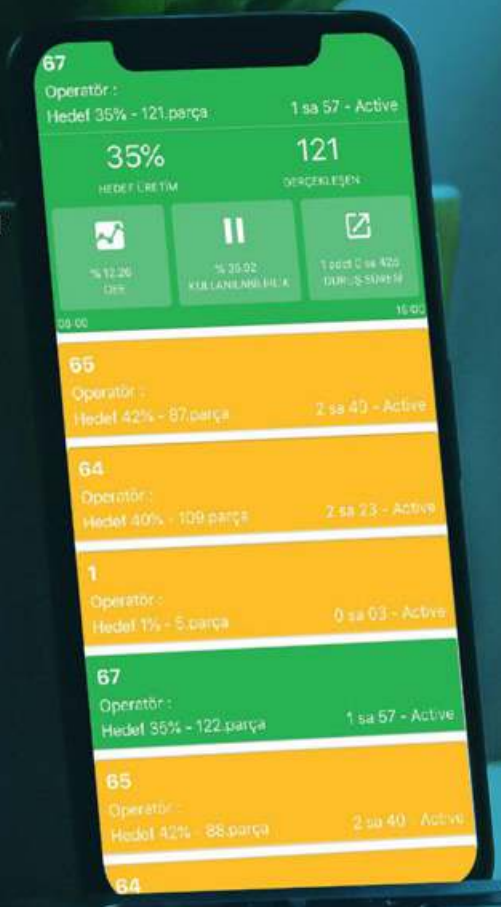
KaPaSiTe MaTiK

HEM ZAMANDAN MALİYETTEN TASARRUF

Kapasitematik ile Dijital Dünyaya geçin

Makineleriniz her milisaniyede yüzlerce veri oluşturuyor ve bunların tümü geçmişte ne olduğu, şimdi ne olduğu ve bundan sonra ne olacağı hakkında bir hikaye anlatıyor. Kapasitematik Endüstriyel IoT Platformu, makinalarınızın verilerinin gücünü kullanır, böylece size rekabet avantajı sağlar. Herhangi bir fabrikanın dijital dönüşümünün temeli, makine verilerinin otomatik olarak toplanması, dönüştürülmesi ve birbiri ile ilişkilendirilmesiyle başlar.

KAPASİTEMATİK raporları doğru kararlar alarak, OEE ve üretim oranlarınızın yüzde 15'in üzerinde artmasına yardımcı olur.



Google Play App Store

TEZMAKSAN

DB
DOĞAN BURDA DERGİ

Yayıncı
Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş

İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü Sedef Seçkin Büyük (Sorumlu)
Yayın Yönetmeni Ebru Fırat Tayman
Yazı İşleri Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel
Haber Müdürü Nilüfer Gözütok Ünal
Yazı İşleri Müdür Yardımcısı Özlem Aydın Ayvacı
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Editörler Elçin Cirik, Aslı Sözbilir, Ayçe Aksakal, Nil Dumansızoğlu (Muhabir)
Sayfa Yapımcısı Ozan Gürel
Fotoğraflar Gökhan Çelebi, Hüseyin Öngen
Etkinlik ve Proje Direktörü Ali Erman İleri
Marka Müdürü Gökçe Aykaç Mutlu
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen Tel: 0 312 207 00 71
Katkıda bulunanlar Yaman Tetik

capital@capital.com.tr **www.doganburda.com**

Yönetim
Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kurucu
Üretim ve Planlama Direktörü (Tüzel Kişi Temsilcisi) Yakup Kurtulmuş
Dijital İçerik Direktörü Eren Demir

Kurumsal İletişim Müdürü Funda Demirci Ayan

Reklam
Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokça
Grup Başkan Yardımcısı Seda Erdoğan Dal, Işıl Baysal Turan
Satış Koordinatörü Burcu Acavut, Neyran Çınar, Burcu Kevser Karaçam
Satış Müdürü Maya Yılmaz
Bölgeler Reklam Müdürü Hülya Erdoğan
Tel: 0 212 336 53 72 **Faks:** 0 212 336 53 91
Ankara Reklam Satış Koordinatörü Sezinur Balıkçıoğlu
Hedef Sayfalar Reklam Koordinatörü Aysel Şener
Hedef Sayfalar Tel: 0 212 336 53 70 **Faks:** 0 212 336 53 91
Ankara Reklam Satış Müdürü Beliz Balıbey **Tel:** 0 312 207 00 72 -73
Proje Müdürü Selçuk Ergenç
Teknik Müdür Ayfer Kaygun Buka **Tel:** 0 212 336 53 61 - 62

Rezervasyon
Tel: 0 212 336 53 00-57-59 **Faks:** 0 212 336 53 92-93

Uluslararası Reklam Satış Temsilcilerimiz
ALMANYA: Michael Neuwirth
T +49 89 9250 3629 / michael.neuwirth@burda.com
AVUSTURYA/İSVİÇRE: Christina Bresler
T. +43 1 230 60 3050 / Christina.Bresler@burda.com
FRANSA/LUKSEMBURG/BELÇİKA /HOLLANDA: Marion Badolle-Feick
T. +33 1 72 71 2524 / marion.badolle-feick@burda.com
İNGİLTERE/İRLANDA: Jeannine Soeldner
T. +44 20 3440 5832 / jeannine.soeldner@burda.com
ABD/KANADA/MEKSİKA: Salvatore Zammuto
T. +1 212 884 4824 / salvatore.zammuto@burda.com
YUNANİSTAN/PORTEKİZ /İSPANYA/HİNDİSTAN /ASYA: Jessica Loose
T. +49 89 92 50 2468 / jessica.loose@burda.com
İSKANDİNAV ÜLKELERİ: Ulrik Brostrom
T. +45 23 28 9769 / ubr@jbmedia.dk

Yönetim Yeri
Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12 Trump Towers Kule 2
Kat:21-22 (34387) Şişli İsanbul
Tel: 0 212 410 32 00 **Faks:** 0 212 410 35 81

Baskı Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad. No:16 Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 • Fax: (0216) 365 99 07-08 • www.bilnet.net.tr Sertifika No: 42716
Dağıtım Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.
Yayın Türü Ulusal, süreli, aylık FIPP üyesidir.

Copyright ©2008 by G+J International Magazines GmbH, Hamburg
This magazine is published under license from G+J International Magazines GmbH. All rights to the licensed title/trademark and concept are owned by G+J International Magazines GmbH. Reproduction whether in whole or in part without permission of G+J International Magazines GmbH is prohibited. The title CAPITAL and the logo thereof are registered trademarks of or in trust of G+J International Magazines GmbH.

