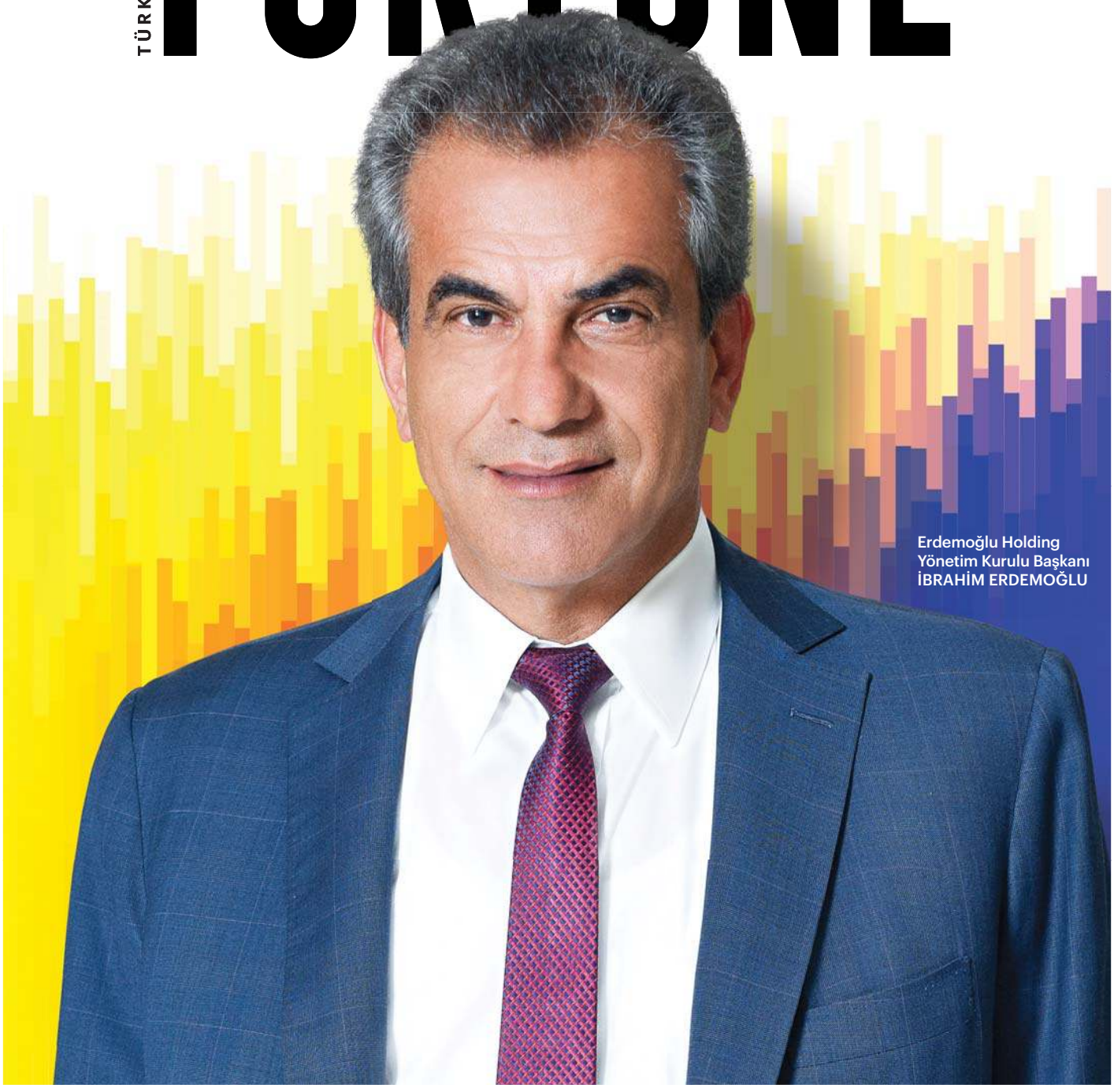
HAZİRAN 2021 **FORTUNETURKEY.COM**

TÜRKİYE FORTUNE



Erdemoğlu Holding
Yönetim Kurulu Başkanı
İBRAHİM ERDEMOĞLU

Sasa Polyester Küresel Liderliği Zorluyor

ERDEMOĞLU HOLDİNG, YAKLAŞIK 2.4 MİLYAR DOLAR YATIRIM VE 1.4 MİLYON TON KAPASİTE POLYESTER ÜRETİMİYLE TÜRKİYE'Yİ ÇİN VE HİNDİSTAN'DAN SONRA ÜÇÜNCÜ BÜYÜK ÜLKE KONUMUNA YÜKSELTECEK

HASTANELERLE İLAÇ ŞİRKETLERİNİN DÜELLOSU

İKİNCİ DALGA DİJİTAL DÖNÜŞÜM

YATIRIMDA MİTLER VE GERÇEKLER

19 TL, KKTC: 24 TL
ISSN 1307-8003
GROUPMEDYA

BORN IN LE BRASSUS





AUDEMARS PIGUET

Le Brassus



RAISED AROUND THE WORLD



AUDEMARS PIGUET BOUTIQUE İSTANBUL : MİM KEMAL ÖKE CADDESİ, NİŞANTAŞI



Dijitalleşme Odağındaki Dünya

MERHABA, küresel tehdit haline gelen Koronavirüs salgını üretimden, tüketime uluslararası ilişkilerden eğitime, ulaşımdan eğlenceye akla gelebilecek her alanda toplumsal yaşamı etkisi altına aldı. Dijitaleşme ise ivme kazandı. Bu süreci lehine çeviren şirketlerin başarılı olduğu bir dönemdeyiz.

Erdemoğlu Holding de bu başarıyı ivmelendiren önemli şirketlerden biri. SASA Polyester'i satın aldığı 2015 yılından beri yatırımlarına hız kesmeden devam eden Holding, dev üretim tesisleriyle dünyaya kafa tutuyor. Aynı zamanda Fortune 500 şirketlerinden de biri olan SASA Polyester, 2023'te 330 milyon dolar yatırım bedeline sahip elyaf üretim tesisini devreye almaya hazırlanıyor. Erdemoğlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Erdemoğlu'nun Fortune Türkiye'ye verdiği röportajda öğreniyoruz ki, 2023 yılı sonunda devreye alınacak işletmelerle birlikte toplam yatırım tutarı yaklaşık 2.4 milyar dolara ulaşacak. Bu dev rakamlar polyester üretiminde Türkiye'yi 1.4 milyon ton üretim kapasitesiyle Çin ve Hindistan'dan sonra en büyük üretici yapacak. Kapağa taşıdığımız haberin borsa değerlendirmelerini Borsa Editörümüz Zeynep Aktaş yazdı. Anadolu'dan yükselen başarı öyküsünü ilgiyle okuyacaksınız.

Bankacılığın dijitalleşmesinde bir dönüm noktası olarak görülen uzaktan müşteri edinimi ile sektör büyük bir dönüşümün eşiğinde. 1 Mayıs'ta yürürlüğe giren yeni uygulama ve teknolojilerle bankacılık ve finans sektörünün şeffaflaşması, rekabet ortamının güçlendirilmesi, müşterilere sunulan ürün ve hizmetlerin yaygınlaştırılması ve derinleştirilmesi bankacılık sektörü için olumlu gelişmeleri beraberinde getirecek. Haberi Finans Editörü Ersan Taylan hazırladı. Bankacılık ekosistemindeki önemli isimler yeni dönemi yorumladı.

Türkiye'de durum buyken globalde önemli konulardan biri ABD'DE sağlık alanındaki reform tartışmaları. Hastaneler ve ilaç şirketlerinin arasındaki düellodan kim kazançlı çıkacak. Bu önemli haberin ayrıntılarını ilerleyen sayfalarda okuyabilirsiniz.

Fortune 500 şirketlerinin yükselen performansları ve başarıları radarımızda. Haziran ayının da bu yüzden ayrı bir önemi var. Fortune Türkiye, bu yıl da büyük bir titizlikle çalışmalarını sürdürdüğü Fortune 500 Türkiye Araştırması'nın bu yıl 14'üncüsünü yayınlayacak. CRIF Türkiye ile beraber çıktığımız yolda, Türkiye ekonomisinin gündemine oturacak önemli analizleri sizler için şimdiden oluşturuyoruz.

Fortune Türkiye'nin hazırlıkları bununla da bitmeyecek. Birbirinden zengin içeriklere sahip webinarlar serisi devam edecek. Sektörün önemli fikir liderlerini biraraya getirmek ve zengin içeriklere imza atmak en büyük hedefimiz. Haziran ayı boyunca sosyal medya hesaplarımızdan yapacağımız canlı yayınlar ve etkinliklerle sizleri önemli içeriklerle buluşturmaya devam edeceğiz.

İyi okumalar..



ŞULE LALELİ
Fortune Türkiye Genel Yayın Yönetmeni
info@fortuneturkey.com

AKBANK

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

İstediğin zaman, istediğin yerden
mobilden Akbanklı olma dönemi başladı.



FORTUNE TÜRKİYE

İMTİYAZ SAHİBİ Group Medya ve Bilgi Teknolojileri A.Ş. Adına: Nevzat Çalışkan
YAYINCI Bige Daruga Çalışkan

FORTUNE ABD

CHIEF EXECUTIVE OFFICER Alan Murray **CHIEF OPERATING OFFICER** Lisa Cline
CHIEF REVENUE OFFICER & PUBLISHER Mike Schneider **CHIEF FINANCIAL OFFICER** Anastasia Nyrkovskaya
EDITOR-IN-CHIEF Clifton Leaf **DEPUTY EDITOR** Brian O'Keefe
DIGITAL EDITOR Rachel Schallom **CREATIVE DIRECTOR** Peter Herbert
DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY Mia Diehl

PARTNERSHIPS, LICENSING & SYNDICATION
VICE PRESIDENT Jim Jacovides **DIGITAL CONTENT MANAGER** Nadine Ghosn

FORTUNE TÜRKİYE

GENEL YAYIN YÖNETMENİ Şule Laleli / sulel@groupmedya.com
ART DİREKTÖR Kemal Toğanç / kemalt@groupmedya.com
BORSA EDİTÖRÜ Zeynep Aktaş / zeynepa@groupmedya.com
DIŞ HABERLER EDİTÖRÜ Anahid Hazaryan / anahidh@groupmedya.com
FİNANS EDİTÖRÜ Ersan Taylan Çıplak / ersanc@groupmedya.com
HABER MERKEZİ Begüm Nur Alkış / beguma@groupmedya.com
SAYFA SEKRETERİ Adem Samet Tonbul / ademt@groupmedya.com

DİJİTAL

DİJİTAL DİREKTÖR Seda Özcan / sedao@groupmedya.com
DİJİTAL İÇERİKLER DİREKTÖRÜ Nurdan Gündoğdu / nurdang@groupmedya.com
FORTUNE TÜRKİYE İNTERNET İÇERİK EDİTÖRÜ Celal Eren Yılmazer / ereny@groupmedya.com

REKLAM SATIŞ VE PAZARLAMA

GROUP MEDYA VE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ A.Ş. REKLAM GRUP BAŞKANI Gürhan Gezer / gurhang@groupmedya.com
REKLAM GRUP BAŞKAN YARDIMCILARI Funda Gökgündüz / fundag@groupmedya.com İsmail Küçük (Bölgeler) / ismailk@groupmedya.com
REKLAM GRUP DİREKTÖRLERİ Göktuğ Bedri Evren – goktuge@groupmedya.com, Nurol Ceylan / nurolc@groupmedya.com,
Deniz Toz / denizt@groupmedya.com
REKLAM DİREKTÖRLERİ Yeşim Aksoy / yesima@groupmedya.com, Nilüfer Araç / nilufera@groupmedya.com, Deniz Eroğlu / denize@groupmedya.com
REKLAM KOORDİNATÖRLERİ Mehtap Yıldırım / mehtapy@groupmedya.com, Eren Enes (Bölgeler) / erene@groupmedya.com,
Seyhan Erat – seyhane@groupmedya.com
EVENT VE PROJELER SATIŞ KOORDİNATÖRLERİ Gökhan Gülsoy / gokhang@groupmedya.com
EVENT VE PROJELER OPERASYON DİREKTÖRÜ Ebru Döner / ebrud@groupmedya.com
REZERVASYON MÜDÜRÜ Ender Parlar / enderp@groupmedya.com
REKLAM TEKNİK MÜDÜRÜ Mesut Öztürk / mesuto@groupmedya.com
ABONE VE ESKİ SAYILAR Betül Gökçe / betulg@groupmedya.com

DERGİ ABONELİĞİ HESABI Group Medya ve Bilgi Teknolojileri A.Ş. TEB - Kağıthane Şb.
TR96 0003 2000 0000 0023 5443 61 Kurumsal Abonelik Fiyatı: 26 TL

YEREL SÜRELİ YAYIN Fortune Dergisi'nin isim hakkı 1929'dan beri ABD'de yayımlanmakta olan Fortune'a aittir. Yapılan lisans anlaşması gereği Group Medya ve Bilgi Teknolojileri A.Ş. tarafından Türkiye'de yayımlanmaktadır. Yazı ve fotoğrafların tüm hakları Fortune Dergisi'ne aittir. Yazılı izin olmaksızın hiçbir şekilde yazı ve fotoğraflardan alıntı yapılamaz. Yayımlanan ilanların sorumluluğu ilan sahiplerine aittir. Fortune Türkiye basın meslek ilkelerine uymayı taahhüt eder.

Contains material ©2018 Meredith. Used with permission. All rights reserved. Reproduction in whole or in part without written permission is prohibited. FORTUNE is a trademark of Meredith. Used under License.

YÖNETİM YERİ VE YAZIŞMA ADRESİ Balmumcu Mahallesi Mustafa İzzet Efendi Sok. No: 9 Kat: 3 Beşiktaş / İstanbul
Tel: +90 212 224 93 30 / Fax: +90 212 224 86 46

YAYIN TÜRÜ Yerel Süreli **BASKI YERİ** İstanbul, Mayıs 2021

BASKI WPC Matbaacılık San. Tic. A.Ş. / Tel: 0212 886 83 30

DAĞITIM Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

Vodafone Veri Merkezi: şirketiniz için iş sürekliliği ve veri güvenliği

Birlikte mümkün.



Birlikte mümkün
vodafone business

Gündemdekiler Haziran 2021



64
Yatırımda Mitler ve Gerçekler
BEGÜM NUR ALKIŞ

Yatırım enstrümanlarına ilişkin yaygın doğru bilinen yanlış bilgileri ve açıklamalar geleceğe ışık tutuyor.

78
CFO'lar Dijital Dönüşüme Hazır mı?
ŞULE LALELİ

Dijital dönüşüm teknolojileriyle CFO'ların rolleri temelden değişiyor. Her zamankinden daha zengin veri setleri ve son derece akıllı analitik araçlar nedeniyle geleceğin finans liderlerinin yeni yetkinlikler bekliyor.

86
Geleceğin Akıllı Dünyasında Yeni Roller
ŞULE LALELİ

Çalışanlar ve işverenler, geleceğin iş dünyasına adapte olabilmek ve kendilerini ileriye taşıyabilmek; bu yeni dünyada var olabilmek için neler yapmalı?

116
Akçansa'nın Dijital Dönüşüm Yolculuğu
ELİF ERMAN

Akçansa'nın gündeminde 1915Çanakkale Köprüsü gibi mega projeler ve 2030 Sürdürülebilirlik hedefleri var.

120
Bankacılıkta Yeni Dönem
ERSAN TAYLAN ÇIPLAK

Bankacılıkta paradigma değişiyor. Uzaktan müşteri edinimi en önemli dönüm noktası olarak hayatımıza neler getirecek?

134
İlk Golü Yiyen Bu Maçı Kaybeder
LEVENT DAŞKIRAN

Siber güvenliğe dair alışkanlıklar yeniden gözden geçiriliyor. Bu zorlu mücadelede amaç sahadakilerin koşmasına engel olmadan topu kale çizgisinden uzak tutmak.

94
SASA Polyester Küresel Başarıya Odaklı
ŞULE LALELİ

Erdemoğlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Erdemoğlu, 2023 yılı sonunda devreye alınacak işletmelerle birlikte toplam yatırım tutarının yaklaşık 2.4 milyar USD'ye ulaşacağını söylüyor.



146
Hastanelerle İlaç Şirketlerinin Düellosu
GEOFF COLVIN

ABD'de sağlık alanında reform tartışmaları büyüyor. Maliyet artışında kimin sorumlu olduğuna dair iki kesim arasında kavga alevleniyor.



KAPAK FOTOĞRAFI
HAKAN AYDOĞAN

ÜSTTE SOLDA: COLIN ANDERSON PRODUCTIONS PTY LTD / GETTY IMAGES TURKEY


Sartoria
SARAR
ŞIKLIK BİZİM KUMAŞIMIZDA VAR
Özel dikim hizmetlerimizle düşlediğiniz takım elbiseyi
gerçeğe dönüştürme imkanını sizlere sunuyoruz.
Bu ayrıcağılı yaşamak için Sarar mağazalarında ki
Sartoria Koleksiyonu'muza göz atabilir ya da
özel dikim hizmetimiz için randevu alabilirsiniz.
İstanbul Sarar Rumeli
0 212 232 08 04
Ankara Sarar Panora
0 312 490 60 68
İzmir Sarar Gaziemir
0 232 252 01 40
Bursa Sarar Korupark
0 224 241 29 62
SARAR.COM | SHOP.SARAR.COM

Bölümler



Editör

4 **3 Dijitalleşme Odağındaki Dünya**
ŞULE LALELİ

Brief

19 **Kulübün Işıkları Neden Hızlı Söndü?**
ELİF ERMAN

28 **Toplumsal Duyarlılığa Katkı**
ERSAN TAYLAN ÇIPLAK

32 **Kahve Odaklı Gelecek Planları**
BEGÜM NUR ALKIŞ

36 **Blink UK, Startup'ları Küresel Pazarlara Hazırlıyor**

38 **İşletmelere Enerji Verimliliği Sağlıyor**
ERSAN TAYLAN ÇIPLAK

39 **Suwen, Üç Koldan Atağa Hazırlanıyor**
ERSAN TAYLAN ÇIPLAK

46 **Borsada "Bedava" İşlemin Gerçek Maliyeti**
SHAWN TULLY

Sohbet

12 **DR. MARKUS C. SLEVOGT**
Gümrük Birliği Anlaşması'nın modernizasyonunun gündemde olduğu bugünlerde, AB'nin en büyük ekonomisi olan Almanya'nın rolü Türkiye açısından büyük önem taşıyor. Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Dr. Markus C. Slevogt, bu güncellemenin ikili ilişkilerdeki önemi ve pandemi sonrası iş dünyasının ekonomik duruma bakışı konusunda Fortune'un sorularını yanıtladı.
RÖPORTAJ ANAHİD HAZARYAN