Copyright ©2008 G+J International Magazines GmbH, Hamburg
Bu dergi G+J International Magazines GmbH tarafından yayımlanmaktadır. Her türlü isim, marka ve konsept hakları G+J International Magazines GmbH'ye aittir. Herhangi bir metin ya da bölüm G+J International Magazines GmbH'nın izni olmaksızın alınmaz. Capital Dergisi'nin isim ve logosuna ait tüm ticari marka hakları G+J International Magazines GmbH'a aittir.

© Capital Dergisi **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş** tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Capital Dergisi'nin isim ve yayın hakkı **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş**'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00
okurhizmetleri@doganburda.com
DB Abone Hizmetleri hattı
Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13 abone@doganburda.com
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

Google play App Store



MUSTAFA AYDOĞDU

TEZMAKSAN YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Biz, 40 yıla yakın süredir bu sektörde hizmet veren bir kurum olarak, makina sattığımız değerli firmalarımızı "müşteri" olarak görmedik. Kendilerini her şeyden önce iş ortağımız olarak görüyoruz. Türkiye sanayisinin iş ortaklarımızla büyüdüğünü gözlemlemekten gurur duyuyoruz. İş ortaklarımızın başarısı bizim başarımızdır. Birlikte ürettikçe var olacağız ve biz var olduğumuz sürece iş ortaklarımız daha ileri teknolojiye, daha kaliteli ürünlere kavuşacak. Bu gemide beraberiz, omuz omuzayız. Bugüne kadar birlikte ne krizler, ne darboğazlar atlattık. İmalâtçıyı yatırım konusunda düşündüren bugünlerde de daha da tecrübeli olarak yine sanayicimizin yanındayız.

İş ortaklarımızın parkuruna TEZMAKSAN teknolojisiyle birlikte hizmetlerimiz, çözüm önerilerimiz, tecrübemiz de girdi. Müşterilerimizin iyi ve kötü gününde yanlarında olmak, sıkıntılarının önüne geçmek ve işlerinde kolaylık sağlamak için elimizden geleni yaptık. Başarmış olmalıyız ki, 40 yıldır TEZMAKSAN'dan vazgeçmeyen iş ortaklarımız oldu.

Değerli sanayicilerimizle, belki de bir ömür denecek kadar uzun süre önce tanıştık. Bizden aldıkları güçle yaptıkları üretimin, kapasite artışlarının ve ihracatın bizde uyandırdığı gurur tarifsiz. Yakın zamanda tanışmış olduğumuz, yatırım planları ve imalâta yönelik sayısız hayalleri olan sanayicilere seslenmek istiyorum: Bilin ki yanınızdayız. TEZMAKSAN olarak Türkiye sanayisinin çağ atlamasının tanığıyız. Geçmişte bir adet manuel tornayla üretime başlayıp, günümüzde devasa fabrikasında 80 ülkeye ihracat yapan nice iş ortaklarımız oldu. Hayallerinize, imalât aşkınıza da tanık olmaktan mutluluk duyacağız. Kırkıncı yılımızı kutladığımız bu yayınımızla dünden bugüne gelişimimizi izlerken, sizlere gelecekte Tezmaksan'ın çizgisini de anlatmaya çalıştık. KAPASİTEMATİK, PARKURDA, TEKNOLOJİ KİRALAMA, ROBOTLU OTOMASYON hizmetlerimiz ile sektöre yön vermeye devam edecegiz.


avea

"40 YILDIR ÜRETİME İLHAM VERİYORUZ"

Türkiye'de makina sektörünün en güçlü şirketlerinden biri olan Tezmaksan bu yıl 40'ıncı yaşını kutluyor. TEZMAKSAN GENEL MÜDÜRÜ HAKAN AYDOĞDU, "Kırk yıldır üretime ilham veriyoruz. Bu yolculuğumuzda yatırımlarımız ve yenilikçi anlayışımızla sadece kendi serüvenimizi şekillendirmekle kalmadık, Türk sanayisi için üretimi destekleyecek ve sanayimizin globalde rekabet gücünü artıracak pek çok ürünün de öncülüğünü üstlendik. Türkiye'nin ve dünyanın geleceği otomasyonda. Tezmaksan, fabrika yapan fabrika olarak en yeni teknolojik donanımlarıyla bu geleceğe de hazır" diyor. Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, sorularımızı şöyle yanıtladı:

Tezmaksan bu yıl 40'ıncı yaşını kutluyor. Aile şirketinizde 2'nci kuşak lidersiniz. Öncelikle Tezmaksan'ın kuruluş hikayesini öğrenebilir miyiz?
70'li yıllarda testere makinesi üretimi yapan Uzay Makina kurucu ortaklarından Mustafa Aydoğdu, hem ürettikleri makineleri pazarlamak hem diğer takım tezgahlarını da satmak üzere bir pazarlama firması kurmaya karar verdi. 1981 Yılında Tezmak adıyla kurulan şirketimiz bugün Tezmaksan olarak devam ediyor.

Kırk yıl içinde şirketi dönüştüren en önemli gelişmeler ve yatırımlar neler oldu?
1980'li yıllarda İstanbul Ticaret Odası'nda düzenlenen bir etkinlikte rahmetli Turgut Özal, yatırımların desteklenmesi için ithalatın önemini vurguladığı konuşmasından sonra kurucumuz Mustafa Aydoğdu, dünya piyasasında Türkiye'nin rekabet edebileceği teknoloji birikiminin yeterince olmadığını gördü. O günün şartlarında istenilen kalite, fiyat ve adetlerde makinaların Türkiye'de temini de mümkün değildi. Dolayısıyla bu teknolojinin sıfırdan üretilmesi yerine yurt dışından temin edilmesi çok daha mantıklıydı. Çünkü yeni dönemle birlikte üretim yapan şirketlerin talepleri bitmiyordu ve her türlü tezgaha ihtiyaçları vardı. Tezmaksan olarak İstanbul'da Tayvanlı şirketlerin kendilerini ve ürünlerini tanıttıkları bir toplantıya katıldık. Halen Türkiye temsilciliğini yaptığımız First Long Chang Machinery şirketinin sahibi Lin ile tanıştık. Lin ile yaptığımız görüşmenin ardından Tayvan'daki fabrikalarını ziyaret ettik.
Bu ziyaretlerin sonrasında da 8 adet kalıpçı freze siparişiyle ithalata başladık. 80'lerin serbest ticaret hamleleri, 90'ların kurumsallaşma yatırımları ve 2000'li yılların bilgi çağı dönemlerine paralel biz de atılımlarımızı bu yönde geliştirdik. 2010'lardan sonra önemi daha da artan Endüstri 4.0 ile teknoloji ve inovasyon yatırımlarımıza hız verdik. Bu yıllardaki öngörülerimizin ve aldığımız kararların meyvelerini, küresel pandemi döneminde alıyoruz. Şirket olarak dijital dönüşüm yolculuğunda yerli mühendis ve yazılım uzmanlarını bünyemizde istihdam ederek bu sayede satışını yaptığımız makinelerin verimliliklerini analiz etmeye başladık. Ve üretimin en önemli kriteri haline gelen takip ve verimlilik yazılımı Kapasitematik platformunun yerli üreticisi olduk. Bu yolculuğumuz sırasında yaptığımız yatırım ve yenilikçi anlayışla sadece kendi serüvenimizi şekillendirmekle kalmadık. Özellikle Türk sanayisi için üretimi destekleyecek ve sanayimizin globalde rekabet gücünü artıracak pek çok ürünün de öncülüğünü üstlendik.

Babanızdan öğrendiğiniz en önemli iş ve liderlik becerileri neler oldu?
Babamız hep bir arada olmamızı, ne olursa olsun birliğimizin bozulmamasını ister. Kazanılan para da mutlaka tekrar işe yatırılmalı, mütevazı şekilde harcanmalıdır. Bu da aslında gücün bölünmemesi, bir nevi sürekliliğin sağlanması açısından oldukça önemli... Yüzde 100 müşteri odaklı ve şeffaf olunmasının yanı sıra güven ve aidiyet üzerine kurulu bir strateji izlenmesini de önemser.

Siz kaç yıldır şirkette görev alıyorsunuz? Sizin liderliğinizde nasıl bir dönüşüm yaşandı?
Tezmaksan'da 20'nci yılımı doldurdum. Ekonomi okumanın verdiği avantajla yöneticilik dönemimde önemli atılımlar gerçekleştirdik. İlk olarak alımlardaki yüzde 5'e yakın olan teyidli akreditif masraflarını sıfıra indirdik; Serbest Bölge yatırımını hızlandırarak





"TÜRK SANAYİSİ İÇİN PANDEMİ BÜYÜK FIRSAT DOĞURDU"

100 MİLYON DOLARA DOĞRU

2020 yılında Tezmaksan'ın cirosu 65 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bir önceki yıla oranla yüzde 50 büyüdük. Türkiye sanayisi de takım tezgahları yatırımında bir önceki yıla göre yüzde 20 büyüme kaydetti. Türkiye sanayisi için pandemi çok büyük bir fırsat doğurdu. Navlun konusu hepimizin beklemediği bir anda ortaya çıktı. Ve talep artışıyla makine fiyatları yüzde 20-30 arttı. Bu nedenle makine tedariğinde ciddi sıkıntılar yaşandı. Buna rağmen 2021 yılı için 100 milyon dolar ciro hedefi koyduk. 2020 ikinci yarısında yaptığımız stratejik planlamalar sayesinde hedeflerimiz yolunda gidiyor.

"GELECEĞE HAZIRIZ"

Tezmaksan olarak hedefimiz çok net; karanlık fabrikalar sergileyen, operatörsüz üretim hatta ölçüm hatları olan, fiziken fabrikada olmadan ekran, fabrika ve makinelerin dijital ikizleri ile çalışan bir nesil hedefliyoruz. Tezmaksan, fabrika yapan fabrika olarak en yeni teknolojik donanımlarıyla bu geleceğe de hazır. Türkiye'nin ve dünyanın geleceği otomasyonda. Buna endüstriyel robotları da dahil ederek söylüyorum. Günümüzde devamlı tekrar eden işlerin robotlar tarafından yapılmaması için hiçbir sebep yok.

"GÜCÜMÜZ İNSAN KAYNAĞIMIZ"

40 yıllık serüveninde Tezmaksan'ın en önemli gücü insan kaynağı oldu. Tezmaksan'da 20 yılını, 15 yılını dolduran onlarca çalışanımız var. Bunun sebebi ortak bir hayal için inançla çalışmamız ve yönetimde şeffaf olmamız diye düşünüyorum. Tezmaksan çalışanıyla kurduğu aile bağını uzun yıllar sürdürülebilir bir şekilde ilerletmek için çalışıyor. Bunun için eğitim ve malzeme konularında her zaman çalışanlarımızın yanındayız.

Türkiye'de belki de bir ilk olarak CNC tezgah stoku tutarak rakiplerden ayrıştık. 2000-2005 arasında yaklaşık 4 kat büyüme yakaladık.

2009 krizinden sonra tamamen dijitalleşmeye geçtik. Dünyada örneği olmayan bir sistem geliştirdik. Her müşteri ve her makinenin davranışları kayıt altına alındı. Bu veriler elimizde olunca Türkiye'de bir ilk olan makine kiralama yöntemini geliştirdik. Kiralık makinelerimizi takip etme gerekliliğinden yola çıkınca Kapasitematik adlı makine takip ve verimlilik yazılımımız gelişti. www.parkurda.com portalı ile onları dijital dünyayla tanıştırmaya başladık. Bu anlamda Türkiye'deki ilk B2B dijital platformunu oluşturarak KOBİ'lerimizin yurt dışı pazarlara açılmalarına imkan sağladık.

Siz endüstri 4.0 devrimiyle nasıl bir dönüşüm yaşadınız?

Tezmaksan olarak yıllardır tüm sektöre "Üretelim" diye sesleniyoruz. Çünkü değişen çağ üretmenin kriterlerini de günden güne değiştiriyor. Daima kendini güncelleyen ve ileriye bakan bir kurum olarak kendimizi robotlaşmayı da analiz edebilen, yanında robot projeleri teslim eden ve binlerce sektör temsilcisinin buluştuğu bir ekosistemin kurucusu olarak konumlandırdık. Şirketlerin robotlu otomasyon danışmanlığını yapan ve dönüşümünü gerçekleştiren, fabrikasını, makinelerini ve üretimini anlık izleme imkanını sunan, bunları yaparken de nitelikli iş gücü desteği veren ve tüm bu hizmetleri kiralama imkanı sağlayarak 360 derece hizmet veren bir teknoloji şirketiyiz.

Türkiye'nin ilk ve tek
B2B CNC
dijital platformu

"40 bin sanayiciyi bir araya getiren ve CNC e-b2b görüşmelere olanak tanıyan "parkurda.com" ile
İşinize Makina, Makinanıza İş Bulun!



>> FASON İŞ ALIN <<

- Pandemiye rağmen yeni iş alın ve karlılığınızı arttırın
- CNC müşteri portföyünüzü genişletin
- Teklifleri tek bir yerden kolayca yönetin
- Şirket profilinizle bilinirliğinizi artırın
- Binlerce firma ile online platformda tanışın
- Üretkenliğinizi artırın; CNC'lerinizin atıl hale gelmesini önleyin
- Yeni pazarlara erişin, Yeni iş alanları keşfedin
- Yeni iş taleplerini değerlendirin, üretim parkurunuzun teknolojilerine uygun büyümeyi hedefleyin
- Tek bir tıkla teklif gönderin

>> FASON İŞ VERİN <<

- Prototip Hazırlama Süreçlerinizi Hızlandırın
- Ürün Geliştirme Süreçlerinizi Hızlandırın
- Tedarikçi Havuzunuzu Zenginleştirin / Genişletin
- Her şeyi tek bir yerden yönetin
- Hem zaman hem de bütçenizden tasarruf edin
- Sınırsız FASON İŞ talepleri oluşturun,maliyet araştırması yapın
- Siparişleri kolayca oluşturun ve yönetin

TEZMAKSAN

Parkurda.com bir Tezmaksan hizmetidir.