52 **İş Dünyasına Yenilikçi Bakış**
BEGÜM NUR ALKIŞ

Yatırım

56 **Küçüklerin Borsa Yönelimi ve Aracı Kurumlar**
ZEYNEP AKTAŞ

58 **Borsada Temettü Verimi Artmalı**
ZEYNEP AKTAŞ

60 **Yenilikçi Fonlara İlgi Büyüyor**
ZEYNEP AKTAŞ

Tutkular

152 **Tasarımın Gücü**
ERSAN TAYLAN

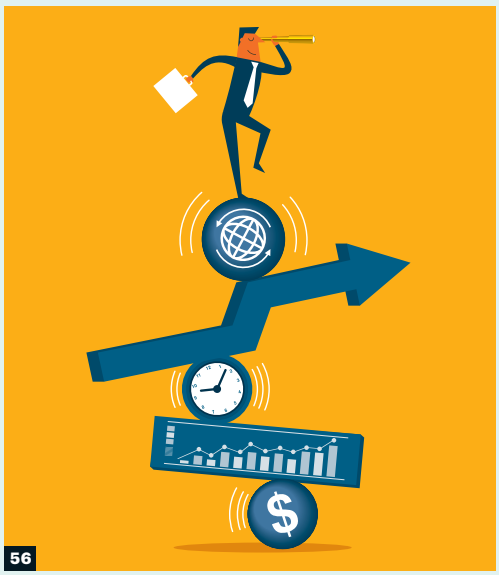
154 **No:81 Yaza Hazır**
BEGÜM NUR ALKIŞ

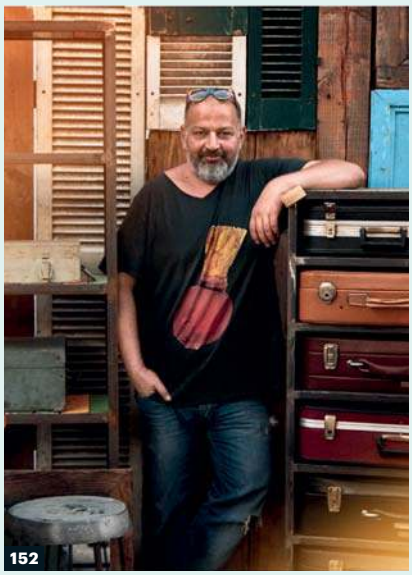
İnfografik

162 **COVID-19 Çiçek Pazarını da Soldurdu**
ANAHİD HAZARYAN



32


56


152

EN ÜSTTE: ALMAN-TÜRK TİCARET VE SANAYİ ODASI

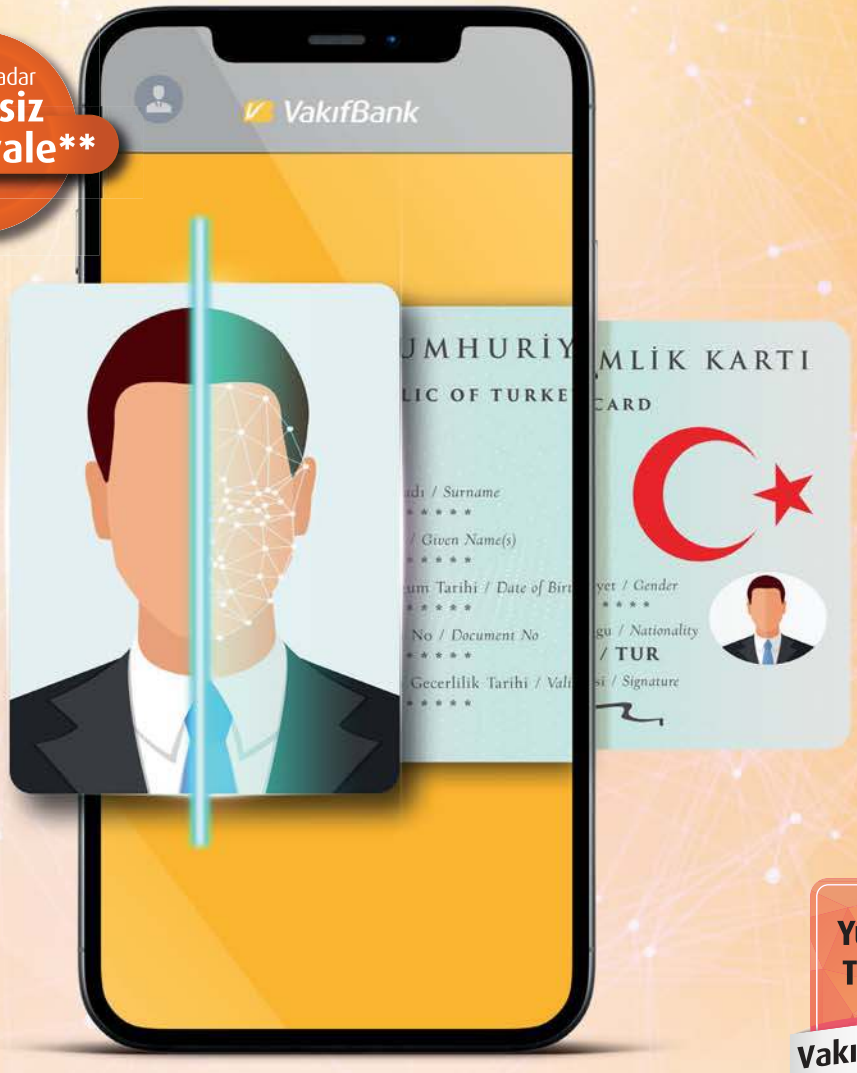
Yüz Tanıma Teknolojisi ile VakıfBanklı olmak çok kolay

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



Dr. Markus C. Slevogt, dijitalleşmenin ve AB-Yeşil Mutabakatı'nın Türk-Alman iş ilişkilerinde yeni pencereler açacağına inanıyor.

Sohbet

DR. MARKUS C. SLEVOGT

Gümrük Birliği Anlaşması'nın modernizasyonunun gündemde olduğu bugünlerde, AB'nin en büyük ekonomisi olan Almanya'nın rolü Türkiye açısından büyük önem taşıyor. Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Dr. Markus C. Slevogt, bu güncellemenin ikili ilişkilerdeki önemi ve pandemi sonrası iş dünyasının ekonomik duruma bakışı konusunda Fortune'un sorularını yanıtladı.

RÖPORTAJ **ANAHİD HAZARYAN**

"Türkiye'de son beş yılda iş dünyasındaki gelişmelerin büyük bir bölümünün ortak özelliklerinin ne olduğuna baktığımızda, 'endüstri 4.0'ın en üstlerde yer aldığını görüyoruz."

FOTOĞRAFLAR
ALMAN-TÜRK TİCARET VE SANAYİ ODASI

TÜRKİYE İLE ALMANYA arasındaki ticari ve ekonomik ilişkiler son derece iç içe geçmiş, siyasi düzlemde zaman zaman yaşanabilecek potansiyel iniş çıkışlardan kolay kolay etkilenmeyecek bir yapıdadır. Kuşkusuz bu tabloda, Almanya'nın Avrupa'nın bir numaralı ekonomisi ve küresel ekonominin de lider ülkelerinden olması kadar iki ülke arasındaki derin tarihi ve kültürel bağların rolü de yadsınamaz. Öte yandan Almanya, Türkiye ile AB arasında imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması'nda da konumu gereği belirleyici nitelikte. Ancak Anlaşma'nın imzalanmasından bu yana geçen yirmi beş yıllık sürede, iş dünyasında, ekonomide radikal dönüşümler yaşanması, yeni bir düzenlemeyi zorunlu kılıyor. *Fortune*'un sorularını yanıtlayan Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Dr. Markus C. Slevogt, modernizasyonun hizmet sektörü ve kamu alımlarını, e-ticaret gibi yenilikleri de kapsaması gerektiğini belirtiyor. Ayrıca AB ülkelerinin üçüncü taraflarla yaptığı serbest ticaret anlaşmalarından dolayı Türkiye'nin yaşayabileceği mağduriyetin de giderilmesi gerektiği konusunda hemfikir.

Yirmi beş yıl önce imzalanan Gümrük Birliği hem AB'ye hem de Türkiye'ye yarar sağladı. Ancak tabii ki, bu süre içinde hem küresel ekonomi hem de iş dünyasının değişmesi anlaşmanın yeni koşullar çerçevesinde gözden geçirilmesini gerekli kılıyor. Nitekim bu konudaki görüşmeler 2014 yılında başladı. Bu gözden geçirme ve yenileme sürecinin neleri kapsayacağına dair bilgi verebilir misiniz?

Gümrük Birliği Anlaşması hem AB'ye hem de Türkiye'ye devasa yararlar sağladı; 1996 yılında 33 milyar dolar olan karşılıklı ticaret hacmi yüzde 340 oranında artarak 2020 yılında 143,4 milyar dolara yükseldi. Ancak sizin de belirttiğinizi gibi, anlaşmanın 25 yıllık bir geçmişi var ve bu durumda da, güncellenmesi artık kaçınılmaz bir durum. Bizler, Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası olarak, Türkiye'de faaliyet gösteren diğer Avrupalı ikili ticaret odaları ve TOBB'un da desteğiyle bir girişimde bulunduk ve Gümrük Birliği'nin modernizasyonuna dikkat çeken bir pozisyon belgesi hazırladık. Buna göre, güncellenen Gümrük Birliği hizmet sektörünü ve kamu alımlarını da kapsamalı, zaten var olan tarım sektörünün çerçevesini daha da genişletmeli ve her iki tarafın üçüncü taraflarla görüşmelerini de içermeli. Ayrıca e-ticaret/dijital ticareti, ekonomide önemli değişimleri yönlendiren uzun vadeli AB politikalarını da kapsamalı.

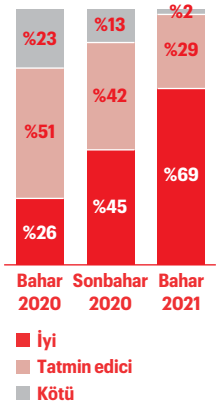
Hem AB'nin hem de Türkiye'nin bu modernizasyon sürecinden beklentileri neler?
AB, Türkiye'nin bir numaralı ticari ortağı ve Türkiye de AB'nin altıncı sıradaki ticari ortağı. Bu tür bir ilişkide, Gümrük Birliği Anlaşması'nın artık geride kaldığı ve bugünün ticari taleplerinin pek çoğuna cevap veremediği görülüyor. Modernizasyonun, yabancı yatırımcıların jeopolitik gerilimlerden kaynaklanan endişelerini gidereceğine, uzun vadede AB ile Türkiye arasında aktif bir iletişim kanalı oluşturacağına inanıyorum. Gümrük Birliği Anlaşması'nın güncellenmesiyle, taşıma kotaları ve vize kısıtlamaları gibi mevcut darboğazlar hafifletilebilir; Türkiye de bu durumda, global tedarik zincirlerine daha cazip gelip, tedarik sektörü açısından daha olumlu bir yatırım ortamı sunacaktır; bu aynı zamanda AB açısından da büyük önem taşıyor.

AB'nin üçünü taraflarla imzaladığı serbest ticaret anlaşmaları Türkiye'nin aleyhine bir durum yaratıyor; nitekim, bu konudaki endişeler sıkça gündeme getirilip, tartışılıyor. Modernizasyon süreci bu konudaki çekinceleri giderebilecek mi? Evet ise, nasıl?
Gümrük Birliği'nin mevcut uygulanmasında, Türkiye'nin AB'nin diğer ülkelerle imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmaları'ndan defacto haberdar olması ve bu anlaşmalara göre kendisini konumlaması gerekiyor. Türkiye üçüncü taraf ülkeleriyle olan ticaretinde aynı ilkeleri ve protokolleri benimsemeye mecbur kalıyor; bununla birlikte, üçüncü taraf ülkelerinin aynı protokollerle karşılık vermesini talep etmiyor. Bu da, Türkiye ile AB'nin Serbest Ticaret Anlaşmaları imzaladığı ortakları arasında bir asimetri sorunu yaratıyor. Bu ülkeler, Türkiye'ye gümrüksüz ihracat yapabilirken, Türkiye'den ithal ettikleri ürünlere gümrük vergisi uygulamaya devam ediyorlar.

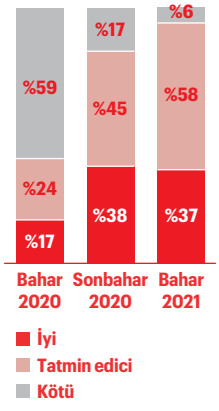
Mevcut ilişkileri yeniden dengelemek ve mütekabiliyet yaratabilmek için güncellenmiş Gümrük Birliği Anlaşması'nın bu sorunu ele alması gerekiyor. Ticaret politikasının taraflar arasında aynı doğrultuda yer alabilmesi için Serbest Ticaret Anlaşmaları'nın mütekabiliyet temelinde uygulanması şart.

Gümrük Birliği Anlaşması'nın modernizasyonunun sonuçlarını özellikle de Almanya'yla Türkiye arasındaki ticaret ilişkileri çerçevesinde değerlendirebilir misiniz?
AB üyesi 27 ülke içerisinde Almanya, Türkiye'nin toplam ticaret hacminin yaklaşık yüzde 10'unu oluşturuyor ve

İŞ DURUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ



GELECEK ON İKİ AYDA NASIL BİR İŞ ORTAMI BEKLENİYOR



KAYNAK: WORLD BUSINESS OUTLOOK ANKETİ/AHK

"Gümrük Birliği Anlaşması'yla, taşıma kotaları ve vize kısıtlamaları gibi darboğazlar hafifletilebilir; Türkiye de bu durumda, global tedarik zincirlerine daha cazip gelip, tedarik sektörü açısından daha olumlu bir yatırım ortamı sunacaktır; bu, AB açısından da büyük önem taşıyor."

en büyük ticari ortağı olma özelliğini taşıyor. Türkiye'nin Almanya'ya ihracatında, otomotiv ve tekstil en büyük payı alıyor. Almanya'nın Türkiye'ye ihracatına baktığımızda ise, otomotivin yanı sıra makine ve ekipmanlarının başlıca sektörler olduğunu görüyoruz. Gümrük Birliği'nin güncellenmesi halinde, otomotiv ve makine sektörleri Alman-Türk ticaret ilişkilerinde stratejik önemdeki konumunu koruyacak ancak aynı zamanda hizmet ve e-ticaret sektörleri için de yadsınamaz bir potansiyel söz konusu. Ayrıca, kamu alımlarının modernize edilmiş Gümrük Birliği Anlaşması'na entegrasyonu her iki tarafın da yararına olacaktır.

Türkiye'deki Alman şirketleri bu yıl yeni işe alımlar planlıyor mu?
İş dünyasının ekonomide yukarı doğru bir evrilme deneyimlemesi istihdam rakamlarında da pozitif bir etki yaratıyor. World Business Outlook anketimizin sonuçları, şirketlerin yaklaşık yüzde 30'unun gelecek on iki ayda işgücünü artırmayı planladığını gösteriyor. Yüzde 60'ından fazlası ise, istihdamda bir değişiklik olmayacağını söylüyor. 2020 yılıyla karşılaştırıldığında, genel olarak istihdam rakamlarında artış sürüyor. Ekonominin toparlanmasına da paralel olarak, işe alım rakamlarında kriz öncesi seviyelere dönen Alman ortaklı yerli şirket sayısı artacaktır.

Dijitalizasyon özellikle pandemi ve post pandemi döneminde iş dünyasını çok daha hızlı bir şekilde dönüştürmeye başladı; Türk is dünyası da bu doğrultuda yol almaya başladı. Bu dönüşüm Türk-Alman ticari ilişkilerine nasıl bir katkı sunabilir?
Dijitalizasyon gerçekten de bugünlerde göz ardı edilemeyecek bir konu. Bunu her yerde görebiliyoruz; "akıllı şehirler" yaratmak için daha da dijitalleşen belediyelerden daha verimli ve esnek olmak için üretimini dijitalleştiren şirketlere kadar her yerde bu sürece tanık oluyoruz. Türkiye'de son beş yılda iş dünyasındaki gelişmelerin büyük bir bölümünün ortak özelliklerinin ne olduğuna bakacak olursak, "endüstri 4.0" bir numara olmasa bile en üstlerde yer alıyor. Bu da bize, Türkiye'deki iş topluluğunun dijitalleşme konusunu ne kadar önemsediğini gösteriyor. Bunun Türk-Alman ikili ticaret ilişkilerine katkıda bulunup bulunmayacağını ele alırsak, kanımca mutlaka katkısı olacaktır. Özellikle de iki tarafı bir araya getirme, daha rekabetçi ve becerili kılma konusunda mutlaka önemli bir rol oynayacak.

Geçen yıl pandemide, Türk ve Alman şirketlerini sanal ortamda bir araya getirdik. Bu görüş alışverişleri sırasında da, Türk şirketlerinin kendi dijitalizasyon süreçlerini büyük bir başarıyla geliştirdiklerini gördük. Bu kuruluşlar Alman şirketlerine daha esnek ürün ya da hizmetler sunabilecek; dijitalizasyon daha verimli ve rekabetçi tedarikçiler ortaya çıkaracak.

Alman şirketleri pandeminin ikinci yılında Türkiye'deki iş dünyasını nasıl görüyor?

2020 yılının ikinci yarısındaki ekonomik toparlanma şirketlerin biraz rahatlamasını sağladı. AHK'nın (Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası) İlkbahar 2021'de gerçekleştirdiği World Business Outlook (Küresel İş Görünümü) anketi de bunu doğruluyor. Bu dünya çapındaki ankete katılan Türkiye'deki Alman ortaklı şirketlerin yüzde 69'u mevcut iş durumunu iyi olarak tanımlıyor. Yüzde 29'luk kesim memnun edici olduğunu belirtirken, yalnızca yüzde 2'si kötü diyor. Toplam sonuçlar 67'lik bir ortalamayla Türkiye'yi global ortalamanın oldukça üzerine taşıyor. Bu ankete göre, Alman ortaklı yerli şirketlerin yüzde 37'si gelecek on iki ayda işlerinde büyüme bekliyor. Yüzde 58'i aynı sürede iş durumunun gelişiminde bir değişiklik olmayacağını söylüyor. Yalnızca yüzde 6'sı işlerin daha da kötüye gideceğini düşünüyor. Sonuçlar, 2020 yılıyla karşılaştırıldığında iş süreciyle ilgili daha iyimser bir tablo ortaya koyuyor.



İş dünyası iklim değişikliği ve Yeşil Mutabakat'a göre yeniden organize oluyor; ülkeler sektörlerini ve iş modelini buna göre düzenlemeye çalışıyorlar. Bu yeni süreç gelecek yıllarda Almanya ile Türkiye arasındaki iş alışverişinde yeni işbirliği olanakları yaratabilir mi?
Bunun gerçekleşeceğine kesinlikle inanıyorum. Almanya kısa süre önce, karbon nötr bir ülke olma tarihini 2050'den 2045'e çekti. Bu güçlü bir siyasi sinyal ve ve şimdiden iklim dostu büyüme ve iş modellerine odaklanan ülkeleri destekliyor. Elektro mobilite, hidrojen, yenilenebilir enerjiler, enerji verimliliği ana başlıklar olacak ve Almanya'nın da zaten bu alanda ciddi bir know-how'ı var. Türkiye becerikli girişimcileri ve önemli işgücüyle son derece dinamik ve büyük bir pazar. Yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği devasa bir potansiyel içeriyor ve Türkiye zaten yenilenebilir enerjide şimdiden önemli bir paya sahip. Ayrıca, ilk Türk elektrikli otomobili yakın gelecekte pazara çıkacak. Bu koşullar, Almanya ve Türkiye arasında idari düzlemde, siyasette ve girişimciler arasında zaten var olan yakın işbirliğini daha da pekiştiriyor; iki ülkenin birbirine coğrafi yakınlığı, Alman-Türk başarı hikayelerinin daha da yaygınlaşması ve derinleşmesi için sağlam bir temel sunuyor. Şu bir gerçek ki, AB-Yeşil Mutabakatı Türkiye ve bugünkü iş yapış şekli açısından çok zorlu bir sınav olacak. Ancak Türk şirketlerinin ve girişimcilerinin gücüyle, AB-Yeşil Mutabakatı engellerden çok fırsatlar içerecek.