Dünden bugüne TEZMAKSAN

1981
TEZMAKSAN Mustafa Aydoğdu tarafından kuruldu.

1988
DAHLIH ve FIRST marka CNC işleme merkezlerinin satışına başlandı

1989
GOODWAY marka CNC torna satışına başlandı

1992
SUPERTEC marka CNC NC UNIVERSAL taşlama tezgahlarının satışına başlandı

1995
İZMİR ve KONYA'da satış ve servis ofisleri açıldı

1996
KONYA'da satış ve teknik servis ofisi kuruldu

1997
KAOMING marka çift kolonlu CNC işleme merkezlerinin satışına başladı



Tezmaksan yeni bina açılışı



8 bin metrekarelik ofise taşınma günü



TATEF Fuarı, 1994



TATEF Fuarı, 1998

1998
8 bin m^2'lik yerine taşındı

1999
TAILIFT marka PUNCH PRES makinalarının satışına başladı

GOODWAY ALTIN BAŞARI ÖDÜLÜ'nü aldı

2000
TEZMAKSAN DIŞ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ 7 bin 330 metrekare alana Trakya Serbest Bölgeye kuruldu

MORI SEIKI ve SNK ile bayilik sözleşmesini imzaladı

2001
BROTHER ile bayilik sözleşmesini imzaladı

2004
ROMANYA, BÜKREŞ, UKRAYNA ve BULGARİSTAN'da satış ve servis ofisleri kuruldu

2005
BAŞKENT ANKARA'da satış ve servis ofisini açtı

ISO9001-2000 KALİTE SERTİFİKASI'nı aldı

2006

BURSA, GAZİANTEP ve ESKİŞEHİR'de satış ve servis ofisleri açıldı

2007

TAKAMAZ ile bayilik sözleşmesini imzaladı

MITSUBISHI ile anlaşarak MITSUBISHI tel ve dalma erezyon tezgahlarının satışına başladı

MITSUI SEIKI TEZMAKSAN markaları arasına katıldı

2008

SW ile distribütörlük anlaşması imzaladı

2010

GOODWAY ÜSTÜN BAŞARI ÖDÜLÜ'ne layık görüldü

2011

İTALYAN FPT ile mümessillik anlaşması imzalandı



TBMM Üstün Hizmet Ödülü, 1999



Tezmaksan Plaza açılışı, 2000



TATEF Fuarı açılışı, 2000



Tezmaksan Çatalca Serbest Bölge açılışı, 2003

2012

JTEKT GRUP ile anlaşarak TOYODA marka CNC tezgahlarının satışına başladı

2013

SAMSUNG HEAVY IND LTD ile anlaşarak MARMARA ve KARADENİZ BÖLGESİ'nde SAMSUNG marka CNC tezgahları satışına başladı

2014

TÜRKİYE genelinde tüm markalara servis ve yedek parça hizmeti vermeye başladı

TOYODA EN İYİ SATICI ÖDÜLÜ'nü aldı

2015

TAKUMI MACHINERY ile anlaşarak TAKUMI marka CNC tezgahların satışına başladı

3 yıldızlı EFQM MÜKEMMELİKTE YETKİNLİK BELGESİ alındı

TEZMAKSAN AKADEMİ KURULDU

MITSUBISHI AVRUPA EN İYİ SATICISI ÖDÜLÜ'ne layık görüldü

Dünden bugüne TEZMAKSAN

2016

10002 MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ BELGESİ alındı

CNC ve ROBOTLARIN uzaktan takibini sağlayan, anlık raporlayan ve analiz eden KAPASİTEMATİK YAZILIMI geliştirildi

İmalat sanayine yepyeni bir finansman olarak TEKNOLOJİ KİRALAMA MODELİ sunuldu

RÖDERS TEZMAKSAN markaları arasına katıldı

2017

HURCO markasının temsilciliği alındı

AR-GE DEPARTMANI kuruldu

TEZMAKSAN AKADEMİ dernek oldu

2018

TEZMAKSAN AKADEMİ "TAYSAD KURUMSAL SORUMLULUK" KATEGORİSİNDE 3. LÜK ÖDÜLÜ'ne layık görüldü

2019

ÖZEL GÖNÜLLÜLER DERNEĞİ'nin (ÖSGD) 12. GÖNÜLDEN ÖDÜLE PROJESİ'nde TEZMAKSAN AKADEMİ "GÖNÜLLÜLÜK PROJESİ TEŞVİK ÖDÜLÜNE " layık görüldü



TATEF Fuarı, 2004

2020

TÜRKİYE'nin ilk ve tek B2B CNC DİJİTAL PLATFORMU PARKURDA yayına alındı

TEZMAKSAN ROBOTİK ŞİRKETİ kurularak robotlu otomasyon çözümleri sunan yerli marka olarak faaliyetlere başladı

2021

PARKURDA B2B kanaldaki uygulamalarıyla MIXX AWARDS'ta GÜMÜŞ ÖDÜL'e layık görüldü



Tezmaksan Adana açılış, 2005



Tezmaksan Ankara açılış, 2005



Tezmaksan Bursa şube açılışı, 2005



Maktek Fuarı 2016

brother
at your side

Brother SPEEDIO W1000Xd1
işleme merkezi



Brother SPEEDIO W1000Xd1 işleme merkezi ile bu parçanın nasıl işlendiğini izleyebilirsiniz.

Brother SPEEDIO W1000Xd1 işleme merkezi'nin teknik özelliklerini inceleyebilirsiniz.



W1000Xd1

TEZMAKSAN



FABRİKAYI 'CEBE' SIĞDIRAN TEKNOLOJİ: KAPASİTEMATİK

Kapasitematik, COVID-19 salgını döneminde imalat sanayisinin imdadına yetişti. Tezmaksan Ar-Ge ekibi tarafından geliştirilen sisteme talep bu dönemde 4 kat artarken, işletme sahipleri fabrikadaki üretimlerini uzaktan takip edip müdahale edebildiler.

Tezmaksan Ar-Ge ekibinin üretimde verimliliği artırmak ve arızaları önceden saptayarak müdahale edebilmek amacıyla geliştirdiği uzaktan izleme ve verimlilik raporlama sistemi Kapasitematik, pandemi döneminde işletme sahiplerinin imdadına yetişti. Evden fabrikadaki üretim sürecini anlık olarak kontrol edebilen işletmeler, Kapasitematik sayesinde üretime aksama yaşamadan kesintisiz devam etti.

ROBOTLU OTOMASYONA YATIRIM

Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, şirket olarak Türkiye'nin ve imalat sanayisinin teknoloji partneri olma vizyonuyla projeler geliştirdiklerini hatırlatarak, uzaktan izleme ve verimlilik raporlama sistemi Kapasitematik'in pandemi döneminde üreticilere büyük fayda sağladığını anlattı. Pandemi döneminde Kapasitematik satışlarında 4 katlık bir artış yaşandı. Robotlu otomasyon ve takip sistemlerine yatırım ise yüzde 20 arttı. Bütün bu gelişmelerin çok sevindirici olduğunu vurgulayan Hakan Aydoğdu, şöyle konuştu: "Kimi sektörlerde kullanılan makinelerin yaşı 18-20'ye çıkmış durumda. Katma değeri yüksek üretim ve uluslararası pazarda daha rekabetçi olabilmek için Endüstri 4.0 odaklı teknolojilere hızla adapte olmamız gerekiyordu. İmalat sanayimizde yaşanan bu değişim daha güçlü bir ekonomiyle dünya sıralamasında yer almamızı sağlayacak."

VERİLER ANLIK CEBİNİZDE

Yakın zamanda 5G teknolojisiyle uyumlu hale getirilen ve 10 GB veriyi saniyenin 0.001 (binde biri) hızında makineden makineye ileten uzaktan izleme ve verimlilik raporlama sistemi Kapasitematik, makinelerin verimliliğini analiz ediyor, hata ve problemleri anlık geri bildirim yaparak kullanıcısına raporluyor. Problem ve hataların nasıl çözüleceğini de analiz edip raporlayan sistem, planlı/plansız tüm duruşları takip edebiliyor, kapasite eksikliklerinin doğru yönetilmesini, iyileştirme yapılması gereken noktalara odaklanmayı, KPI (Anahtar Performans Göstergesi) yönetimini sağlıyor, üretim adetlerini ve üretimin her sürecini takip ediyor. Ayrıca olası arızaları önceden saptıyor ve bütün bunları, yani tüm üretim verilerini analiz ederek, sahadan karar vericilere anında geri bildirim raporu gönderiyor. Üretim verilerini arşivleyerek üretimin izlenebilirliğini sağlıyor.

KAPASİTEMATİK ÜRETİME NE GETİRİYOR?

- Diğer endüstrilere göre düşük olan işletme verimliliği artar
- Yeni iş ve pazar olanakları sağlar
- Otomasyon sayesinde süreçlerden sapmadan, daha dar tolerans limitleriyle çalışma sağlanır
- Arızaların önceden anlaşılması ve vaktinde tedbir alınması kolaylaşır
- Ürünün kavramdan-pazara geçen süresinin kısaltılması mümkün olur
- Tesislerden daha yüksek verim alınmasıyla kapasite yatırım ihtiyacı azaltılır
- İş kazaları düşer





TEZMAKSAN ROBOT VE OTOMASYON YATIRIMINI HIZLANDIRDI

Türkiye'nin ve imalat sanayinin teknoloji partneri Tezmaksan, robot ve otomasyona yönelik yatırımlarının kapsamını yeni kurduğu şirketle genişletti. 2 milyon Euro yatırım sermayesi ile kurulan Tezmaksan Robot Teknolojileri ve Otomasyon adlı şirket Hadımköy'de 3 bin metrekarelik yeni binasında faaliyete geçti.

Son dönemde geliştirdiği yerli ve milli robotlu otomasyon sistemi Cubebox, robot kontrol ünitesi ROBOCAM, üretimi uzaktan izleme ve verimlilik raporlama yazılımı Kapasitematik ile dikkatleri üzerine çeken Türkiye'nin teknoloji partneri Tezmaksan, bu alandaki yatırımlarına hız verdi. Şirket, robot, otomasyon ve dijital çözümlere yönelik hizmetlerini Hadımköy'de açtığı 3 bin metrekarelik yeni binasına taşırken, bu taraftaki çalışmalarını Tezmaksan Robot Teknolojileri ve Otomasyon şirketi çatısı altında topladı.

TALEP ARTTI, ŞİRKET KURULDU

Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, yatırım yapmanın zorlaştığı bir dönemden geçilmesine rağmen, robotlu otomasyon çözümlerine gösterilen talepte 4 katlık bir artış olduğuna dikkat çekti. Tezmaksan Makine'nin robot otomasyon bölümünde yaşanan bu talep artışı karşısında çok daha büyük bir üretim alanına ihtiyaç doğduğunu vurgulayan Aydoğdu, "Robot ve otomasyona yönelik bütün çalışmalarımızı Türkiye'ye ve imalat sanayisine daha fazla destek olmak adına Tezmaksan Robot Teknolojileri ve Otomasyon şirketi çatısı altına topladık. Aldığımız yoğun siparişlerle önümüzdeki 4 ayın çalışma takvimini doldurduk" dedi.

SİVAS VE KONYA'DA YATIRIM

2 milyon Euro yatırım sermayesi ile kurulan şirketin 5 yıllık stratejisi içinde Konya ve Sivas'a birer üretim tesisi açmak bulunuyor.



AKILLI FABRİKANIN ÜÇ ASI

HATAYA GEÇİT YOK

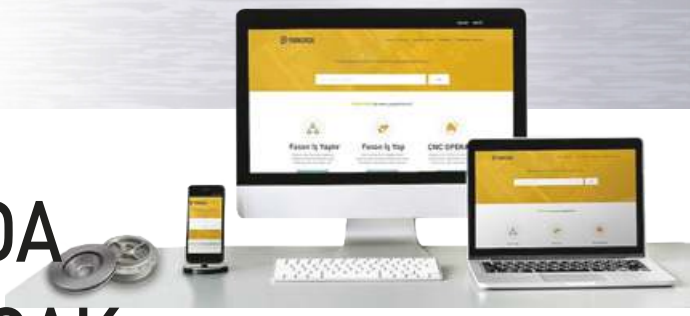
Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, son olarak geliştirdikleri Cubebox, ROBOCAM ve Kapasitematik hakkında şu bilgileri paylaştı: "Yerli ve milli robotlu otomasyon sistemi olarak geliştirdiğimiz Cubebox, verimliliği artırdığı gibi hatalı duruşa ve hataya da izin vermiyor. Fabrikanın insansız çalışması gereken süreçlerinde de rahatlıkla kullanılabiliyor.