> "World Business Outlook anketimizin sonuçları, şirketlerin yaklaşık yüzde 30'unun gelecek on iki ayda işgücünü artırmayı planladığını gösteriyor. Yüzde 60'ından fazlası ise, istihdamda değişiklik olmayacağını söylüyor."

Türkiye turizm sezonu öncesi pandemiyle olan mücadelesinde çıtayı yükseltti. Kapanma ve aşılamayla salgını büyük oranda hafifletmeyi hedefliyor. Bilindiği gibi turizm geliri Türkiye ekonomisi açısından kilit önemde. Alman turistlerin de Türkiye'nin turizm sektöründe önemli bir payı var. Geçen yıl bu açıdan kayıp bir yıldı. Bu yaz da belirsiz bir tablo sunuyor. Almanya'nın Türkiye'ye seyahatler konusunda nasıl bir yaklaşımı var?
Turizm sektörü pandemide en büyük darbeyi alan sektörlerden biri oldu. Havayolları ve oteller ekonomik döngülerini sürdürebilmek için büyük bir mücadele verdiler. Ancak aynı zamanda, kısıtlamalar ve kapanmalar galiba tekrar dışarı çıkma ve favori turizm destinasyonlarını ziyaret etme arzumuzu da artırdı. Kısacası, talep orada duruyor ve Türkiye de büyük bir ihtimalle sunduğu cazip koşullarla bu süreçte unutulmadı. Ancak ne yazık ki, Türkiye hâlâ yüksek vaka sayısı olan bir ülke olarak görülüyor; bu da Almanya'ya dönüşte bir tür karantina uygulanabileceği anlamına geliyor. Öte yandan, bir diğer opsiyon yerel turizm seçenekleri olabilir ancak bu opsiyonlarla ilgilenen çok fazla insan olduğu için yerel turizm pahalı gelebilir. Bundan dolayı, Türkiye'ye uçmak isteyenlerin sayısı yüksek olacaktır. Ancak burada, Türkiye'nin korona vaka sayılarını ve aşılamayı nasıl yöneteceği belirleyici olacak; ayrıca Almanya'da kaç kişinin aşılandığı da önemli. Şimdi artık aşıları tamamlanmış olan Alman vatandaşlarının, Türkiye gibi yüksek riskli bir ülkeden bile Almanya'ya dönüşte karantinaya alınmaları gerekmiyor. Türkiye vatandaşlarını aşılar ve risk oranını düşürürse, turist sayısı 2020 yılına göre çok daha yüksek olabilir.



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

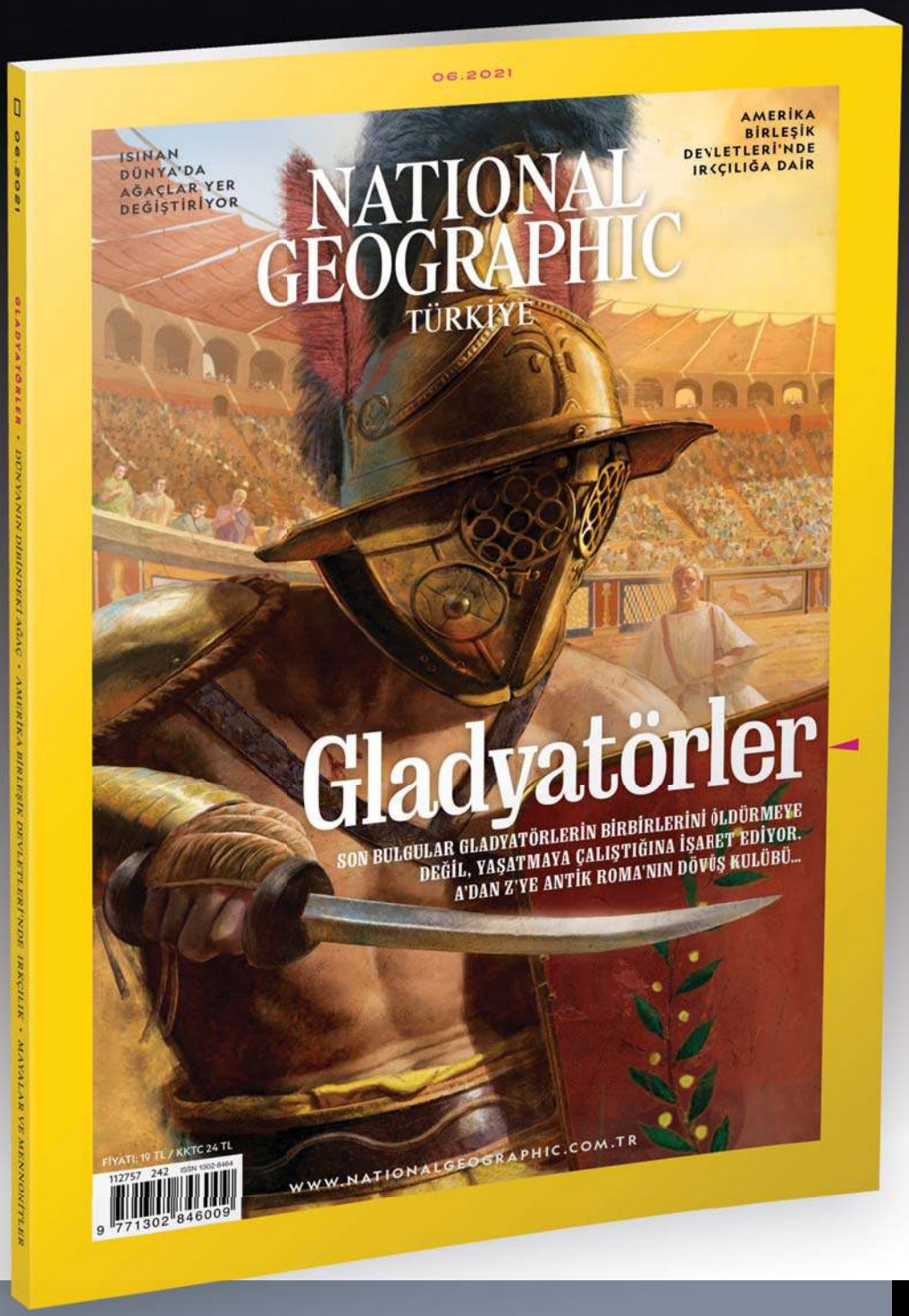
Shell HELIX Motor yağları

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.

NATIONAL GEOGRAPHIC TÜRKİYE

HAZİRAN SAYISI

BAYİLERDE



ABONE www.groupmedya.com/iletisim/
DİJİTAL KÂŞİFLERİN VAZGEÇİLMEZ ADRESİ nationalgeographic.com.tr'yi ziyaret edin

NATIONAL GEOGRAPHIC TÜRKİYE

BRIEF



PICTURE ALLIANCE / CONTRIBUTOR / GETTY IMAGES TURKEY

Bir yıl gibi kısa bir sürede 6 milyon kayıtlı kullanıcıya ulaşarak Silikon Vadisi'nin taze unicorn'ları arasına giren Clubhouse'un ülkemizde yakaladığı hızlı yükseliş ve aynı hızda düşüşten neler çıkarmalıyız?

SOSYAL MEDYA

Kulübün Işıkları Neden Bu Kadar Hızlı Söndü?

Yılın ilk aylarında son zamanların en önemli pazarlama olaylarından biri olarak görülen Clubhouse'un sektörde yarattığı rüzgar yılın ortasını bile göremeden dindi. Geçtiğimiz ayın sonunda Android kullanıcılarına kapısını açan uygulama neden bir anda saman alevine dönüştü? Yolunda gitmeyen neydi? **ELİF ERMAN**

→

2020 YILININ Nisan ayında Alpha Exploration Co. tarafından piyasaya sürülen ve pandeminin de yadsınamaz etkisiyle aradan bir yıl bile geçmeden aynı yılın Aralık ayında 600 bin kayıtlı kullanıcı sayısı açıklayan Clubhouse'un Türk kullanıcıları tarafından keşfedilmesi çok da uzun bir zaman almadı. 2021 yılı Ocak ayı itibariyle Türkiye'deki kullanıcı sayısını artırmaya başlayan sosyal ağ, Şubat, Mart aylarında kulaktan kulağa yayılan ve en fazla konuşulan sosyal medya fenomenlerinden birine dönüşmüştü bile. Uygulamanın sadece iOS kullanıcılarına açık olması ve nispeten "eski moda" olarak tabir edilebilecek davet sistemiyle kullanıcı kabul ediyor olması bir yandan penetrasyon anlamında bariyer oluştururken diğer yandan yarattığı gizem nedeniyle daha fazla merak edilir bir medya olmasını sağladı.

Türk kullanıcılar arasında Clubhouse hızla yayılırken çok geçmeden influencer'lar, medya kuruluşları, celebrity'ler ve elbette markalar platformda kendine sağlam bir yer edinme telaşına düştü. Pandemi nedeniyle günlerini, haftalarını hatta belki de aylarını evde geçirmek zorunda kalan bireysel kullanıcılar için Clubhouse deyim yerindeyse bir "ilaç" gibi geldi. Gerçek insanlarla gerçek sohbetler etmeye hayli acıkmış kullanıcılar kendilerine sunulan bu "sanal mikrofonun" başında saatler geçirmeye dünden razıydılar. Uzun zamandır özlemini çektikleri sosyalleşme, kendini ifade etme, yeni birileriyle tanışma ve yeni bir mecrada kimlik inşa etme gibi ihtiyaçları karşılayacakları yeni bir alan vardı. Peki ya diğerleri?

Konuya pazarlama bakış açısından bakıldığında ise tablo bu kadar parlak değildi. Çünkü Clubhouse sektör profesyonellerinin yıllardır süregelen kaygısının yeniden tetiklenmesine neden oldu...

TREND Mİ YOKSA GEÇİCİ BİR HEVES Mİ?

Evet, sektör bu soruyu kendine ilk kez sormadı elbette. Ancak pandemi gibi kaynakların oldukça kısıtlı olduğu ve daralmış bütçelerle efektif işlerin yapılmaya çalışıldığı bir dönemde bu soru biraz daha önem kazandı. Pandemi nedeniyle son bir yılda ses ve görüntüyle iletişim kurma becerilerimizin geliştiği, podcast ve Discord gibi bugüne kadar nispeten gölgede kalmış mecraların kullanıcı sayısını artırdığı bir dönemde ortaya çıkan Clubhouse, mükemmel zamanlamasıyla bu rüzgarı arkasına alıp "yeni nesil pazarlamanın" kapılarını açacak bir platform muydu yoksa Android kullanıcılarının gelmesine fırsat bile kalmadan solup gidecek bir heves miydi?

Bu sorular toplantı odalarında, dost meclislerinde ve elbette Clubhouse odalarında uzun uzadıya tartışılırken, "media first" işlere imza atmak isteyen marka ve ajanslar ilk case'lerini ortaya koymaya başladı. Kısa sürede furyaya yeni markalar eklendi ve Clubhouse çok geçmeden bir "markalı içerik" mecrasına dönüştü. Ancak hikayenin ilginç yanı tam olarak burada başladı. Çünkü Clubhouse belki de bugüne kadar diğer hiçbir platformda görmediğimiz kadar hızlı bir şekilde düşüş trendine geçti. Üstelik gemiyi ilk terkedenler de sürecin başında en hevesli olan kitle yani pazarlamacılar oldu. Uzun saatler süren tartışmalar azalarak bitti, markalar elini ayağını çekti, konu fikir toplantılarının gündeminden çıktı ve yavaş yavaş hesaplar kapanmaya başladı.

Bu yazının yayına hazırlandığı Mayıs ayı sonu itibariyle Clubhouse, Android kullanıcılarının belki de aylardır beklediği haberi verdi. Ancak Türk kullanıcıları için bu bir nebze geç verilmiş bir haber olarak görülmeye başlandı. Çünkü Clubhouse Türk kullanıcılar için bir heves olmaktan



THOMAS TRUTSCHEL / CONTRIBUTOR / GETTY IMAGES TURKEY

RAKAMLARLA

6 MİLYON

2020 Aralık ayında 600 bin, 2021 Mayıs ayında 6 milyondan fazla kayıtlı kullanıcı sayısına ulaştı.

180

180'den fazla organizasyon ve yatırımcıdan yatırım aldı.

1 MİLYAR $

Değeri bir yıl içinde (Mayıs 2020 – Mayıs 2021) 100 milyon dolardan 1 milyar dolara ulaştı ve Snapchat, Uber gibi unicorn'lar arasına girdi.


A STAR ALLIANCE MEMBER
TK
EXTRA
CARE
DR. OZ
EKSTRA ÖNLEM, EKSTRA HİJYEN
Birlikte çıkacağımız her yolculukta, rahatınız yerinde ve sağlığınız güvende.
TURKISH AIRLINES
Seyahat standartlarımız ve diğer detaylar için turkishairlines.com'u ziyaret edebilirsiniz.
Hijyen standartlarımız, SimpliFlying'in desteklediği APEX Health Safety tarafından Diamond Statüsü ile ödüllendirildi.

Can Çalışkan / Rafineri Stratejik Planlama Direktörü

YENİ BİR ETKİLEŞİM BİÇİMİNİN BETA SÜRÜMÜYDÜ



CLUBHOUSE, bir yandan dijital sesli etkileşim uygulamalarının ne kadar ilginç olabileceğini gösterirken, aynı zamanda insanın zamanını ve aktif ilgisini blok olarak talep eden uygulamaların nasıl zorlanabileceğini de ispatladı. Clubhouse'u bu anlamda yeni bir etkileşim biçiminin beta sürümü olarak görmek gerek. Tıpkı mobil canlı yayıncılığın temelindeki Meerkat gibi... Clubhouse'un Türkiye'deki hızlı popüleritesinin temelinde 'davetiye' merkezli lansman stratejisinin büyük etkisi oldu. Sosyal medya penetrasyonu yüksek ülkemizde dışarıda kalma korkusu uygulamaya duyulan merakı da zirveye taşıdı haliyle.

Özgür Alaz / Girişimci, Dijital Strateji Danışmanı

SÖZ UÇACAK KAYIT KALACAK



İNOVASYON hızı yarışıyor. Clubhouse hayatımıza girdiği anda Facebook ve Twitter'ın onu nasıl kopyalayacağı konuşulmaya başlandı. Çok geçmeden yaptılar da... Unutulmamalı ki "network etkisi" çift yönlü çalışıyor. Network'teki paydaş sayısı arttıkça, network'un değeri üssel şekilde artar. Aynı şekilde, paydaş sayısı azaldıkça da değer üssel şekilde azalıyor. Ve yine unutulmamalı ki "Söz uçar, kayıt kalır". Snapchat de ilk çıktığında, 24 saat içinde yok olan içerikler olarak lanse olmuş, sonra bambaşka bir dünyaya dönüşmüştü. Clubhouse'da da üretilen onca değerli içeriğin kayıtta kalması, Clubhouse'un değerini artıracaktır.

Volkan Budak / PepsiCo Dijital Strateji, Transformasyon ve İnovasyon Pazarlama Müdürü

YAPILAN İŞLER "MEDIA FIRST" DENEYLER OLARAK KALDI



CLUBHOUSE'UN düşüş trendinin altındaki nedenleri kesin bir şekilde adreslemek çok zor olsa da çeşitli tahminler yürütülebilir. Hava koşullarının düzelmesiyle ev dışında geçirilen zamanının artması, pandemi sınırlamalarının global olarak gevşemiş olması, insanların sokaklara, tatillere çıkmaya başlaması durumun sosyal boyutu... Diğer yandan sosyal ağın sahip olduğu davet mekanizması ve katılımın çok uzunca bir süre sadece iOS kullanıcılarına sınırlı olması gibi teknik nedenler de göz ardı edilemez. Tüm bunlar Clubhouse'un oldukça uzun sayılabilecek bir süre belli bir kitle içinde sınırlı kalmasına, yeni kullanıcıların sosyal ağa dahil edilememesine yol açtı. Tüm bunlar yaşanırken rakipleri hızlı bir şekilde aksiyon almayı başardı. Bunların hepsi elbette spekülatif varsayımlar. Duruma pazarlama perspektifinden baktığımda ise platformu ve kullanıcısını tam olarak anlamadan, elinizde yeterli datalar olmadan, stratejik yaklaşımlar geliştirmenin zor olduğunu söyleyebilirim. Bunlar olmadan da yapılan işler bütünleşik yaklaşımlar yerine tekil "media first" deneyler olarak kalabiliyor.

öteye geçemediğini çoktan ispat etmişti. Peki Clubhouse'u sadece birkaç ay içinde "son yılların en büyük pazarlama trendi" klasmanından "saman alevi"ne düşüren nedenler neler oldu? Yolunda gitmeyen şey neydi?

"CLUBHOUSE SEVİLDİ FAKAT AŞIK OLUNMADI"

Rafineri Stratejik Planlama Direktörü Can Çalışkan, başlarda bu yeni teknolojinin yaratıcı kullanımlarını keşfetmenin oldukça ilgi çekici olduğunu anlatıyor. "Platform elindeki teknolojinin deneme tahtası olarak lanse edildi. Kalıp bir oyun hamuru gibi" diyor Çalışkan ve ekliyor: "O dönemde en büyük sohbet konusu 'burada ne yapılır' üzerineydi. Herkes içeride platforma uygun formatlar denemenin ve deneyimlemenin heyecanını doyasıya yaşadı. Sonra ne oldu derseniz, teknoloji sevildi fakat Clubhouse'a aşık olunmadı. İnsanlar Instagram veya Twitter da bu hizmeti sunacaksa başka bir uygulamaya gerek var mı bilemedi."

Bundan böyle Clubhouse'u takvimli veya spontan sesli etkinlikleri hayatımıza sokmasıyla hatırlayacağımızı düşünen Çalışkan, "Aynı Meerkat gibi" diyor ve ekliyor "Onu da eğer hatırlıyorsanız!"

AKSİYON ALMAKTA GEÇ KALIYOR

Girişimci ve Dijital Strateji Danışmanı Özgür Alaz, Clubhouse'un elde ettiği başarıda sahip olduğu davetiye sisteminin büyük bir etkisi olduğunu düşünenlerden. Platformun ilk doğduğu günlerde Silikon Vadisi elitlerinden başlayarak adım adım herkesin yer almak istediği bir yer haline dönüştüğünü hatırlatan Alaz, böylesine olumlu bir başlangıca karşın gelinen noktanın nedenlerini yorumlarken: "Clubhouse, büyük sosyal ağların yanında hala ekip ve kaynak olarak çok küçük" diyor ve uygulamanın kendisine milyonlarca kullanıcı kazandırabilecek Android uygulamasını aylar sonra geliştirmesinin negatif etkisine vurgu yapıyor. Aynı şekilde, büyümeyi korumayı sağlayabilecek, ödüllendirme programları, marka iş birlikleri gibi konulara henüz sıra bile gelmediğini hatırlatıyor Alaz."