REKABETÇİLİĞİ ARTIRDI

Türkiye kontrol ünitesi üretmediği için küresel piyasada ürünlerimizin rekabetçiliği, ne yazık ki istenen seviyede değildi. Biz bu açığı kapatmak için robotları kontrol edebilme yeteneğine sahip yazılımın kapsamını genişlettik ve ROBOCAM böylelikle doğdu. Artık bütün robotlu makinelerde kontrol ünitesi olarak çok rahat bir şekilde kullanılabiliyor.

ÜRETİM VERİMLİLİĞİ

Kapasitematik ise üretimde verimliliği artırmak ve arızaları önceden saptayarak müdahale edebilmek amacıyla geliştirdiğimiz bir uzaktan izleme ve verimlilik raporlama sistemi. Dünyanın öbür ucunda da olsa fabrikadaki üretim sürecinin takibini, yeniden düzenlenmesini ve daha verimli bir hale getirilmesini sağlıyor."



PARKURDA.COM 2 YILDA 40 BİN KOBİ'YE ULAŞACAK

Tezmaksan tarafından hayata geçirilen parkurda.com, web sayfası bulunmayan, dijital alt yapısını tamamlayamayan KOBİ'lere kendilerini tanıtmaları için olanak tanıyor. İki yıl içinde 40 bin sanayiciyi aynı platform üzerinde buluşturmayı hedeflediklerini söyleyen Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, "Türkiye'den sonra uluslararası alanda da olmayı ve yurt dışı pazarlardaki talepleri ülkemizin sanayicileriyle dijitalde bir araya getirmeyi istiyoruz" dedi.

Dijital çağ, artık şirketlerin iş görüşmelerinden ticarete kadar tüm temaslarına dokunuyor. Bu kapsamda başta KOBİ'ler olmak üzere tüm Türkiye'yi birbirine bağlamak, fason iş yaptırmak isteyenlerle fason iş almak isteyenleri buluşturmak ve internet üzerinden B2B görüşmelere yönelik dijital bir platform sunmak amacıyla Tezmaksan tarafından kurulan parkurda.com, her geçen gün ağını genişletiyor. Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, ilk 4 ayda 3 bin KOBİ'yi birbirine bağladıklarını ve 450 bin TL'lik iş hacmi oluşturduklarını, yıl içinde ise bu sayıyı 40 bine çıkarmayı hedeflediklerini söyledi. Aydoğdu, "Türkiye'den sonra uluslararası alanda da olmayı ve yurt dışı pazarlardaki talepleri ülkemizin sanayicileriyle dijitalde bir araya getirmeyi istiyoruz" dedi.

ALMANYA'DAN İŞ ALDI

Parkurda.com'da 6 ayda 118 farklı kullanıcıdan, toplam 326 adet ilan yayınlandı. Bunlardan 33 tanesi yatırıma dönüştü. Türkiye'nin ardından ilk etapta Almanca konuşulan Avrupa ülkelerini projeye dahil ettiklerini anlatan Hakan Aydoğdu, "Bu çalışmamızın sonucu olarak geçtiğimiz ayda TG Technical Group, Parkurda.com sayesinde Almanya'dan 3 bin 500 parçalık iş aldı. Bu yıl içinde ABD pazarını da projeye dahil edeceğiz. Pandeminin yönünü değiştirdiği tedarik zincirini Parkurda.com ile Türkiye lehine değiştirmeyi amaçlıyoruz. Coğrafi yakınlık parkurda.com ile bir 'tık'a inecek" diye konuştu.

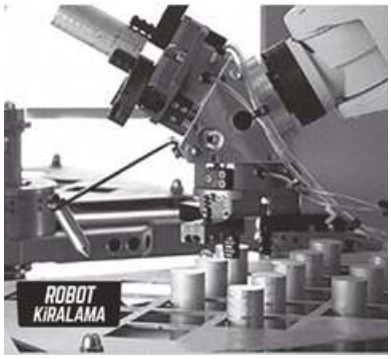
ULUSLARARASI BAŞARI KAZANDI

Ticaretin can damarı olan dijital projelerde büyük yol kat edilirken, parkurda.com kısa sürede kendi alanında uluslararası başarı kazandı. Parkurda.com, dijital işte en başarılı ve kalıp kıran 80 global markanın projelerinin değerlendirildiği IAB tarafından düzenlenen 11.Uluslararası MIXX (Marketing and Interactive Excellence) AWARDS yarışmasında B2B kategorisinde dünya markalarının projelerini geride bırakarak "GÜMÜŞ MIXX" ödülünü kazandı.

"TÜRKİYE'NİN İHRACAT BÜROSU"

Parkurda.com'un Türkiye'nin ihracat bürosu olma vizyonuyla hareket ettiğinin altını çizen Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, "2021 yılında yurt içinde olmasının yanı sıra sınırları aşan yapısı, talep ve beklentilerdeki çeşitlenmenin artmasıyla parkurda.com'un önemli işler başaracağını biliyoruz. Bu iş alımı da bunun önemli bir göstergesi" dedi. Hedeflerinin parkurda.com üzerinden çok daha fazla iş birliğine imza atmak olduğunu açıklayan Aydoğdu, şöyle konuştu: "KOBİ'lerimizin yurt dışında da önemli işler başaracağını biliyoruz. Yanı sıra iş birliğinin yüksek olduğu talaşlı imalat sektöründe Avrupalı özellikle Alman-Türk iş birliğinin mevcut potansiyeline ilave olarak çok daha geniş bir kitleye yeni tedarikçiler bulma, endüstri ilişkilerini genişletme ve mevcut bağlantıları ve iş birliğini yoğunlaştırma fırsatı sunuyor. Biz Tezmaksan olarak parkurda.com ile D-A-CH bölgelerindeki temsilciliklerle bireysel olarak ilgilenebilecek Avrupalı şirketlere de doğrudan destek sağlamak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz."

PARKURDA







'TEKNOLOJİ KİRALAMA İLE OYUNUN KURALLARI DEĞİŞİYOR

Otomobil pazarının fosil yakıtlardan elektrikli, hibrit ve otonom araçlara geçiş sürecinde sektörün hızla değişeceğini öngören Tezmaksan, otomobil yan sanayinin daha rahat yatırım yapabilmesi için takım tezgahlarında kiralama modelini uygulamaya başladı.

Son yıllarda sürdürülebilir bir dünya için çalışan otomobil sektörü, elektrikli, hibrit ve otonom araç üretimine odaklanmış durumda. Bu noktada da hibrit otomobiller, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de her geçen gün artan bir ilgiyle karşılanıyor. Hibrit otomobillerin önümüzdeki 5 yılda otomobil pazarının en büyük 4 oyuncusundan biri olacağı tahmin ediliyor. Türkiye'nin lider takım tezgahı üreticisi Tezmaksan, markaların geleceğe dönük yatırımlarını daha verimli yapabilmeleri için son 2 yıldır uyguladığı "kiralama modeli"nin kapsamını genişleterek çözüm ekosistemine otomotiv sektörünü de ekledi. Otomotiv sanayisinde kullanılacak araç, ekipman ve yedek parçaları üretebilmek için gerekli olan takım tezgahlarıyla robotik sistemlerini "kiralamaya" başlayan Tezmaksan, makine sektörünün DNA'sını değiştirebilecek uygulamanın otomotiv sektöründe de oyunun kurallarını değiştirmesini bekliyor.

TEKNOLOJİ KİRALAMA

"RİSKİ ÜSTÜMÜZE ALIYORUZ"

YATIRIMCIYA DESTEK

Üretim tezgahlarında kiralama modeliyle riski aslında kendilerinin aldığını söyleyen Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, "Makine sektöründe ikinci el piyasası otomotiv sektöründeki gibi oturmuş bir piyasa olmadığı halde taşın altına elimizi koyarak yatırımcıya destek olmaya çalışıyoruz.

LEASING'E GÖRE YÜZDE 25 DAHA AZ MALİYET

Kıyaslama olması açısından finansal kiralama ile yapılan yatırımın ödemelerine göre yaklaşık yüzde 25 daha düşük bir kira bedeli bulunuyor" diye konuştu.

"ÜRETİCİLER İÇİN AVANTAJ OLACAK"

Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, otomotiv sektörünün geleceği için 2030'un çok önemli bir eşik olduğunu ve gelecekte trafikte elektrikli, hibrit ve otonom araçları daha çok göreceğimizi söyledi. Otomotiv sektöründe yaşanan daralmanın yüzde 50'lere ulaştığına da dikkati çeken Aydoğdu, "Otomobil üreticilerini her açıdan desteklemek için 'kiralama modeli'nin kapsamını genişlettik. Otomotiv sektöründe teknolojiler zamanla değişeceği ve otonom araçlara dönüşeceği için otomotiv sanayisine çalışan yan sanayii şirketlerinin takım tezgahı satın almak yerine teknolojiyi kiralaması daha faydalı olacak" diye konuştu.

"ROBOT ÜRETEBİLEN GENÇLER YETİŞTİRİYO

Tezmaksan Akademi Başkanı Hakan Aydoğdu, "Robot kullanmasının yanı sıra robotu üretebilen gençlere de ihtiyacımız var. Bu da ancak doğru tasarlanmış bir eğitimle mümkün olabilir. 2015 yılından bu yana akademi kapsamında gençleri Endüstri 4.0'a hazırlıyoruz" diyor.



2015 yılında bir sosyal sorumluluk projesi olarak kurulan Tezmaksan Akademi, bugün onlarca sektör profesyoneline, yüzlerce öğrenciye ve eğitimciye kaynak oluşturan, mesleki gelişimlerine katkı sunan bir yapı. Tezmaksan Akademi kuruluşundan bugüne 152 Öğretmen, 372 lise öğrencisi, 291 üniversite öğrencisi ve 1.004 CNC operatörüne (Almanya, İran, Hollanda, Kosova) dahil olmak üzere eğitim verdi. Pandemiyle birlikte hızlıca eğitimlerini online'a taşıdı ve Tezmaksan Akademi ile 1 yılda online'da 117 farklı eğitimde 4.313 kişi buluştu. Ayrıca CNC operatörünün el kitabı, Torna ile Şekillenen Hayatlar, Kadın Sanayici Olmaz mı Dediniz? gibi yayınlarıyla da akademi, sektöre kaynak sağlıyor.

Tezmaksan Akademi, sanayideki dönüşümü yakından takip ediyor. Eğitim planlamalarında yeni nesil uygulamaları, gerçekleştirdiği iş birlikleriyle programına katarak, dijital dönüşümle kariyerini dönüştürmek isteyen sektör profesyonellerine ve geleceğin profesyonellerine eğitimlerini kurguluyor.

Çeşitli ülkeler için yapılmış Endüstri 4.0'a hazır olma endeksine bakıldığında Türkiye tereddüt edenler



"CİNSİYET EŞİTLİĞİNİ ÖNEMSİ

Sanayide kadının gücünün, yaratıcılığının ve detaycı çözümlerinin son derece önemli olduğuna ve fark yarattığına inanan Tezmaksan'ın çalışanlarının yüzde 20'si kadınlardan oluşuyor. Yönetim kadrolarında yer alan kadınların oranı ise yüzde 40 seviyelerinde bulunuyor. İşe alımlarda kadın ve erkek için eşit değerlendirme süreçleri gözeten Tezmaksan, bünyesinde kurduğu Akademi ile de talaşlı imalat sanayisine kalifiye iş gücü desteği sunuyor. Markanın sosyal sorumluluk projesi olarak kurduğu Tezmaksan Akademi, ücretsiz eğitimleriyle kadınların imalat sanayisindeki yerini büyütmeye çalışıyor. Pandemi ile birlikte eğitimlerini online'da webinara taşıyan Akademi, yıl boyu süren ücretsiz eğitimlere katılım sağlayan kursiyerlerin iş bulma süreçlerinde de etkin rol oynuyor. Oluşturduğu özgeçmiş havuzunu talaşlı imalat sanayisindeki kurumlarla paylaşıyor, süreçlerin yönetiminde



ORUZ"



"GENÇLERİ ENDÜSTRİ 4.0'A HAZIRLAMAK ANA GÖREVİMİZ"

NİTELİKLİ ELEMAN EKSİĞİ

"Sanayide yeni nesil makineleri çalıştıracak iş gücü az. Üretimde teknolojinin değişimine paralel insan kaynağının dönüşmesi gerekiyor. Tezmaksan Akademi'de makine kullanabilen ve üreten gençler yetiştirmeyi amaçlıyoruz.

ENDÜSTRİ. 4.0 İÇİN

2015 yılından bu yana bu amaçla çalışıyoruz. Sanayicimizin en büyük sorunlarından biri olan vasıflı eleman yetiştirme konusunda elimizi taşın altına koyuyoruz. Dijital dönüşümün hızlandığı bugünlerde endüstri 4.0 için kalifiye işçi ihtiyacının arttığını biliyor, eğitimlerimizi bu bakış açısıyla güncelliyoruz."

arasında bulunuyor. Türk sanayisinin dijital olgunluk seviyesinin Endüstri 2.0- 3.0 arasında olduğunu söyleyen Tezmaksan Akademi Başkanı Hakan Aydoğdu, "Robot kullanmasının yanı sıra üretebilen gençlere de ihtiyaç var. Bu da ancak doğru tasarlanmış bir eğitimle mümkün olacak" dedi. 2015 yılından bu yana akademi kapsamında gençleri Endüstri 4.0'a hazırlamak için çalıştıklarını, liselerle ve üniversitelerle projeler geliştirdiklerini ifade etti.