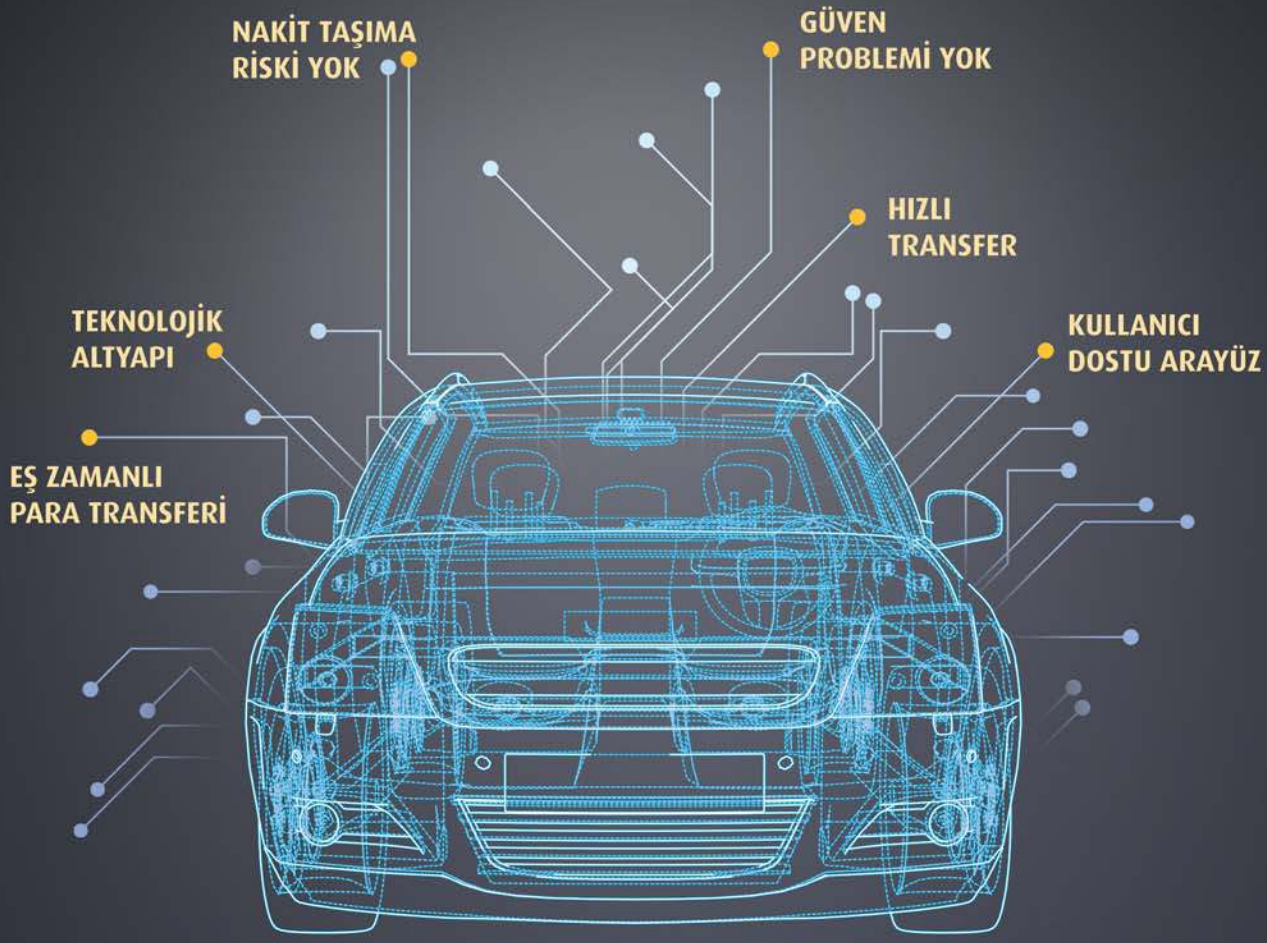
EVDE GEÇİRİLEN ZAMAN AZALDIKÇA İLGİ DE AZALDI

PepsiCo Dijital Strateji, Transformasyon ve İnovasyon Pazarlama Müdürü Volkan Budak, uygulamanın yaşadığı hızlı yükseliş ve arkasından gelen hızlı düşüşün birçok farklı nedeni olabileceğini savunuyor. Bir yandan tıpkı Özgür Alaz gibi alınmakta gecikilen aksiyonların etkisinden bahseden Budak'a göre, pandeminin etkisinin azalması ve hayatların yavaş yavaş normale dönmeye başlamasının da ilginin azalmasında önemli bir payı var. Bir sosyal ağa ilişkin stratejik yaklaşımlar geliştirebilmek için platformu, kullanıcı kitlesini tam olarak anlamanın ve datalara sahip olmanın kritik olduğunu söyleyen Budak, tam da bu nedenle hayata geçirilen projelerin bütünleşik yaklaşımlar olmaktan uzak olduğunu düşünüyor.

Güvenli Yolculuklar Güvenli Alışverişle Başlar

TaşıtTakas

TaşıtTakas Sistemi, teknolojik altyapısıyla araç alış ve satış işlemlerinizi güvenle gerçekleştirmenizi sağlar. Takasbank ve Türkiye Noterler Birliğinin iş birliğiyle geliştirilen güvenli ödeme sistemi, taraflara nakit taşıma riski olmadan, düşük maliyetli ve hızlı ödeme kolaylığı sunar.



TAKAS İSTANBUL

TaşıtTakas mobil uygulamasını App Store ve Google Play Store üzerinden ücretsiz olarak indirebilirsiniz.

App Store

Google play

www.takasbank.com.tr | www.tasittakas.com.tr

takasbank



Impulso Advisors CEO'su Osman Aytaman

YÖNETİM

'Sürdürülebilir Ekonomilerin Kalbi, Sürdürülebilir Firmalar'

"Bir ülkenin sürdürülebilir bir ekonomiye sahip olması için elinde yatırım yapabileceği üç ana varlık bulunuyor" diyen Impulso Advisors CEO'su Osman Aytaman, bu üç varlığı, insan, doğal kaynaklar ve ekonomiyi oluşturan firmalar olarak açıklıyor ve ekliyor: "İnsanları eğitimle, doğal kaynakları bilinçli kullanımla, firmaları da sürdürülebilir yönetim sistemleri kurgulayarak geliştirmek gerek."

ZENGİN DOĞAL KAYNAKLARA sahip şanslı ve o şansı doğru kullanan ülkeleri bir tarafa bırakırsak, bir ülkenin fark yaratan özelliği sosyal gelişmişlikleri ve ekonomilerinin can damarını oluşturan firmalarıdır. Gelişmiş veya gelişmekte olan ekonomilerin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşabilmeleri için güçlü yönetim sistemleri, sürekli kendini geliştiren insan kaynakları ve yenilikçi kültür ve değerleri olan firmalara ihtiyaç duyulur.

Peki sürdürülebilir firma ne demek? Konuyla ilgili görüşlerini paylaşan Advisors CEO'su Osman Aytaman, bu durumun güçlü finansallara sahip olup olmamakla ilgisi var mı diye soruyor ve şöyle devam ediyor: "O zaman Enron, Lehman Brothers gibi firmalar bugün hâlâ var olurdu. İnovasyon mu? Globalleşme mi? Güçlü insan kaynakları mı? Yoksa iyi bir kurumsal yönetim yapısına sahip olmak mı? Sürdürülebilir firma olmanın tek bir tanımı yok. O firmanın her alanda "sürdürülebilir" olarak tanımlanması için tüm bileşenleriyle gelecekte de var olmayı başaracak bir firma olması gerekiyor."

Aytaman, bu konuda 7 soruyla, firmaların ne kadar sürdürülebilir olduğunu şöyle değerlendiriyor.

Stratejiniz çekmece de mi, yoksa masanızda mı duruyor?
Stratejisini bilmeyen şirket, rotasını kaptanın ellerine bırakmış bir yolcu gemisi gibidir. Planlı olmak için sadece plan yapmak yetmez, o planın şirket içerisinde özümsenmesi ve bir kurum kültürünün parçası haline getirilmesi gerekiyor. Yapılan araştırmalarda şirket yöneticilerinin yüzde 74'ü stratejiye inanmadıklarını açıklamışlar. Bunun sebebi stratejiyi doğru belirlememiş olmalarını mı yoksa uygulamada yaşadıkları eksiklikleri mi, diye sorulduğunda ise, yüzde 67'si uygulamada yaşanan hatalar nedeniyle olduğunu açıklıyor. İyi bir strateji, sadece finansallardan oluşmaz. Şirketin gelecekte hangi alanlara yatırım yapacağı, hangi alanlarda kendini geliştireceği konularına da değinmeli. Günümüzde, hızla değişen Dünya gerçeklerine yönelik, gelecekte nasıl bir yapılanma ihtiyacı duyulacağına odaklanılmalıdır.

Gözünüz arkada kalmadan tatile çıkabiliyor musunuz?
Reed Hastings, Netflix'in Kurucu CEO'su, her yıl 6 hafta tatile çıktığını söylüyor. Peki sizin eksiğiniz nedir? Cevabı çok net, firmanız çok iyi sonuçlar elde etse bile, hâlâ yeterli seviyede profesyonelleşmiş olmamasıdır. Profesyonel, ya da bugünün değimi ile kurumsallaşmış bir şirket, ağırlıklı size odaklı olmak yerine, üzerinde kurgulandıkları sistemlere, politika ve prosedürlere ve doğru yerlere yerleştirilmiş, doğru yetkinlikteki ve doğru yetkilere sahip insan odaklanmış olmalıdır. Kurgulanan bu sistemin başarı ile işlemesi durumunda, işte o zaman siz de bu sistemin bir parçası olarak yıllardır beklettiğiniz tatillere çıkar, hobilerinize odaklanır, şirketinize döndüğünüzde de işi nasıl yürüteceğinize değil, işi nasıl geliştireceğinize odaklanabilirsiniz.

Çalışanlarınız mutlu, huzurlu ve geleceklerinden umutlu mu?
Sürdürülebilir firmaların ellerindeki kaynakları en etkin ve verimli şekilde kullanabildikleri ve bu kaynakları da yetkin insanlara teslim ettikleri görülmüştür. Doğru


VISIONF
FUTURE IS COMING
80 VISIONF POWER CATAMARAN
GERMANY
Königsallee 26, 40212 Düsseldorf
T: +49 211 900 669 0
info@visionf.com
TURKEY
Cami Mh. Balıkçılar Sk. U Blok No.20 U/226 Tuzla/İstanbul
T: +90 530 662 77 94
info@visionf.com
UNITED ARAB EMIRATES
Villa 3, Street 25a, Umm Al Sheif Area, Dubai
T: +971 56 893 1321
ahmetcinar@visionf.com
visionfyachts
www.visionfyachts.com

yetkinliklere sahip insanları çalıştırıyor olmak yetmez, aralarındaki sinerjiyi arttıracak bir organizasyonel yapı kurgulanması, kültürel bir olgunluğa ulaşılması gerekmektedir. Özellikle pandemi döneminde yüzde 76'lardan yüzde 61'lere düşen çalışan memnuniyeti önümüzdeki yıllarda değişen dünya koşulları, teknoloji, jenerasyonel değişim ve özellikle robotların daha fazla hayatımıza girmesi ile şirketlerin çalışanlarına çok daha fazla odaklanmaları, bir kaynak olarak değil, bir yetenek ve iş ortağı olarak görmeleri gerekiyor. Özellikle gençlerden şikâyet etmek yerine, onları anlamaya odaklanan, gelecek nesillerin dilinden, iş dünyasına bakış açılarından anlayan şirketler sürdürülebilir olacak, geri kalanlar ise zaman içinde çekiciliğini kaybederek eriyip gideceklerdir.

Sürdürülebilirlik stratejisi ve eylem planınız var mı?
Özellikle sanayi devriminden sonra hızla tükettiğimiz doğal kaynaklarımız, kirlettiğimiz çevremiz artık isyan etmeye başladı. CEO'ların %90'ı sürdürülebilirlik unsurun son derece önemli olduğunu belirtmekte ama neredeyse hiçbiri bu alanda kendilerini yeterli hissetmemekte ve donanımlı bulunmamaktadır. Gelecekte sadece mevzuatsal zorunluluklar artmayacak, müşterilerimiz, iş ortaklarımız, tedarikçilerimiz ve hatta çalışanlarımız bizleri bu alanda adım atmaya zorlayacaktır. Yenilenebilir enerji, geri dönüşüm sistemleri, atık yönetimi, akıllı bina ve üretim sistemleri gibi pek çok alanda bir çevre eylem planı bulunmayan, sosyal sorumluluk projeleri geliştirmeyen ve topluma geri verme kültürünü geliştiremeyen firmalar, doğal seleksiyon sürecinden geçerek yok olmaya mahkûm olacaklardır.

Şirketiniz zamanı geldiğinde gelecek nesillere devredilmeye hazır mı?
Başarılı firmaların hikayelerini dinlediğimizde, kurucuların başarılı birer lider olduğu ortaya çıkmaktadır. Fakat bu durum gelecekte de devam edecek anlamına gelmez. Firmanın başarısını düşünen her lider, gelecek nesillerin gelişimine de önem vermesi lazımdır. Her üç aile şirketinden sadece 1'i bir sonraki nesile kadar dayanabiliyor. Bunun sebepleri arasında en önemlisi genç aile fertlerini ve profesyonelleri yetiştiremeden ailenin dağılmasıdır. Gelecekte var olmak isteyen firmalar, kritik pozisyonlarını yedeklemeli, gelişim planı oluşturmalı ve aile fertleri arasında bir ardıl planlama yapılmalıdır. Bu planlamalar, çoğu kez olduğu gibi salt "aile anayasası" gibi kâğıt üzerinde kalmayıp, eğitimler, rotasyon, detaylı kariyer planları ile desteklenmelidir.

Sunduğunuz ürün ve hizmetler gelecekte de hala gözde olacak mı?
Aramızda kaç kişi Kodak filmlerini yakmadan fotoğraf makinasına yerleştirildiği günleri hatırlar; ya da kaç kez kasetçalarda takılan kaseti bir kalem ile geri sararak düzeltmiştir. 1990'lı yılların sonuna kadar Dünya'ın en büyük firması hangisiydi? Cevap: General Electric. Peki bugün GE kaçıncı sırada? Daha da önemlisi dün hangi işlere odaklanıyordu, bugün ne yapıyor? Mevcutta yaptığımız işler yarın yok olacak ve buna karşı yapabileceğimiz tek bir şey var: kendimizi sürekli geliştirmek.

Sadece yenilikçi firmalar, sektöre öncülük edecek yeni ürün ve hizmetleri geliştirebilecektir. Geri kalan firmalar ya takipçi olacak ya da zaman içerisinde yok olup gideceklerdir. Yenilikçi firmaların DNA'larında inovasyonun işlendiğini görmek mümkündür, kurum kültürü ona göre tasarlanmış, sistemler ona göre kurgulanmış, çalışanların yetkinlikleri ona göre geliştirilmiş ve en önemlisi üst yönetim, her zaman kurumun gelişimi için açık ve teşvik edici olmuştur.

Uluslararası rakiplerinize göre şirketinizin ismi ne kadar biliniyor?
Türkiye'nin en değerli markası olan Türk Hava Yolları ile Dünya'nın en değerli markaları Amazon ve Apple arasında yaklaşık 100 kattan fazla marka değerliliği farkı var. Bugün yurtdışında çok az kişi Türk markalarını bilir. Belki bir, iki futbol takımı ve Fatih Terim ismini zikrederler, maalesef o kadar.

Halbuki Dünya çapında önemli işler başaran çok çeşitli firmalarımız var, ama pek çoğunun isimlerini biz bile bilmiyoruz. Artık "üretebiliyorsun" veya "satabiliyorsun" diye kimse sizinle ilgilenmeyecek, kendinizi en iyi ifade ettiğiniz zaman yani bir "marka" olduğunuz zaman bir geleceğiniz olabilecek. Globalleşme, teknolojik gelişmeler, ticaret savaşları gibi nedenlerden dolayı, müşteriler gün geçtikçe daha kaygan bir zemin üzerinde yer almaktadır. Sürdürülebilir firmaların güçlü bir müşteri havuzu oluşturabilmeleri için markalarına yatırım yaptıkları, sadece müşteri memnuniyeti yetinmeyip, marka değerini de geliştirdikleri görülmektedir.

Yukarıdaki maddelerde hiç finansallardan bahsetmedik, çünkü eğer doğru bir strateji ve güçlü bir altyapı ile sürdürülebilir bir firma olmayı başarabilmişseniz, finansallar sadece bu başarının göstergeleri olacaktır.

Son bir soru:
"Yaklaşık ortalamada 30 – 40 yıl çalışıyoruz, büyük özveriler ile ortaya çıkardığımız eserlerimizin uzun yıllar, gelişerek yaşamasını istemez miyiz?" Cevabınız "evet" ise sürdürülebilirlik alanında ilk adımı atmış bulunmaktasınız.

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



Prof. Dr. Selçuk Şirin ve Adel Kalemcilik Genel Müdürü Evrim Hizaler

EĞİTİM

Toplumsal Duyarlılığa Katkı

Adel Kalemcilik,"Ebeveyn ve Öğretmenlerin Gözünden Çocukların Kelime Hazinesi Araştırması"nın sonuçlarından yola çıkarak "1500Kelime.com Platformu"nu geliştirdi. Ücretsiz olarak kullanıma sunulan platform, pandemide eğitimleri aksayan çocukların yararlandığı örnek uygulamalar arasında gösteriliyor. **ERSAN TAYLAN ÇIPLAK**

ADEL KALEMCİLİK Genel Müdürü Evrim Hizaler, "İçinde bulunduğumuz sektöre katkı ve topluma fayda sağlayacak projeleri değerlerimiz doğrultusunda hayata geçirmeye dikkat ediyoruz" diyor. Adel Kalemcilik, bu bakış açısıyla şimdiye kadar birçok projeyi yaşama geçirdi. Yaratıcı Çocuk Yaratıcı Beyin Seminerleri, Okul Tanıtım Ekibi, İz Bırakan Öğretmenler Online Platformu, Uzaktan Öğretimde Dijital Dönüş Eğitim Kursu bunlardan ilk akla gelenler. Şirket son olarak "Ebeveyn ve Öğretmenlerin Gözünden Çocukların Kelime Hazinesi" araştırmasını gerçekleştirdi. Bu araştırmadan yola çıkarak Prof. Dr. Selçuk Şirin ve ekibiyle birlikte "1500Kelime.com Platformu" hazırlandı.

Okuduğunu anlama kendini ifade etme

Hizaler, "1500Kelime.com Platformu hem literatürdeki en yeni uygulamalar hem de kapsamlı saha araştırma sonuçları temel alınarak hazırladı. Hedefimiz; okuduğunu anlayan, kendisini iyi ifade eden nesiller yetişmesine katkıda bulunmak" diyor. Araştırmada pek çok çarpıcı sonuç elde edilmiş. Örneğin, 10 ebeveynden yedisi okul öncesi çağındaki çocuklarının kelime hazinesini önemli bulurken, yalnızca üçü çocuğunun kullandığı kelime sayısının farkında. Öğretmenlerin ise, öğrenmeye yönelik çalışmaların birebir gözlemcisi olmalarından ötürü, çocukların kelime hazinesiyle ilgili farkındalıklarının ebeveynlere nazaran daha yüksek olduğu görülüyor. 10 öğretmenden dokuzu okul öncesi çağındaki öğrencilerinin kelime hazinesini önemli bulurken, yalnızca altısı çocuğun kullandığı kelime sayısının farkında. Hem ebeveynler, hem de öğretmenler çocuklarda kelime hazinesi gelişiminin en çok anlama ve anlatma, etkili iletişim becerileri, okul başarısı ve yaratıcı düşünce yeteneğini geliştirmesi yönünden yüksek

“50 yılı aşan tecrübemizle; hayallerini şekillendirmek, renklendirmek ve iz bırakmak isteyen herkesin hayatında olma vizyonuyla çalışıyoruz.”

EVRİM HİZALER, ADEL KALEMCİLİK GENEL MÜDÜRÜ

oranda etkili olduğunu düşünüyor. Araştırmaya göre; okul öncesi çocuklara yeni kelime öğretmeye yönelik yapılan aktiviteler konusunda öğretmen ve velilerin tercihleri büyük oranda ayrışıyor. Yeni kelime öğretmeye yönelik çocukla birlikte yapılan aktivitelerde ebeveynlerin tercihleri çizgi film, televizyon, şarkılar gibi medya kullanımı ağırlıklıyken öğretmenler oyun oynama, kelime kartları, kelimelerin tekrar edilmesi gibi daha interaktif yolları tercih ediyor. Bu veri, çocuklarının kelime hazinelerini geliştirmek ve zihinsel gelişimlerine daha fazla katkıda bulunmak için ebeveynlerin, çocuklarıyla evde daha fazla kaliteli ve interaktif zaman geçirmesi gerektiğine işaret ediyor. Ebeveynlerin yüzde 72’si okul öncesindeki çocuklarının kelime bilgisini yeterli bulmazken, öğretmenlerin yüzde 76’sı okul öncesi çocukların kelime hazinesinin gelişmesi gerektiğini belirtiyor. Araştırma sonucunda, sosyoekonomik olarak A, B grubunda yer alan ebeveynlerin çocuklarının kullandığı kelime sayısına yönelik farkındalık oranı yüzde 34 iken C1 ve C2 grubunda yer alan ebeveynlerin bu konudaki farkındalığı ise yüzde 23 olarak tespit edildi. Yani arada yüzde 11’lik önemli bir fark bulunuyor.

Okul öncesi zeka kelime hazinesi demek

New York Üniversitesi’nde akademisyen, yazar Prof. Dr. Selçuk Şirin ise, “Çocuklarımızın hayatlarında en fazla fark yaratacağımız dönem, okul öncesi dönemdir. Beyin gelişiminin yüzde 90’ı yine okul öncesi dönemde tamamlanıyor. Literatürde yer alan pek çok araştırma okul öncesinde çocukların kelime hazineleri ilerideki yaratıcılıklarını, okur-yazarlık becerilerini, matematik yeteneğini ve sosyal becerilerini önemli ölçüde etkilediğini gösteriyor. Okul öncesinde zekâ demek, kelime hazinesi demek. Bu yüzden her zaman ‘Her şeyi bırakıp okul öncesi döneme yatırım yapmalıyız” diyor. Ancak Türkiye’de 3-5 yaş okullaşma oranı son yıllardaki artışa rağmen hala yüzde 42.8 iken OECD ortalamasında bu oran yüzde 87.6!.. Şirin, “Maalesef bizim çocukların yarıdan çoğu beyinlerinin en hızlı geliştiği dönemde yeterli desteğe sahip değiller. Zaten elimizdeki en son veri olan 2018 yılı verilerine göre 3-5 yaş okullaşma oranının en düşük olduğu OECD ülkesiyiz. Erken dönemde kelime haznesini okul öncesi dönemde hem okulda hem de evde geliştiremeyen çocuklar bu açığı okulda maalesef çok zor tamamlıyor. O nedenle ben ısrarla çocuklarımıza okullarımızda ve özellikle ev ortamında zengin öğrenme fırsatı sunulmasını savunuyorum. 1500 Kelime Platformu işte bu ihtiyaca yanıt vermek için tasarlandı” diyor.

Özellikle pandemi sürecinde, çocuklar evden çalışan anne babalarını sürekli ekran önünde gördüklerini belirten Hizaler, “Burada ebeveynlere düşen sorumluluk; çocuğun ekran başında geçirdiği zaman dilimlerini belirlemek ve bu süreleri zihinsel ve bilişsel gelişimine olumlu katkı sağlayacak şekilde yönetmek. Ayrıca çocuklarının ekran karşısında da yaşlarına uygun, gelişimlerine katkı sağlayacak içerikleri izlemeleri hem zihinsel gelişimleri hem de kelime hazineleri için önemli” diyor. Peki, çocuklara daha fazla kelime öğretmek için neler yapabilir? Şirin şöyle yanıtlıyor: “Ebeveynlere zengin bir kelime dağarcığı ile konuşmalarını öneririm. Çocuğun anlayabileceği bir dille (çocuğun gelişimsel düzeyine uygun), bazen somutlaştırarak, konuşmayı monoton değil vurgu ve iniş çıkışlarla ilgi çekici hale getirerek konuşmaları daha faydalı olacaktır. Keza, küçük çocukların doğal olarak dikkat süreleri kısıtlıdır. Yeni kelimeleri öğrenirken dikkatlerini söylenene çekebilmek için somutlaştırmak, dikkat çekici hale getirmek gerekir. Konuşma dilinizde sürekli aynı kelimeler ile iletişim kuruluyorsa kullanılan kelimelerin eş anlamları ile konuşma diline yeni kelimeler katarak iletişim dili zenginleştirilebilir.

1500 KELİME .COM

ÜCRETSİZ BİR PLATFORM

1500Kelime.com Platformu, web sitesi ve mobil uygulamasındaki içeriklerde çocukların kelime hazinelerine toplamda 1500 kelime kazandırmayı hedefliyor. Tamamen ücretsiz bir proje. Platformdaki içerikler yalnızca kelime odaklı değil, MEB’in belirlediği temel kazanımları göz önünde bulundurarak ve farklı kelimelerin bağlamsal ilişkileri ele alınarak ve hikâyeleştirilerek kurgulandığı için 1500 kelimeden çok daha fazlasını sunuyor.



Onotio Genel Müdürü
Tarkan Süalp

GÜVENLİ DİJİTAL İLETİŞİME ODAKLANIYOR

Şirketler ile müşterileri arasında doğal, zahmetsiz ve güvenli dijital iletişim sunmayı hedefleyen Onotio, 2021 yılında Zscaler'le stratejik bir iş birliğine imza attı. Onotio bu iş birliği ile Zscaler'in "Zero Trust" çözüm ve hizmet portföyünün tamamını kendi veri merkezlerinden sağlamayı planlıyor.

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN hız kazanması güvenlik sorunlarını da beraberinde getiriyor. Güvenliğin her an dinamik ve kesintisiz olarak yönetilmesi gereken önemli bir unsur olduğuna dikkat çeken Onotio Genel Müdürü Tarkan Süalp ile güvenli dijital iletişim konusunda Onotio'da yapılan çalışmaları, Zscaler iş birliğinin detaylarını ve dijitalleşme süreciyle siber güvenlik konusunda alınması gereken tedbirleri konuştuk.

Onotio hakkında bilgi verebilir misiniz?
Eğitim hayatımı İngiltere'de tamamladıktan sonra kariyerime IBM'de başladım. Dünyanın önde gelen üç teknoloji şirketinde yönetici pozisyonlarında görev yaptıktan sonra, 2015 yılında Türkiye'ye döndüm ve Onotio'yu kurdum. Kariyerimin başlarında ağ ve iletişim alanlarında yoğun çalışıyordum. Dijitalleşmenin bir akım olarak tüm dünyada yaygınlaşmasıyla birlikte teknolojinin iş yaşamındaki kullanım alanları hem genişledi hem de derinleşti. Ben de çalışmalarımı uygulama yönetimi alanına yönelttim ve bu alanda dünyanın önde gelen firmalarından AppDynamics'in Türkiye temsilcisi olarak Onotio'yu kurdum.

Son yıllarda özellikle kurumların bulut gibi yenilikçi ortamları değerlendirmeleri ile birlikte uygulama yönetimi ve güvenlik alanındaki ihtiyaçlar da önem kazandı. Güvenlik artık her katmanda, her seviyede ve her an dinamik ve kesintisiz olarak yönetilmesi gereken en önemli unsur haline gelmiş durumda. Uygulama yönetimdeki elde ettiğimiz tecrübe ve başarı sonrası 2020 yılında bu konuda yatırım yapmaya başladık. 2021 yılı itibarıyla bu alanda dünyanın önde gelen markası Zscaler'le bir işbirliğine imza atmış bulunuyoruz.

Bu zamana kadar ne gibi projeleri hayata geçirdiniz?
Onotio olarak bugüne kadar finans ve bankacılıktan otomotive, kamu sektöründen enerjiye kadar geniş bir sektörel yelpazedeki lider şirketlere uygulama performans uzmanlığımızı sunduk. Ülkemizdeki 10 büyük bankanın altısı, e-ticaret sektörünün önde gelen

oyuncuları, otomotiv ve enerji gibi sektörlerin lider şirketleri Onotio'nun müşterileri arasında yer alıyor. Onotio olarak en büyük amacımız, tıpkı bir balığın su içerisinde yüzmesi gibi şirketlerin de müşterileriyle doğal, zahmetsiz ve güvenli bir dijital iletişime sahip olmalarını sağlamak. Yaptığımız öncelikli yatırımlarla, bu alanda en profesyonel ve bilgili ekibi oluşturduk. Halihazırda yolculuğumuzun altıncı yılında bu alanda açık ara lider konumdayız.

Hizmetlerini Onotio veri merkezi üzerinde sunacak olan Zscaler, 2020 Gartner Magic Quadrant'ta, Security Web Gateway kategorisinde tek lider konumunda.

Zscaler iş ortaklığı nasıl bir ekonomik yatırımın sonucu?
Zscaler, dünyanın farklı bölgelerinde 120'nin üzerinde veri merkezi bulunan, alanının lider firmalarından biri. Türkiye pazarı içinse kendileriyle yapmış olduğumuz stratejik iş ortaklığı sonrasında yatırımın yüzde 100'ü Onotio tarafında karşılanarak bugün Zscaler'in dünyanın her yerinde sunduğu ZERO TRUST çözüm ve hizmet portföyünün tamamını kurumlara yedekli olarak İstanbul ve İzmir'de yerleşik olan veri merkezlerimizden sağlıyoruz. Onotio'nun bu yatırımı, ülkemizde bu alanda yapılmış en büyük yatırımlardan biri. Ciddi bir donanım yatırımının yanı sıra yüksek hizmet performansını sağlama adına uzman bir ekip kurduk. Ekibimiz, mevzuat uyumluluğundan 7/24 operasyonel desteğe kadar geniş çeşitlilikte hizmetler sunacak.

Siber güvenlik konusunda kurumlar ne gibi yatırımlar yapmalı, bu yatırımı yapmamaları durumunda verileri tehlikeye girdiğinden nasıl bir ekonomik sıkıntıyla karşılaşıyorlar?
Her şirket dijital bir işletme olma yolunda ilerliyor. Geleneksel verilerin yanı sıra, yapay zekâ ve diğer veri oluşturma araçlarıyla oluşturulan veriler birçok şirketin en değerli kaynağı haline geldi. Çalışanların ofis dışından ve çeşitli cihazlar aracılığıyla çalıştıkları kuruma veya kurumun bulut üzerindeki iş, uygulama ve servis sağlayıcılarına bağlanmaları çeşitli riskleri beraberinde getiriyor. Zero Trust/ Sıfır Güven mimarisi, kuruluşların kendi çevreleri içinde veya dışında hiçbir erişime otomatik olarak güvenmemesi ve bunun yerine erişim izni vermeden önce sistemlerine bağlanmaya çalışan her cihazı ve kimliği doğrulamaya odaklı bir güvenlik kavramını getiriyor. Şirketler kurumsal veri merkezlerinden bulut mimarilerine geçerken, bulut güvenliğini "sıfır güvenlik-zero trust" güvenlik politikası ile sağlayabilecek.

Böyle bir servisi kullanmanın kurumlara kısa – orta ve uzun vadede nasıl bir avantaj sağlayacaklar, onları ne gibi ekonomik maliyetlerden kurtaracak?
Güvenlik günümüzde kurumlar açısından ciddi bir maliyet ve işgücü sorunu. Günün ve gecenin her anında kontrol ve denetim için ciddi bir disiplin ve işgücü maliyetini üstlenmek gerekiyor. Zscaler'ın Zero Trust platformuna geçildiğinde kurumlar dünyanın en güvenilir teknolojisine sahip oluyor ve ilk günden itibaren donanım ve donanıma bağlı denetim, kontrol ve yönetim maliyetlerini minimum seviyeye indiriyor. Tüm bu hizmetlerin abonelik modeliyle sunulması kurumlara finansal esneklik sağlarken, güvenlik ekipleri de daha verimli bir şekilde çalışabiliyor.

Kurumların dijitalleşme süreçleri boyunca ne gibi aksaklıklarla karşılaşıyorlar, nelere dikkat etmeliler ve siz ne çözüm sunuyorsunuz?
Bu alandaki en kritik konuların başında güvenlik geliyor. Özellikle içinden geçtiğimiz pandemi süreciyle birlikte kurumların dijital dönüşüm çabaları hızlandı. Bu durumda güvenliğe daha fazla özen gösterilmesini beraberinde getiriyor. Günümüzde geleneksel sistemlerle güvenliği verimli bir şekilde yönetmek mümkün değil. Uzaktan çalışma trendinin de ötesinde hizmet altyapıları artık bulut yapılarında ölçeklenebilen mimarilere taşınıyor. Geleneksel güvenlik sistemleri kurumsal dayanıklılıktan kârlılığa kadar pek çok boyutta yenilikçi yapılara uyumsuz. Bu yeni yapıda tüm güvenlik unsurlarının ispat edilmiş ve güvenilir tek bir tabandan yönetimine ihtiyaç duyuluyor.



PERAKENDE

Kahve Odaklı Gelecek Planları

Gelecek dönem için yatırımlarını kahve odaklılık ve dijitalleşme üzerine planlayan Tchibo Türkiye, mağaza ve yeni konsepti Tchibo Barista sayılarını artırmaya yönelik de çalışmalarına devam ediyor. Tchibo ayrıca sürdürülebilirlik ve çevre konularını önceliğine alarak bu alanda iş birlikleri geliştirip, projelere dahil oluyor.

BEGÜM NUR ALKIŞ



Tchibo Türkiye Genel Müdürü Hasan Ulutürk

SÜRDÜRÜLEBİLİR ve kârlı büyüme hedefleri için teknolojik dönüşüme hızlı adapte olabilmek önemli. En büyük 250 perakende şirketinin ortalama şirket büyüklüğünün 19,4 milyar dolara yükseldiğini açıklayan Deloitte Perakendenin Küresel Güçleri 2021 raporuna göre, pandemiyle perakendecilikte mağaza içi alışverişteki düşüş, online alışverişteki keskin artışla kısmen de olsa dengelendi. Perakende sektörünün oldukça rekabetçi bir sektör olduğunu söyleyen Tchibo Türkiye Genel Müdürü Hasan Ulutürk, önümüzdeki süreçte online perakendeciliğin giderek daha da yaygınlaşacağını öngörüyor. Özellikle akıllı otonom sistemler, nesnelerin interneti, yapay zeka gibi teknolojik ve inovatif gelişmelerin sektörü domine edeceğini belirterek, gelişen teknolojiler ve trendlerin yanında müşteri memnuniyetinin her zaman ön planda tutulması gerektiğinin de altını çiziyor.

Dijitalleşmenin ve bu alana yapılan yatırımların ne denli önemli olduğunun pandemiyle bir kez daha anlaşıldığını belirten Ulutürk, bu süreçte satış kanallarının ve ürün kategorilerinin çeşitliliğinin Tchibo Türkiye'ye avantaj sağladığına dikkat çekiyor. Pandeminin ilk döneminde online kahve satışlarını bir önceki yıla oranla üç kat artıran Tchibo Türkiye, müşteri trafiğinde ise yaklaşık yüzde 30'luk bir artış yakalıyor. Tchibo online mağaza verilerine göre, pandemi sürecinde özellikle kahve, kahve makineleri, mutfak ve spor ekipmanlarına yönelik taleplerde artışlar görülüyor.

Tchibo Türkiye satış kanallarındaki büyüme hedefleri doğrultusunda, mağaza ve online kanallara yatırımın yanı sıra kahve ile ilgili iş ortaklıkları geliştirmeye de devam ediyor. Daha fazla çeşitte kahve ürünleriyle yer aldığı CarrefourSA ile olan iş birliklerinin geçen yılın öne çıkan gelişmelerinden biri olduğunu belirten Ulutürk, Petrol Ofisi ile yapılan benzin istasyonlarındaki sıcak kahve satışı iş birliğinin ise 2020'nin en önemli projeleri arasında yer aldığını sözlerine ekliyor. Markanın özgün bir kahve deneyimi sunma hedefiyle, yeni kahve barı konsepti Tchibo Barista mağaza yatırımları ise sürüyor. Akaretler ve Bahariye olmak üzere İstanbul'da şu an iki Tchibo Barista konsepti bulunuyor.

Mayıs ayı içinde Bağdat Caddesi'ndeki üçüncü Tchibo mağazasını açan

Olimpiyat meşalesini yarınlara taşıyan sporcularımızın yolu açık olsun.

TEAM PARİBU



Berfe Sancak
Milli Atlet

İlke Özyüksel
Milli Modern Pentatlet

Sertaç Şanlı
Milli Basketbolcu

Eda Erdem
Milli Voleybolcu

Ahmet Önder
Milli Jimnastikçi

Nida Eliz Üstündağ
Milli Yüzücü

Dilara Uralp
Milli Rüzgar Sörfçüsü

App Store'dan İndirin

Google Play 'DEN ALIN

Yarının dünyası bu. PARİBU



“Tchibo’nun hedefleri arasında, satış kanallarının ve iş birliklerinin genişletilmesi yer alıyor.”



marka, kahve severlerle daha fazla noktada buluşmak ve satış kanallarını büyütmek için projeler geliştiriyor. Çeşitli iş birlikleri ve konseptlerle Tchibo kahvelerini farklı kanallardan tüketicilere ulaştıracaklarını açıklayan Ulutürk, “Bu projelerimize en güzel örneklerden biri de yeni atıştırmalık barımız Tchibo Coffee Break. Kahvenin merkezde olduğu, lezzetli ve yüksek besin değerine sahip bir ürün geliştirdik. Yeni lezzetimiz çok sevildi, müşterilerimizden güzel dönüşler alıyoruz” diyor.

Markanın gelecek dönem büyüme stratejileri, kahve odaklı yatırımlar üzerine kurulu. 2021 yılı için kahve odaklı dağıtım ve satış kanalı yatırımlarının, hız kesmeden devam etmesi planlanıyor. Ulutürk, “Yatırımlarımızda Migros, Macrocenter, Metro CarrefourSA, Çağdaş, Onur, Mopaş gibi market zincirleri ile İstegelsin, Trendyol, gittigidiyor, hepsiburada online satış kanallarında geniş kahve ürün portföyümüzle bulunuyoruz. Petrol Ofisi, Media Markt, Arçelik ile iş birliklerimiz var” diyor.