YOR, SANAYİDE KADIN İSTİHDAMINI DESTEKLİYORUZ"

adaylara destek sunuyor. Yıl boyunca kadınlar Tezmaksan Akademi sitesi üzerinden kayıt yaptırarak CNC işleme merkezi, torna merkezi, robot ve robot programlama, makine, modern kesici takım teknolojisi, alarm kodu kodlama, kontrol ünitesi kullanımı ve kodlama ana ve alt başlıklarında eğitimlere katılabiliyor.

2015 yılından bu yana yüzlerce kadına eğitim veren Tezmaksan Akademi, kadınların imalatta, sanayide ve özellikle makinede çalışmayı daha çok talep etmesini, toplumsal önyargıları ve kendi önlerine koydukları bariyerleri yıkmasını önceliklendiren bir strateji ile ilerliyor. Akademi, kadınların sanayideki etkisini görünür kılmak, kadın çalışanların daha korkusuz bir şekilde çalışmasını sağlamak için "Kadından Sanayici Olmaz mı dediniz?" adı altında bir de kitap yayınladı. Hali hazırda üçüncü baskısı yapılan kitapta 21 kadının sanayici olma süreçleri ve şirket yönetim prensiplerine yer veriliyor. Yarattıkları farklar anlatılıyor. Kitabın geliri de Tezmaksan Akademi üzerinden yine kadınların eğitimi için kullanılıyor.







40 YILA DEĞER KATANLAR

OSMAN MAVUŞ / EKSAŞ EKSANTRİK GENEL MÜDÜRÜ



"Kırktan fazla ülkeye ihracat yapan, 150 bin metrekarenin üzerine imalat alanı olan ve dünyadaki en büyük 4 eksantrik mili üreticisinden biriyiz. En önem verdiğimiz konu ürün kalitesi. Tezmaksan gibi güçlü bir tedarikçi sayesinde çok uygun şekilde makine kullanma imkanı bulduk. Tezmeksan ile yeni yatırımlara devam edeceğiz."

ÖZER KÜÇÜKGÖL / HPT HARTNER ŞİRKET ORTAĞI



"20 yıldır birlikte kaliteden ödün vermeden çalışıyoruz. Tezmaksan ile çalışmalarımız servis kalitesi ve çözüm ortaklığının ötesinde bir güven ilişkisine dayanıyor."

YUSUF GENÇ / ŞAKALAK TARIM MAKİNALARI GENEL MÜDÜRÜ



"Yılda yaklaşık 7 bin adet makine üretiyoruz. Yüze yakın CNC park alanımız bulunuyor ve bunun yaklaşık yüzde 85'i Tezmaksan markalı makinelerden oluşuyor. Çünkü Tezmaksan'ın servis kalitesinden çok memnunuz, herhangi bir ihtiyacımızda 10 dakikada yanımızda oluyorlar."

BAHTİYAR TAŞYAĞAN / HATSAN SİLAH MAKİNA KALIP YÖNETİM KURULU BAŞKANI



"Bir firmanın yenilikçi olabilmesi için makine parkının çok güçlü olması gerektiğine inanıyoruz. Tezmaksan ile bu amaçla gücümüzü birleştirdik ve şu anda dünyada birçok pazarda ilgi görmekteyiz. Türkiye'de en büyük 1.000 ihracatçı içine giren tek av ve spor tüfekleri üreticisiyiz. Tezmaksan ile çalışmaktan büyük memnuniyet duyuyoruz."

YUNUS GÖKÇEK / GÖKÇEK MAKİNE SANAYİ GENEL KOORDİNATÖRÜ



"Tezmaksan ile olan işbirliğimiz 2004 yılından beri artarak devam ediyor. Bunun sebebi kaliteli hizmet, servis anlayışı ve bize vermiş oldukları güvendir. İşbirliğimizin uzun yıllar devam etmesini temenni ederiz."

RÜŞTÜ ÜZÜMCÜ / ÜZÜMCÜ METAL İŞLEME FABRİKA MÜDÜRÜ



"Tezmaksan ile 1993 yılında ilk tezgahımızı almamızla tanıştık. Aldığımız o ilk makine hala aynı performansla çalışıyor. Bu da hem makinenin hem Tezmaksan'ın kalitesini ve güvenilirliğini kanıtlıyor. Tezmaksan'dan son derece memnunuz."

FAHRETTİN ERDİREN / ERDİRENLER DİŞLİ SANAYİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI



"Tezmaksan'la 1988'de tanıştım. İstanbul'a CNC tezgahı almaya gittiğim zaman 4-5 firmayı gezdim, memnun kalmadım. Tezmaksan'a döndüm. 'Tezgahımızın arkasındayız' dediler. 1988'den bugüne kadar aşağı yukarı aldığımız 40 tezgahın tamamını Tezmaksan'dan aldık."

ADNAN ÖZNAM / ELK MOTOR İMALAT MÜDÜRÜ



"Planlı bakım bir firma için olmazsa olmaz. Milyonlarca TL yatırım yaptığınız bu makinelerinin ömürlerinin de bu bakım anlaşmalarıyla çok daha uzadığını düşünüyorum. Planlı bakıma ayrılan bütçe çöpe atılan bir bedel değildir. 3 yıldır Tezmaksan ile anlaşma yapıyoruz. Bundan sonra da devam edeceğiz."



TEZMAKSAN
ROBOT TEKNOLOJİLERİ



ROBOTLU OTOMASYON ÇÖZÜMLERİ





ROBOTLU OTOMASYON SİSTEMLERİ

FİRMANIZA ÖZEL ROBOT ENTEGRASYONLARI

Firmanın proseslerine uygun özel otomasyon çözümleri

CUBEBOX
CNC OTOMASYON SİSTEMLERİ

ÜRETİM

Firmamız özelinde üretilen robotlu otomasyon çözümleri

Tüm CNC Tezgahlarıyla UYUMLU
Ek Programlama GEREKTİRMEZ

ROBOCAM
ROBOT CAM SİSTEMİ
2,5 EKSEN CAD CAM YAZILIMI

YAZILIM

Robot yazılımları

Ek Programlama GEREKTİRMEZ

Her sektörün kullanımına uygun, yüksek performanslı ve verimlilikten ödün vermeyen robot entegrasyon ve otomasyon uygulamaları yapan **Tezmaksan Robot Teknolojileri**, günümüz endüstriyel üretiminin gereksinimi olan tekil otomasyon, robotlu hat kurulumu ve otomasyon konularında anahtar teslim çözümler sunmaktadır.

Detaylı bilgi için

TÜRKİYE'NİN TEKNOLOJİ PARTNERİ

AKILLI FABRİKA ÇÖZÜMLERİ

TEKNOLOJİ KİRALAMA

ROBOTLU OTOMASYON

YAZILIM ÇÖZÜMLERİ



TEZMAKSAN