Kahveyi sürdürülebilir tarım yöntemleriyle yetiştiriyor

Kahvelerin geldiği ülkelerdeki farklı projelerle, doğayı korumayı ve kahve çiftçileri ile aileleri için daha iyi yaşam koşullarını sağlamayı amaç edinen Tchibo’da, sürdürülebilirlik adına yapılan faaliyetler markanın temel öncelikleri arasında. Bugüne kadar 50 binden fazla kahve çiftçisini Tchibo Joint Forces programına dahil ettiklerini ve Rainforest Alliance, Fairtrade, UTZ tarafından da sertifikalandırdıklarını söyleyen Ulutürk, “Sürdürülebilir tarım yöntemlerine geçiş ve pestisit veya kimyasal gübrelerin kullanılmaması ile toprak verimliliği veya iklim değişikliği gibi konularda oldukça hassasız” diyor ve ekliyor: “Tekstil ürünlerimizde de organik pamuk tercih ediyoruz. Tchibo olarak dünyanın en büyük organik tekstil tedarikçisiyiz.” Marka ayrıca ekolojik bir üretimin temelini geri dönüşümün oluşturduğu fikrinden yola çıkarak, yüzde 100 naylon atığı ve geri dönüştürülmüş PET şişelerden oluşan yeniden üretilen “ECONYL” naylon gibi kaynakları da kullanıyor.

Tchibo’nun Türkiye’de ise Büyük Menderes Nehri projesi için yürüttüğü çalışmaları bulunuyor. Büyük Menderes Nehri’nin Türkiye’deki en fazla kirletilmiş nehirlerden biri olduğunu söyleyen Ulutürk, Türkiye’nin deri üretiminin yüzde 40’ına, ihracat için yapılan tekstil üretiminin yüzde 60’ına ve pamuk üretiminin ise yüzde 14’üne ev sahipliği yaptığına değiniyor. Irmak havzasında biyolojik çeşitlilik ve su seviyesi düşerken, su kalitesi de bozuluyor. Bu sebeple, WWF tarafından başlatılan su idare projesine 2019 yılında dahil olan Tchibo, bu alanda çevre ve sürdürülebilirlik faaliyetlerine devam ediyor.



Kigiligiyim

Kigili.com



GOSB Teknopark Blink TTO Direktörü Tolga Bildirici

TEKNOLOJİ

Blink UK, Startup'ları Küresel Pazarlara Hazırlıyor

GOSB Teknopark Blink TTO Direktörü Tolga Bildirici, Bink TTO ile sanayinin ihtiyacını analiz ederek katma değer verimliliğini ortaya çıkarmayı hedeflediklerine dikkat çekiyor.

BLINK, 2016 YILINDA GOSB Teknopark'ta bulunan teknoloji firmalarının ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yeniden yapılandırılmış yeni nesil teknoloji transfer ofisi olarak dikkat çekmişti. GOSB Teknopark Blink TTO Direktörü Tolga Bildirici, Blink TTO'nun yola çıkış amacını anlatırken; "Gerek GOSB Teknopark geçmişimizde gerekse Blink TTO geçmişimizde gördük ki, startup'ların çok önemli üç sorunu var: Bunlardan ilki Batı Avrupa ülkelerinin firmalarına göre çok daha düşük katma değer sağlamaları, diğeri bazı ülkelerde pazara girişte Türkiye'den olmaları sebebiyle gereğinden büyük bariyerler ve haksız rekabet ile karşılaşmaları ve son olarak da ihracat yapmanın hem zaman hem de maliyet olarak kolay süreçler olmaması. Biz de öyle bir yapılanma yapmalıydık ki hem firmalar buradaki odaklarını bozmasın hem düşük maliyetli olsun hem de dünyaya açılan önemli bir kapı olsun. Bu üç kriterin yan yana gelmesi Blink UK'nin kuruluşunu gündeme getirdi. Blink UK başta Türk şirketleri olmak üzere tüm dünyadaki şirketlerin Birleşik Krallık pazarına erişimini en hızlı ve en etkili şekilde sağlamak üzere yola çıktı" diyor.

Blink TTO ile İngiltere'de uçtan uca yapılanma, sanal ofis, temsilcilik ve satış ofisi imkânı, satışa hazırlık ve satış süreçleri ile Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin sunduğu teşvikler gibi hizmetler veriliyor. Bununla birlikte ihracat kapasitesini artırmaya yönelik satış danışmanlığı ile İngiltere pazarındaki kültürel farklılıkların önündeki engeli kaldırmak üzere yerelleşme danışmanlığı hizmetleri de sunuluyor. Bildirici, programdan yararlanmadan önce, firmalarla bir araya gelerek, ürünlerin uygunluğu, satılabilirliği veya satılabilmesi için başka ihtiyaçların (sertifika vs.) olup olmadığı gibi detayları değerlendirdiklerini söylüyor. Herhangi bir bağlayıcılığı olmayan bir ön toplantı yaptıklarını ve firma hem uygun hem de hazır ise bir sonraki kademeye geçtiklerinin altını çiziyor.

Bildirici, ülke olarak neden İngiltere sorusuna ise şu cevabı veriyor: "İngiltere'de güçlü bir ekosistem mevcut. Sadece Londra'da değil, İngiltere'nin birçok şehrinde hem genel hem de belirli alt sektörlerde uzmanlaşmış teknoloji kümeleri var. Ayrıca İngiltere'nin bu alandaki en büyük avantajlarından biri, iyi yetişmiş iş gücü. Dünyanın en iyi on üniversitesinden dördü İngiltere'de. Teknoloji alanında öne çıkmış birçok başka üniversite de mevcut. Dünyanın en büyük finans merkezlerinden biri. Londra, bugün Silikon Vadisi'nden sonra teknoloji yatırımlarını en fazla finanse eden yer. Londra Borsası dışında çok gelişmiş bir girişim/risk sermayesi ve melek yatırımcı ağı mevcut. 2018'de sadece Londra şehri; Almanya, Fransa ve İsviçre'nin ülke olarak tamamından fazla fonlama yaratabilmiş durumda. Tüm bunlar İngiltere'yi avantajlı konuma yükseltiyor. Güçlü avantaj aynı zamanda rekabeti de beraberinde getiriyor."

Bildirici bu rekabet ortamında Blink UK teknoloji ofisi ile girişimcilere destek olduklarını söylüyor. Özellikle kültürel yeterliliğin nasıl geliştirileceği konularında yardımcı olacak fikirler ve küresel pazarlara nasıl uyum sağlanabileceği konularında yerelleşme ve uluslararasılaşma konularında hizmet verdiklerine değiniyor. İngiltere'de şirket kurmak isteyenlere uçtan uca deneyimi ile destek sağladıklarını ve Haziran ayında başlayacakları yeni eğitim programıyla da bu hizmetlerin katma değerini artıracaklarının bilgisini paylaşıyor.

Tam Katılım

Sağlık Sigortasıyla

Sağlığınızın Güvencesi Tam!

SGK anlaşmalı özel hastanelerde alacağınız sağlık hizmetlerinden fark ücreti ödemeden faydalanın.



Ayakta ya da yatarak tedavi giderlerini **%100 karşılar***

Ödenen primleri **vergi indiriminde** kullanma imkanı

Ücretsiz kara ambulansı hizmeti**

Kuveyt Türk Katılım Bankası, Albaraka Türk Katılım Bankası, Emlak Katılım Bankası ve Katılım Emeklilik acentelerimizde bekliyoruz.

*Yatarak tedavilerde sınırsız, ayakta tedavilerde ise yılda 8 kez olmak üzere %100 karşılar. **Acil durumlarda geçerlidir.

Katılım Sağlık

Sağlıklı gelecek bugün başlar

Katılım Emeklilik ve Hayat A.Ş. markasıdır.

0850 226 0 123

www.katilimemeklilik.com.tr

/katilimemeklilik /katilimemek

/katilimemeklilik /katilimemeklilik

Katılım Cep uygulamasını indirmek için QR-Code'u okutun.

Google play

App Store



ESCON Enerji Genel Müdürü Onur Ünlü

ENERJİ

İşletmelere Enerji Verimliliği Sağlıyor

ESCON Enerji Genel Müdürü Onur Ünlü, "İşletmelerin enerji yönetimine destek olarak ülkemizin enerji verimliliğini artıyoruz" diyor. Şirket bu doğrultuda şimdiye kadar 1.100 enerji etüdü, 1.300 sistem çözüm uygulaması ve 400'ün üzerinde danışmanlık-projelendirme hizmeti sundu. **ERSAN TAYLAN ÇIPLAK**

2000'Lİ YILLARIN BAŞINDA dünya genelinde bir yandan enerji talebi hızla artarken diğer yandan da enerji verimliliği pazarı büyüyordu. Bu dönemde yüksek lisans eğitimim için İngiltere'de bulunan Onur Ünlü, danışmanların işletmelere sağladığı faydaları görüyor. Bunun yanı sıra gelişmiş ülkelerdeki enerji verimliliği pazarının ana oyuncularının enerji hizmet şirketleri (ESCO) olduğunu gözlemliyor. Bu birikimlerinden yola çıkan Ünlü, 2004 yılında ESCON Enerji'yi kuruyor.

"VERİMLİLİK ARTIŞI SAĞLIYORUZ"

ESCON Enerji, Türkiye'nin ilk ve tek enerji hizmet şirketi (ESCO) olarak faaliyetlerine başladı. 2009 yılından bu yana da faaliyetlerini sanayide yetkili enerji verimlilik danışmanlık (EVD) şirketi olarak sürdürüyor. Şirketin sunduğu hizmetler üç ana başlık altında toplanıyor. Enerji Mühendislik Hizmetleri kapsamında, detaylı ve yatırım odaklı enerji etütleri, enerji yatırımı ve yönetim danışmanlık hizmetleri bulunuyor. Sistem Çözümleri ile performans garantili anahtar teslim hizmet veriliyor. Verimlilik artıcı projelerin finansmanını ise Enerji Performans Sözleşmeleri hizmeti altında sağlıyor.

ENDÜSTRİYEL İŞLETMELERE HİZMET

Ünlü, "ESCON olarak hem işletmelerimizin enerji yönetimine destek olmak hem de ülkemizin enerji verimliliğinde dünyanın üst sıralarında yer almasına katkı sunmak üzere hizmetlerimizi sürekli geliştiriyoruz. İşletmeleri enerji verimliliği çözümleri ile tanıştırmaya odaklanıyoruz. Bugüne kadar yapmış olduğumuz 1.100'ün üzerinde enerji etüdü, 1.300'ün üzerinde sistem çözüm uygulaması, 400'ün üzerinde danışmanlık-projelendirme hizmeti ve 25 Enerji Performans Sözleşmesi ile sürece katkıda bulunduk" diyor. Şirket, ülkemizin yanı sıra bugüne kadar Avrupa'dan Güney Asya'ya uzanan bir coğrafyada, toplam 12 ülkede hizmet verdi. Ünlü, "Yurtdışında açtığımız ve açmayı planladığımız ofislerimiz ile de buna devam ediyoruz. Sağlıktan gıdaya, beyaz eşyadan otomotive kadar pek çok farklı sektörde faaliyet gösteren endüstriyel işletmeler için proje üretiyoruz. PepsiCo ve Lactalis'in global tedarikçisi konumundayız. Şişecam'a da hem yurtiçi hem de yurtdışı fabrikalarında hizmet veriyoruz" diyor.

PAZAR LİDERİ KONUMUNDA

Enerji verimliliği yönetimi, işletmelerin uzun soluklu bir program olarak düşünmesi ve sabırla yönetmesi gereken bir süreç olduğunu vurgulayan Ünlü, "Bu sürecin ilk adımı olan "Enerji Tasarrufu"; üretim kalitesi ve konfor şartlarından ödün vermeden iklimlendirme ayar noktalarının optimize edilmesi, gereksiz aydınlatmanın kapatılması veya bakım faaliyetleri ile kayıpların önüne geçilmesi gibi davranışsal iyileştirmeler ile israfın önüne geçmeyi hedefler. İkinci adım ise "Enerji Verimliliği"dir. Enerji tasarrufu ile önüne geçtiğimiz enerji israfı enerji tüketimini azaltır. Ancak tüketimi minimize etmek için enerji verimliliği yatırımları ile yeni teknolojili ve yüksek verimli ekipmanlara yatırım yapılması gerekir" diyor. Gerçekleştirdikleri projeler ile işletmelerin enerji maliyetlerini ve karbon salımlarını azaltmalarına da katkı sağladıklarını belirten Ünlü, "Sunmuş olduğumuz üç hizmet grubunda da rekabet avantajına sahibiz. Örneğin 2008'de Türkiye'nin ilk Enerji Performans Sözleşmesi'ni biz gerçekleştirdik. Günümüz itibarıyla da yaptığımız sözleşme sayısı itibarıyla sektörde açık ara lider konumundayız" diyor.

HALKA ARZ

Suwen, Üç Koldan Atağa Hazırlanıyor

Kadın iç giyim, ev giyim ve plaj giyim pazarlarında faaliyet gösteren Suwen, halka arz sürecini başlattı. Suwen Genel Müdürü Ali Bolluk, "Türkiye'den özgün, kendine güvenen Türk kadınını temsil eden bir dünya markası çıkarmayı hedefliyoruz. Bu hedefe ulaşmamızı sağlayacak yatırımlara kaynak yaratmak amacıyla halka arz kararı aldık" diyor. **ERSAN TAYLAN ÇIPLAK**



Suwen Genel Müdürü Ali Bolluk

SUWEN İZAHNAME onayı için Sermaye Piyasası Kurulu'na (SPK) başvurdu. SPK ve Borsa İstanbul'un onaylarına bağlı olarak halka arzın 2021 yılının ilk yarısında tamamlanması hedefleniyor. Suwen Genel Müdürü Ali Bolluk, "Bu halka arz kapsamında ortak satışı ve yeni pay ihracı ile birlikte halka arz edilecek payların ek satış dahil şirket sermayesinin yaklaşık yüzde 49'u seviyesine ulaşmasını hedefliyoruz. Ortak satışımız, Taxim Capital ve az miktarlarda olacak şekilde şahıs ortaklar tarafından yapılacak" diyor. Şirket olarak ayrıca, 1.200.000 adet yeni pay ihraç etmeyi hedefliyor. Bolluk, bu ihraç sonrası elde edilecek kaynağı, şirketin büyüme planlarını finanse etmek için kullanacaklarını söylüyor. Halka arz sürecinde elde edilecek sermaye ağırlıklı olarak yatırımların ve işletme sermayesinin finansmanında ve finansal borçların azaltılarak finansal yapının güçlendirilmesi yönünde kullanması planlanıyor.

BÜYÜME PLANLARI

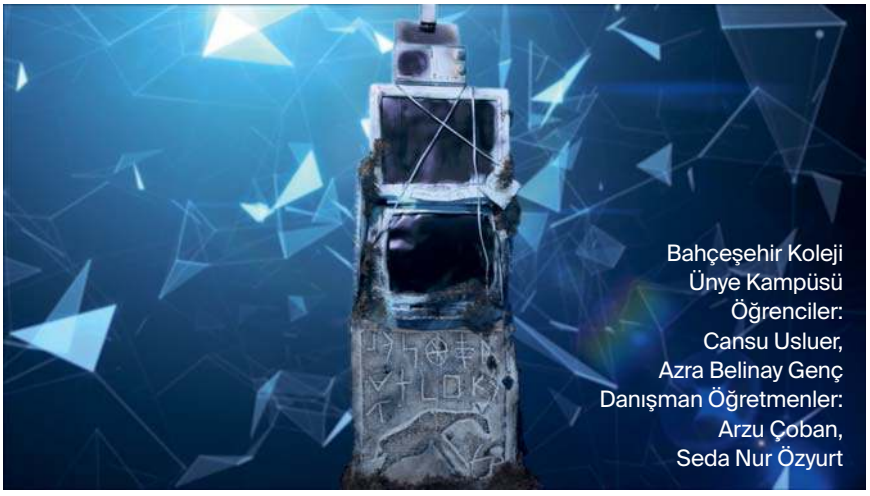
Bolluk, "Büyüme sağlamak için 2017 yılından itibaren yurtiçinde perakende faaliyetlerine daha fazla odaklanmaya karar verdik ve bu strateji ile bire bir gelirlerimizi (like-for-like revenue) arttırmayı hedefledik. Pandemi döneminde de koruduğumuz bu eğilimi geleceğe de taşımayı hedefliyoruz. İlerleyen zamanda yeni ülkelere açılma planı da yapıyoruz" diyor. Bu doğrultuda Ortadoğu ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yanı sıra Rusya, Ukrayna ve Kazakistan ile Doğu Avrupa Bölgesi'nde Romanya, öncelikli hedef pazar olarak belirlediğimiz ülkeler arasında. Orta Doğu ve Körfez Bölgesi ana hedef pazarımız" diyen Bolluk, "Orta-uzun vadede Doğu Avrupa, Kuzey Afrika, Orta Asya, Türk Cumhuriyetleri ve Rusya da hedef pazarlarımız arasında. Romanya'da kurmuş olduğumuz şirketimiz üzerinden de Avrupa pazarına açılmayı planlıyoruz. Orta vadede seçici bir yaklaşımla yeni pazarlarda perakende ve toptan satış kanalları kurabileceğimizi düşünüyoruz" diyor. Şirket tüm bunların yanı sıra e-ticaret kabiliyetlerini uluslararası alanda da geliştirmeyi planlıyor. ■

ÇALIŞANLARIN YÜZDE 90'I KADIN

Suwen 2003'te İstanbul'da kuruldu. 2005'te çok bölümlü mağazalarda satışa başlayan şirket, 2007'de kendi markasıyla ilk mağazasını açtı. 2017'di özel sermaye yatırım fonu olan Taxim Capital ile ortak olarak kurumsallaşma yönünde önemli bir adım attı. 35 ilde 111 mağazası bulunan şirketin 573 çalışanı var. Çalışanların yüzde 90'ı kadınlardan oluşuyor. Deloitte 2020 Sektör Raporu'na göre iç giyim mağaza zincirleri arasında sektördeki en büyük beş marka içinde mağaza sayısı artışına göre Türkiye'nin en hızlı büyüyen kadın iç giyim perakende markası konumunda.

DÜNYANIN İLK DİJİTAL STEM+ SANAT BİENALİ GERÇEKLEŞİYOR

Bahçeşehir Koleji tarafından 2017 yılından bu yana gerçekleştirilen STEM+ Sanat Bienali'nin üçüncüsü, 19 Mayıs- 19 Haziran 2021 tarihleri arasında dijital platformda gerçekleşiyor. "www.stemsanatbienali.com" adresinden izlenebilecek bienalin bu yılki teması "Dijital Dönüşüm ve Yaşam" olarak belirlendi. Bienal, dünyada tüm süreçleri dijital olarak yürütülen ilk "STEM+ Sanat Bienali" olma özelliğini taşıyor.



Bahçeşehir Koleji Ünye Kampüsü Öğrenciler: Cansu Usluer, Azra Belinay Genç Danışman Öğretmenler: Arzu Çoban, Seda Nur Özyurt

COVID-19 pandemisi nedeniyle yaşamın her alanında yaşanan dönüşüm, lise öğrencileri tarafından Bahçeşehir Koleji 3. STEM+ Sanat Bienali'nde "Dijital Dönüşüm ve Yaşam" başlığıyla masaya yatırılıyor. Küratörlüğünü Doç. Dr. Ebru Yetişkin'in yaptığı bienalde yer alan 21 eser; "Siborglaşma", "Yaşam Sanatı" ve "İleri Dönüşüm" olarak üç tema altında sergileniyor. www.stemsanatbienali.com adresinden 19 Mayıs-19 Haziran tarihleri arasında izlenebilecek bienal kapsamında ayrıca öğrencilerin eserlerine dair röportajları ile sanatçılar Candaş Şişman, Ayşe Gül Süter, Pınar Akkurt, Bager Akbay ve Dr. Kürşad Özdemir'in de kendi çalışmaları üzerinden STEM ve sanat birlikteliği, günümüz sanatı ve üretimi üzerine bienal özelinde verdikleri röportajlar da yer alıyor. Bienale dair tüm çalışmalar Bahçeşehir Kolejinin https://www.youtube.com/bahcesehirkoleji adresindeki resmi YouTube hesabı üzerinden süresiz olarak izlenebilecek.

2017 yılından bu yana düzenlenen STEM+ Sanat Bienali bu yıl ilk kez bağımsız bir küratörle gerçekleşiyor. Bienalin küratörlüğünü, İstanbul Teknik Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Ebru Yetişkin üstleniyor. Bilim, sanat ve teknoloji eksenindeki çalışmaları ile de bilinen Yetişkin, yeni medya kültürünü eleştirel bir yaklaşımla inceliyor. Doç. Dr. Ebru Yetişkin, bienalin akademik altyapısının oluşturulmasından çalışmaların gerçekleştirilmesinde öğretmen ve öğrencilere rehberlik yapmaya, dijital ortamda gerçekleşen bienaldeki eserlerin prodüksiyon süreçlerinden serginin görsel dilinin tasarımına dek her alanda katkıda bulunduğu STEM+ Sanat Bienali'nin Türkiye'deki günümüz sanatı açısından çok önemli bir yeri olduğunun altını çiziyor. Bienal Küratörü Doç. Dr. Ebru Yetişkin ile Bahçeşehir Koleji 3. STEM+ Sanat Bienali'ni konuştuk.

Bahçeşehir Koleji tarafından düzenlenen STEM+ Sanat Bienali'nden kısaca bahseder misiniz? Sizi bu projeye katılmaya teşvik eden itici güç ne oldu?
2017 yılından bu yana Bahçeşehir Koleji tarafından STEM eğitimiyle sanat pratiklerini buluşturmak, öğrencilerin deneyerek, birlikte çalışarak ortaya çıkardığı eserlerle bu deneyimi aktarmalarını sağlamak için düzenleniyor. 3'üncü düzenlenen bienalin bu yılki teması "Dijital Dönüşüm ve Yaşam". Pandemi nedeniyle içinde bulunduğumuz koşullarda herkes fazlasıyla bunaldı ve hepimiz yaşamın ne olduğunu dair hem çeşitli sorgulamalara giriştik hem de daha iyisinin ne olabileceğine dair hayaller kurduk. Dijital Dönüşüm ve Yaşam, hayatımızda yepyeni şeylerle tanışmamıza neden oldu. Bunlardan biri de virüs. Virüsle beraber hayatımızın çeşitli alanlarında bambaşka değişiklikleri kucaklamak durumunda kaldık. Dijital teknolojiler hem bilim hem mühendislik alanı hem matematik ve sanat


Doç. Dr. Ebru Yetişkin

acaba bizim hayatımıza nasıl yenilikler getiriyor? Bienalde bunu sorguladık.

Bu sorgulamalarla birlikte ortaya çıkan eserlerle bütün olarak STEM+ Sanat Bienali, günümüz sanatının ne olduğuna dair kavrayışımızı değiştiriyor. Öğrencilerin özellikle bilim, teknoloji, mühendislik, matematik gibi alanlardan beslenerek sanat üretimi yaptığını görüyoruz bu bienalde; bu da zaten günümüz sanatını tanımlayan en önemli unsurlardan bir tanesi. Dolayısıyla öğrenciler, ilerde sanatçı olmayı seçmeseler dahi bir yandan da bilim, teknoloji, mühendislik gibi alanlarda çalışarak da nasıl sanat yapabileceklerini gördüler. Bugün günümüz sanatı açısından bakarsak biyoloji laboratuvarındaki olanakları kullanarak da sanat yapmak mümkün, bir laptop'ta herhangi bir algoritmayı kullanarak da sanat yapmak mümkün. Eskisi gibi bir stüdyoda kendi hayallerinize dalarak bir sanat üretimi yapmaktansa tam aksine araştırma odaklı, deney odaklı, gözlem odaklı ve kolektif çalışma odaklı bir sanat kavrayışı çıkıyor bugün karşımıza. STEM+ Sanat Bienali de önümüzdeki yıllarda daha fazla deneyimleyebileceğimiz bir sanat kavrayışını bütün Türkiye'ye bu şekilde tanıtmaya katkıda bulunuyor. Bu projeye katkı sunmamın en büyük nedenlerinden biri de bu oldu. Değişen toplumsal yaşama ve gelecek tasarımına yön verecek duygu ve düşünceleri pekiştirmeyi amaçlayan 3. STEM+ Sanat Bienaline rehberlik etmek benim açımdan da çok mutlu edici bir serüvendi.

Eserler üç tema altında toplanıyor, bu temaları açar mısınız?

Eserleri ortaya çıkarırken öğrencilerimizin eserleri ile sormak istediği sorulardan ve öğrencilerimizin önerilerinden yola çıkarak üç farklı tema ortaya çıktı. Bunlar; "Siborglaşma", "Yaşam Sanatı" ve "İleri Dönüşüm" olarak bienal eserlerinin üç ana temasını oluşturdu.

Bu temalardan biri "Siborglaşma" idi. Siborg, biyolojik olanla dijital olanın aynı bedende birleşmesi demek. Bugün bizim bedenlerimiz de değişiyor aslına bakarsanız. Dijital teknolojileri kullanarak bedenimizi ve zihnimizi bambaşka bir şeye dönüştürüyoruz. Siborglaşma teması altında bedenimizi, insanı ve insanlık odaklı zihniyeti bugün nasıl değiştirdiğimizi sorguladık.

İkinci tema ise "İleri Dönüşüm" temasıydı. İleri dönüşüm temasında da iki şeye odaklandık; geleceği hayal etmek ve dijital araçların gelecekte dönüşümle nasıl şekillendirilebileceği. Bu eserler hem geleceği nasıl tasarladığımızı, nasıl hayal ettiğimizi bize anlatıyor hem de ileri dönüşüm değil de hali hazırda kullandığımız dijital araçlar atık haline geldiğinde acaba onlara yeniden nasıl işlev kazandırabiliriz sorusunu gündemimize getiriyor. Bu tema altında biz de bunun deneylerini yaptık. Doğal robotlar, akıllı evler veya insan bedeninin nelerle dönüşebileceğini sergiledik.

Üçüncü temamız ise "Yaşam Sanatı". Yaşam sanatında iki şeye yine odaklandık. Bunlardan biri ve belki de serginin en önemli kısımlarından bir tanesi; yaşamımızın kendisinin bir sanat eseri olarak nasıl kurgulanabileceğiyle ilgili sorgulamalar yapmak. Yaşamın ne kadar kıymetli bir şey olduğunu, yaşamda kalabilmenin, kendini canlı hissedebilmenin ne kadar kıymetli olduğunu anladığımız bu dönemde yaşam sanatı teması altındaki eserler bu duyguyu, bu heyecanı yeniden hissettiriyorlar. Yaşam sanatı teması altındaki bazı eserler ise biyolojinin olanaklarını kullanarak yaşam, ölüm, çoğalma gibi bize ve yaşama dair süreçleri sorguluyorlar. Mesela DNA gibi yaşamın ta kendisini meydana getiren unsurları kullanan eserler var.

BAHÇEŞEHİR KOLEJİ GENEL MÜDÜRÜ ÖZLEM DAĞ: "BİENALİN ÖĞRENCİLERİN PSİKOLOJİSİ, DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN YAŞAMDAKİ YANSIMALARINA BAKIŞI VE GELECEĞE DAİR TASARILARI AÇISINDAN SÖYLEYECEK PEK ÇOK SÖZÜ VAR."


Bahçeşehir Koleji Genel Müdürü Özlem Dağ

Bu yıl, pandeminin getirdiği zorluklar nedeniyle eğitimin de büyük oranda dijital platformlardan gerçekleştiğini vurgulayan Bahçeşehir Koleji Genel Müdürü Özlem Dağ, "Dijital Dönüşüm ve Yaşam" başlığı altında düzenlenen bienalin öğrencilerin psikolojisi, dijital dönüşümün yaşamdaki yansımalarına bakışı ve geleceğe dair tasarıları açısından söyleyecek pek çok sözü olduğunun altını çiziyor. Genel Müdür Özlem Dağ sözlerine şöyle devam ediyor: "Türkiye'nin dört bir yanında bulunan kampüslerimizden lise öğrencilerinin dijital dönüşüm ve yaşama dair algılarını sanat yoluyla ifade ederek ortaya çıkardığı eserleri dijital ortamda paylaşıyoruz. 2017 yılından bu yana düzenlediğimiz STEM+ Sanat Bienali bu yıl ilk kez tüm süreçleri dijital ortamda yürütülerek hayata geçiriliyor. 2017 yılında dünyanın ilk STEM+ Sanat Bienali'ni gerçekleştiren Bahçeşehir Koleji olarak bu bienali dijital ortamda gerçekleştirerek de bir ilke imza atıyoruz. Eğitimin yoğun olarak dijital platformda gerçekleştiği, yaşamın her alanında dijitalleşmenin etkisini hissettiğimiz bir dönemden geçiyoruz. Gençlerin bu süreçlere dair algılarının ne denli çeşitli olabildiği, günümüz ve geleceğin sanatına dair bilgi ve tasarılarının varabildiği boyutlar bakımından 3. STEM+ Sanat Bienali çok dikkat çekici bir platform. Sanata ilgi duyan her yaş grubundan insanın ama en çok da yetişkinlerin, gençlerin gelecek algılarını anlayabilmesi için de bu bienalin özellikle önemli olduğunu düşünüyorum."



YAPAY ZEKA

Chatbotlar, Web Sitelerinin Yerini Alacak

CBOT, yapay zeka tabanlı sanal asistanlarıyla günde bir milyon 167 bin mesaj yanıtlayarak kendi alanında rekor kırıyor. Google'ın uygulamaya almaya hazırlandığı yeni programına dünya çapında seçilen 20 şirket biri olan CBOT, global arenada etkili bir oyuncuya dönüşüyor. **ERSAN TAYLAN ÇIPLAK**

ŞİRKETLERİN chatbot ve sanal asistanlara artan talebi, pazarı hızla büyütüyor. MordorIntelligence, 2020'de 17 milyar dolar olan chatbot pazarının 2026'da 102 milyar dolara ulaşacağını öngörüyor. Chatbotların yakın gelecekte, web sitelerinin yerini alacağından söz ediliyor. Gartner, finansal hizmetler sektöründeki CIO'ların yaklaşık yarısının 2021'de otomasyon yatırımlarını arttıracaklarını raporluyor... İşte bu dinamik pazarın önemli oyuncularından biri haline dönüşen CBOT, etkili bir şekilde büyüyor. CBOT, İstanbul Üniversitesi Teknokent içinden doğmuş bir Türk teknoloji girişimi.

SEKTÖRLERE ÖZEL ÇÖZÜMLER

CBOT Kurucu ve CEO'su Mete Aktaş, "Bugün kamu ve özel sektörde, Türkiye'nin en büyük şirketlerinin, global markaların yapay zeka alanında tercih ettiği bir firmayız. Çok önemli projelere imza atarak, Türkiye'nin geneline hizmet veren kitlesel chatbotlar ve sanal asistanlar yönetiyoruz. Türkiye'nin metin anlamlandırma ve diyalog bazlı yapay zeka konusunda lider yapay zeka şirketi konumundayız" diyor. CBOT, bankacılık başta olmak üzere e-ticaret, sigorta, telekomünikasyon, otomotiv gibi sektörlerde faaliyet gösteren firmalara yapay zeka tabanlı sanal asistanlar geliştirerek hizmet veriyoruz. Aktaş, "Sadece 2020 yılında chatbot ve sanal asistanlarımızda 400 milyon konuşma rekoru kırıldı. Türkiye'nin bir günde bir milyon 167 bin mesaj yanıtlayan kitlesel sanal asistanı EBA Asistan'la 81 milyona hizmet veriyoruz" diyor.

DİYALOG BAZLI YAPAY ZEKA

CBOT'un temel faaliyetleri "diyalog bazlı yapay zeka" olarak özetlenebilir. Şirket, aslında çok geniş bir kavram olan yapay zeka alanında bu spesifik alana odaklanıyor. 2020'ye kadar sadece metin anlamlandırma üzerinde çalıştıklarını belirten Aktaş, "Özellikle pandeminin müşteri deneyiminde sesi vazgeçilmez bir eleman kılmasıyla 2021 yılında Sesli IVR yani Çağrı Merkezini aradığınızda sizinle konuşabilen bir sanal asistan oluşturulabilmesi için CBOT Speech ürünümüzü de uygulamaya aldık. Böylece temel faaliyet alanımız sanal asistanlar, chatbotlar ve voicebotlar oldu diyebilirim. CBOT SPEECH'i geliştirerek, CBOT PLATFORM'unu uçtan uca hizmet veren bir yapıya kavuşturduk. Artık şirketlere dijital müşteri deneyimi noktasında bütünsel bir otomasyon sunabiliyoruz. Bu platformda; yapay zeka ve diyalog yönetim sisteminin bulunduğu CBOT CORE, ses teknolojisinin bulunduğu CBOT SPEECH, entegrasyonların ve diyalogların kod yazılmadan

A STAR ALLIANCE MEMBER

TURKISH AIRLINES
Miles&Smiles



Miles&Smiles ayrıcalıkları Miles&Smiles kredi kartlarında sizi bekliyor.

Siz de alışverişlerinizde
Miles&Smiles Garanti Bankası ya da **Miles&Smiles QNB Finansbank**
kredi kartını kullanın, her alışverişten Mil kazanın.
Millerinizle ödül bilet düzenleyebilir, kabin sınıfınızı yükseltebilir ya da
shopandmiles.com'da kendinize ve sevdiklerinize hediyeler alabilirsiniz.
Miles&Smiles ayrıcalıkları her zaman sizinle.

milesandsmiles.com | 0850 333 0 849

oluşturulabilmesini sağlayan CBOT FUSION, tüm diyalogların detaylı raporlamasının yanı sıra yapay zeka kullanılarak önemli çıkarımlar alınmasını sağlayan CBOT ANALYTICS ve canlı bir müşteri temsilcisiyle ile yazışma yapılmasını sağlayan yine yapay zeka teknolojisi içeren CBOT LIVE CHAT ürünlerimizle bütünsel bir müşteri hizmeti sunuyoruz" diyor.

NE SAĞLIYOR? NE KAZANDIRIYOR?

CBOT ürün ve çözümleri hem müşteriyle direkt temasın gerçekleştiği çağrı merkezi ve müşteri hizmetleri alanında konumlanıyor hem de iç müşteriye hizmet verilen IT ve İK ekiplerini destekleyici bir yapıda kullanılıyor. Çağrı merkezi, müşteri hizmetleri, İK ve IT gibi alanlarda geliştirdiğimiz sofistike chatbotlar hatasız ve hızlı şekilde yapabiliyor. Aktaş, "Bu sayede büyük bir verimlilik sağlanıyor. Böylece chatbotların üstlendiği işleri yapan ekipler daha karmaşık ve insan dokunuşunun gerekli olduğu alanlara konumlandırılabiliyor. Bu da kurumlara katma değer sağlıyor. Bir diğer önemli etkiyi ise müşteri deneyiminin iyileştirilmesi noktasında görüyoruz. Yapay zeka tabanlı chatbotlarımız sayesinde müşteriyi uğraştırmadan basit, doğal ve direkt bir deneyim sunuyoruz. Fayda sağladığımız bir diğer nokta olarak ise satış ve gelir artışını görüyoruz. Chatbotlarımızla şirketlerin müşteriden çok daha sağlıklı bir şekilde veri alması ve bu veriyi doğru işleyerek yine chatbot üzerinden, ihtiyaç duyulan ürün ve servisleri, doğru zamanda, müşterinin tercih ettiği kanallar üzerinden sunması mümkün hale geliyor. Bu 3 konu çerçevesinde, chatbotların ister müşteri karşılayan tarafta, müşteri hizmetleri alanında, satış konusunda ister çalışanlara yönelik olarak İK ve IT operasyonlarını optimize etme konusunda kullanılsın maliyetleri azalttığını ve gelirlerin artışına katkı sunduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz" diyor.

MÜŞTERİLERİ...

Sanal asistan geliştirmenin en önemli unsurları arasında sektör uzmanlığı ve bilgi yönetimi gibi konular var. CBOT, bu alanlarda oldukça avantajlı özelliklere sahip. Bu sayede rakiplerine karşı önemli bir rekabet avantajı sağlıyor. Aktaş, "NLP ve makine öğreniminde mühendislik yeteneklerimiz oldukça gelişmiş durumda. Tüm bunlar sayesinde global arenada da ciddi başarılar imza atan tek şirketiz. Amazon İngiltere ile gerçekleştirdiğimiz sanal asistan projemiz var. Bunun yanında Google'ın tüm dünyada uygulamaya almaya hazırlandığı RCS programına dünya çapında seçilen 20 şirket arasındayız. Global işbirliklerimiz her geçen gün artıyor. Son olarak WhatsApp'ın Türkiye ve Global'de İşletme Çözüm Sağlayıcısı (BSP) olduk. Bu program kapsamında dünyada ve Türkiye'de yabancı şirketlerin sunduğu WhatsApp Business API hizmetini Türk mühendislik gücüyle sunacağız böylece şirketler; WhatsApp'ı müşteri ve çalışan etkileşimi süreçlerini hızlandırmak amaçlı bir kanal olarak kullanabilecekler" diyor.

CBOT'un iş ortaklarından bazıları şu şekilde sıralanıyor: T.C Milli Eğitim Bakanlığı, Anadolu Hayat Emeklilik, ASDA, Avrasya Tüneli, Brisa, Defacto, Digiturk, Doğtaş Kelebek, Eureko Sigorta, Fibabanka, Fiverr, Ford, Garanti BBVA, Garanti Emeklilik, Getir, GittiGidiyor (eBay), HDI Sigorta, ING, Koçtaş, Manchester United, Mercedes Benz, n11, Osmanlı Yatırım, Papara, Pegasus, QNB Finansbank, QNB Finansinvest, Signet Jewelers, Singapur Hükümeti, Türk Telekom, Türkiye İş Bankası, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, Unilever, Western Union ve Ziraat Bankası.



İKİ YIL SONRASINA HAZIR

CBOT, 2017'de kuruldu. Şirket, ilk yılları daha çok Ar-Ge'ye odaklandığı, akademi ile işbirliği yaptığı ve kısıtlı sayıda ticari proje hayata geçirdiği bir dönem. Şirket, özellikle bankacılık gibi bazı lokomotif sektörlerde yapay zeka tabanlı chatbot talepleri oluşmaya başladığında, bu konuya odaklanıyor.
CBOT, Türkiye'nin yapay zeka tabanlı ilk FAQ chatbotunu, Türkiye İş Bankası için geliştirerek adını duyuruyor. Şirket, gelişimi için kritik önem taşıyan Ar-Ge yatırımlarını iki yıl sonrasına göre kurguluyor. Bu kararlarda hem danışmanlık ekibi hem de yapay zeka alanını ve genel olarak teknolojiyi yakından takip ediyor.

DENTGROUP YATIRIMLARA HIZ VERİYOR

"Yenilikçi dişhekimliği deneyimi sunma" hedefiyle yatırımlarına devam eden DentGroup, sağlıkta dijitalleşme süreçlerine ağırlık veriyor. AVM'lerde yer alma konusunda çalışmalarını sürdüren grup, 2021 yılsonuna kadar sekiz yeni klinik açmayı ve cirosunda yüzde 40'lık bir artışı hedefliyor.

DENTGROUP, BÜYÜME PLANLARI DOĞRULTUSUNDA gelecek dönemde klinik yatırımlarına ve sağlıkta yeni nesil teknolojilere odaklanıyor. Şirketle ilgili Fortune Türkiye'nin sorularını yanıtlayan DentGroup Yönetim Kurulu Başkanı Efe Çelebi, grubun yeni dönem planlarını ve sağlık sektörünün geleceğine ilişkin gelişmeleri değerlendirdi.

DentGroup için 2020 nasıl geçti, 2021 hedefleriniz nedir?
İlk dalganın yaşandığı 2020'nin nisan ve mayıs aylarında birçok diş kliniğinin aksine, kliniklerimizi acil hizmetler için açık tuttuk. Ayrıca geliştirdiğimiz DentGroup Online Destek Sistemi ile kliniklerimize gelemeyen hastalarla uzaktan iletişim kurarak destek olduk. Personel ve hastalarımızın güvenliği için dezenfeksiyon önlemlerini devreye aldık. Kriz yönetiminin olumlu sonuçlarını da yeni normalleşme süreciyle beraber tüm kliniklerimizde gördük. 2020 yılını yeni hasta girişinde ve ciromuzda 2019'a göre ortalama yüzde 40 oranında bir artışla tamamladık. 2021 yılında da hedefimiz klinik sayımızı 22'den 30'a çıkarıp konsolide ciromuzda da yüzde 40'lık bir artış yakalamak.

DentGroup'un büyüme stratejilerinden bahseder misiniz?
DentGroup olarak yeni dönemde ana odağımız Türkiye'de büyümek. Antalya Konyaaltı, İstanbul Koşuyolu ve Aydın Merkez kliniklerimiz yaz aylarında hizmete girecek olup toplamda 25 klinik ile hizmet vermiş olacağız. Ayrıca AVM'ler de yer alma konusunda da girişimlerimiz başladı. Yeni kliniklerle ilgili sürekli planlamalar yapıyor bir diğer taraftan mevcut kliniklerimize de yatırım yapmaya devam ediyoruz. Dijitalleşmenin gücüne inanıyoruz ve bu inanç sayesinde kendi bünyemizde kurduğumuz yazılım şirketimiz ile hizmet veriyoruz. Hedefimiz Türkiye'nin her yerinden ve yurtdışından daha fazla insana daha kaliteli ağız ve diş sağlığı hizmeti vermek.

Yeni nesil teknolojilerin DentGroup'a kazandırılması konusunda neler yapıyorsunuz?
Hastalarımıza baştan aşağı yenilikçi bir dişhekimliği deneyimi yaşatmak için çalışıyoruz. Bunu başarabilmek için de dijitalleşmeye ve DentGroup Academy aracılığı ile insan kaynaklarımıza sürekli yatırım yapıyoruz. Genel Müdürlüğümüz bünyesinde yeni bir Medikal Direktörlük departmanı kurduk. Direktörlükte her dişhekimliği branşı için uzman hekimlerden oluşan kurullar oluşturduk. Çıkan her türlü yeni malzeme, cihaz ve tekniği kurulumuz inceleyerek deneyimliyor ve sonucu olumlu olanları DentGroup bünyesinde uygulamak üzere sistemimize dahil ediyoruz.



DentGroup
Yönetim Kurulu Başkanı
Efe Çelebi

Pandemi sonrasında sağlık alanında standardizasyonun çok büyük önem kazanacağını düşünüyoruz. Standartları olan ve her şubesinde aynı hizmet kalitesiyle çalışan kurumlar önem kazanacaktır. Dijitalleşme ve yeni nesil teknolojileşme hayatın her alanında olduğu gibi sağlık sektöründe de hız ve süreç yönetiminde avantaj olarak karşımıza çıkacaktır. DentGroup olarak odağımıza bu iki konuyu aldık ve tüm yatırımlarımızı bu doğrultuda planlıyoruz. Yakın zamanda Türkiye'de ilk online dental randevu sistemini hayata geçirdik. Pandemi sebebi ile temassız randevu alımı olarak duyurduğumuz bu sistem ile hastalar telefon araması ya da e-posta kullanmadan tamamen online olarak talep ettikleri klinik ve hekimden randevu oluşturabiliyorlar. Bunun yanında hastalarımız, DentGroup mobil uygulaması ile DG kliniklerinde yaptırdıkları ve yaptıracakları tüm işlemlere, reçete, röntgen, ağızıçi kamera görüntülerine ve randevu bilgilerine erişebilmekte olup hekimi ile uygulama üzerinden iletişime geçebilmektedir.



İLLÜSTRASYON
CHRIS GASH

FİNANS

Borsada "Bedava" İşlemin Gerçek Maliyeti

Brokerlerin ücret almadan işlem yapmalarını sağlayan sistemin aslında maliyeti ağır ve bunu, yatırımcılar ödüyor. **SHAWN TULLY**

YATIRIMCI DOUG ATKIN ve Bernie Madoff büyük bir ağız dalaşına tutuşurken, SEC'in (ABD Sermaye Piyasaları Kurulu) Washington'daki ofisinde iki kıdemli yetkili gelişmeleri kaygıyla izliyordu. 1991 yılında yaşanan bu olayda, Ponzi şemasının fikir babası Madoff, öncüsü olduğu yeni bir uygulamayı savunmak için oradaydı. Bu yeni uygulamanın adı, Wall Street'te kısaca PFOF olarak bilinen "payment for order flow". (Türkçeye "emir akışı için ödeme" olarak çevrilebilecek bu finansal işlem, brokerlerin müşterilerinden gelen emirleri çeşitli kesimlere yönlendirerek, komisyonlarını bu üçüncü taraflardan almalarıdır; özellikle elektronik borsa işlemlerinde yaygın olan bir brokerlik türüdür.)

Çığır açan elektronik borsa işlem platformu Instinet'in CEO'su Doug Atkin, PFOF'un hisse alan insanlara en iyi fiyatı sunabilme misyonuyla doğrudan çatışan bir sistem olduğuna inanıyordu. Atkin, "Emir akışı için ödeme doğru değil! Yasalar buna izin vermemeli!" diye bağırıyordu. Madoff ise, PFOF'un piyasalara çok daha fazla likidite sağlayacağını iddia ederek karşılık veriyordu. Madoff, "İşi alabilmek için istediğim her şeyi yapabilmeliyim!" diye bağırdı.

O günden bu yana tam otuz yıl geçti ve PFOF yine gündemde. Çok basit bir şekilde anlatmak gerekirse, Robinhood, TD Ameritrade, E*Trade, Charles Schwab ve diğer online brokerlerin çoğu perakende yatırımcılara sıfır komisyon uyguluyor. Brokerler, hisseleri satın alanlardan ücret tahsil etmek yerine, emirleri toplu halde piyasada işlemleri gerçekleştiren başkalarına satıyorlar.

PFOF'un, milenyum çağı ve Y kuşağından milyonlarca kişiyi finans piyasalarına yatırım yapan ve spekülatif girişimlerde bulunan bir müşteri kitlesine dönüştüren iş modelinin geliştirilmesinde kilit rol oynadığı yaygın şekilde kabul görüyor. İşte bu yeni ortaya çıkan kitle, Reddit'in yönlendirdiği hareket GameStop, AMC ve BlackBerry gibi ölü markaları birkaç dakika içinde en tepe noktalara uçurup, yine aynı süratle birkaç gün içinde çakılmasına neden oldu.

Devasa piyasa oyuncusu Citadel Securities'in kurucusu Ken Griffin'in "Amerikalı yatırımcılar için büyük bir kazanç" olarak adlandırdığı PFOF, yasal yetkililerin de dikkatini çekiyor. Nitekim SEC Başkan Vekili Allison Herren Lee, Şubat ayı sonlarında Demokrat Senatör Elizabeth Warren'a gönderdiği yazıda, "Emir akışına erişim hakkı olan bazı firmaların bu sistemden nasıl etkilendiklerinin incelenmesini" talep etti.

Daha sonra da 2 Mart'taki SEC başkanlığıyla ilgili oturumda, en az üç senatör başkan adayı Gary Gensler'a- daha sonra SEC başkanlığı onaylandı-PFOF'un küçük yatırımcılara zarar verip vermediğini sordu.

Gensler, Demokrat Senatör Mark Warner'a şu cevabı verdi: "Müşteriler görünüşte bedava bir işlem aplikasyonu kullanıyorlar ancak perde arkasında emir akışı için yapılan ödeme var. Bunun piyasa için ne anlama geldiğini incelemeliyiz."

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

PFOF Nasıl İşliyor?

PFOF'la ilgili tartışmaların gündemde önemli bir yer tutmasının nedeni kısmen, sıradan Amerikalılardan oluşan yeni bir kitlenin birdenbire, ister tasarruf için köşeye koyma ya da birden büyük bir kazanç elde etme amacıyla olsun, hisse senedi satın almaya başlamasından kaynaklanıyor. Nitekim, Aralık 2019'da küçük çaplı, bireysel yatırımcıların oranı tüm varlık yatırımcıları arasında yüzde 13'lük bir paya sahipti; bir yıl sonra bu rakam yüzde 22,8'e yükseldi. Arada geçen 12 ayda toplam alış ve satış hacmini yüzde 55 oranında artıran etken de işte bu kitlesel güç.

Son beş yıldır Instinet'in CEO'su olan Atkin, 20 yıl boyunca, elektronik işlem network'lerine ağırlık vererek, borsada işlem maliyetini azaltmayı misyon edindi. Kendisi şimdilerde aynı zamanda Z-Work'ün de ortak kurucusu; özel şirketleri satın almak amacıyla kurulan Z-Work, gig ekonomisi ve finans piyasalarına yatırım yapmayı amaçlıyor. Yine de, hiçbir şey onu PFOF kadar sinirlendirmiyor.

Atkin bana, varlık alım satımının nasıl üç ayrı katmandan oluştuğunu anlatıyor. Birinci katman müşterilerden oluşuyor (fon yöneticileri ve bireysel müşteriler). İkincisi, brokerler: İster fonun ister bir öğretmenin yaptığı işlem olsun, tüm al sat işlemlerinin brokerin elinden geçmesi gerekiyor; Schwab ve Robinhood bireyselde uzmanlaşmış brokerler; Goldman Sachs ve UBS gibi büyük bankalar ise fon yöneticileriyle muhatap-lar. Üçüncü katman ise ikiye ayrılıyor: Borsalar ve piyasa yapıcıları.

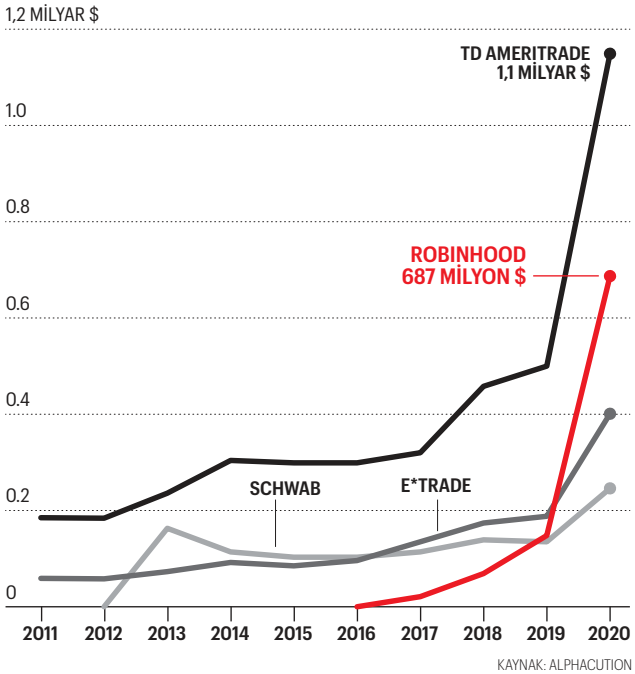
Belli başlı varlık yöneticileri için işlem yapan brokerler, New York borsasından Arca'ya, Nasdaq'a pek çok elektronik platformda en cazip fiyatları araştırırlar. Fonlar, en iyisini bulma konusunda adeta kartal gibi davranırlar. En düşük maliyetli borsaları ve diğer işlem platformlarını gösteren sofistike algoritmalardan yararlanırlar ve brokerlerden emirleri bu alanlara yönlendirmelerini isterler.

Öte yandan, insanlar Robinhood, E*Trade , TD Ameritrade gibi aplikasyonları ve daha pek çok online brokeri kullandıklarında, al ve sat emirleri doğrudan borsaya gitmez. Başlıca görevi devasa miktardaki bireysel işlem hacimlerini yönetmek olan bir başka aracıya gönderilir. Bu sözde piyasa yapıcıları da Citadel Securities, Virtu, Two Sigma ve Wolverine gibi kurumlardır. Robinhood'un sitesinde yer alan bir SEC raporunda, aplikasyonun Aralık ayında sona eren dördüncü mali çeyrekte PFOF'tan yaklaşık 190 milyon dolar elde ettiği görülüyor. CEO Vlad Tenev Kongre'de verdiği ifadede, Robinhood'un gelirinin yüzde 50'sinden fazlasını PFOF'tan elde ettiğini belirtmişti.

Atkin, piyasa yapıcıların iki şekilde kâr elde ettiğini, her iki yöntemin de küçük yatırımcıların aleyhine olduğunu söylüyor. İlki, bireysel yatırımcıların sat emirlerine ortadaki en iyi "teklif"ten daha yükseğini bulamamaları ve yine aynı şekilde, yatırımcıların satın al emirlerine de, piyasadaki en düşük fiyattan daha düşüğünü bulmakta yetersiz kalmaları. Atkin'e göre, elektronik işlem platformları son yıllarda her ne kadar al-sat fiyatı arasındaki farkı önemli ölçüde daraltsa da, işlem gören hisselerin çoğunun büyük farklara sahip olduğunu belirtiyor. Bu marj da piyasa yapıcılarına varlık alım satımı için fiyat seçiminde tolerans sunuyor. SEC'e bağlı National Best Bid and Offer (NBBO; Ulusal En İyi Al Sat Fiyat Kotasyonu) tarafından belirlenen kurallar, piyasa yapıcıların yalnızca en iyi teklif edilen fiyatlara uymalarını talep ediyor; bu da dolayısıyla yatırımcılara cazip fırsatlar sunuyor. Piyasa yapıcıları, alıcı ve satıcıları bir araya getirmek ya da müşteri adına işlem yapmak gibi hamlelerle çok fazla sayıda kurum içi işlem gerçekleştirebiliyorlar.

Atkin, 18 Şubat'ta öğleden sonraki saatlerde Tesla hissesi için 791,84 dolarlık bir al emri verildiği, satmak için teklif edilen fiyatın da 792,40 dolar olduğunu belirtiyor. Bu durumda aradaki fark 56 sent. Atkin, "Diyelim ki, Harry online brokerine aplikasyon üzerinden bin adet Tesla hissesi satın alma emri veriyor ve aynı zamanda Mary de sat emri veriyor" diyor. "Broker Harry'nin al emrini piyasa yapıcısına yönlendiriyor ve Harry de hisseyi 792,40 dolardan satın alıyor;

BELLİ BAŞLI BROKERLERİN YILLIK İŞLEM GELİRİ



KAYNAK: ALPHACUTION

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

bu rakam ortadaki en düşük "al" fiyatı. Mary'nin satış emri ise 791,84 dolardan işlem görüyor; bu da ortadaki en yüksek teklif." Bu örnekte, broker saniyeden daha kısa bir sürede 56 sentlik bir kazanç sağlıyor.

Atkin, "Piyasa yapıcısı en iyi yasal fiyatı sunuyor ama bu en iyi olası fiyat değil" diyor. Demek istediği şu ki, piyasa yapıcıları "işlem"i iyileştirdiklerinde ve yatırımcıların emirlerini sunulan fiyatın daha yüksek bir değerinden gerçekleştirdiklerinde de para kazanıyorlar. Diyelim ki, Harry bin hisseyi 10 sent daha düşük bir fiyattan, 792,30 dolardan satın alıyor. Piyasa yapıcısı hâlâ 46 sent elde etmiş olur. Atkin şunu ekliyor: "Piyasa yapıcısının hedefi mutlaka en iyi fiyatı değil en yüksek marjı elde etmektir."

Robinhood bu haberle ilgili herhangi bir yorumda bulunmadı ancak 9 Şubat'taki blog yazısında Tenev PFOF'u savundu: "İnsanlar artık yalnızca alım satım komisyonlarından kaçınmakla kalmıyor; al sat emirlerini yerine getirmek için oluşan rekabet çoğu zaman her iki tarafı da memnun edecek fiyatlar sunulmasını sağlıyor. Bu da Robinhood'un al sat işlemlerini daha nitelikli bir şekilde gerçekleştirmesine olanak tanıyor.

Ancak Atkin, piyasa yapıcılarının emir akışını satın almak için ikinci bir iyi bir nedene daha sahip olduklarına dikkat çekiyor; o da, pek çok önemli bilgi sunması: "Diyelim ki, XYZ hissesi için en cazip alış fiyatı 10 dolar, satış için de 10,15 dolarlık bir rakam söz konusu. Piyasa yapıcısı, Reddit kitlesinden XYZ için yoğun bir emir akışı geldiğini görüyor. Hissenin olası en düşük fiyat olan 10,15 dolardan satışı için adeta bir saldırı var. Yeni al emirleri geldiğinde, piyasa yapıcısı 10,30 dolardan yani daha önceki en iyi fiyat olan 10,15 dolardan 15 sent daha yüksek bir rakama satıyor; bu da marjın değerini, brokerin müşterisinin aleyhine çevirmiş oluyor."

> **"Piyasa yapıcının kâr amacı, mutlaka en iyi fiyatı değil en iyi marjı almaktır."**
>
> **DOUG ATKIN,** INSTINET ESKİ CEO'SU; PFOF OLARAK BİLİNEN UYGULAMAYA KARŞI ÇIKIYOR

gibi hiç de fena sayılmayacak bir marj elde ediyor ve bir gün içinde milyonlarca Tesla hissesi için al ve sat emirleri olduğundan, piyasa yapıcılarının ne kadar büyük paralar elde ettiklerini hesaplayın.

Atkin, "Uygulama aslında şöyle olmalı" diyerek anlatıyor. Broker Harry'nin satın al emrini, fiyatı iyileştirmede en başarılı olacağına inandığı elektronik borsaya göndermeli. Harry'nin hisse başına 792,40 dolar ödemesi yerine borsa "marjın ortasında" yani 792,12 dolardan işlem yapabilmeli. Harry böylece hisse başına 28 sent yani 280 dolar tasarruf eder. Mary de hissesini marjın ortasında sattığında hisse başına 28 sent daha yüksek bir fiyat

Reform için yol haritası

Yetkililer konuyu incelerken, bu oyun alanının daha netleşmesine yardımcı olabilecek üç değişim üzerinde duruyorlar. Birincisi SEC'in PFOF'u yasaklaması.

İkincisi, mevcut yapı özellikle bireysel ve kurumsal işlemleri ayırarak, her ikisi için de maliyeti artırıyor. Büyük emeklilik fonları New York borsası, diğer borsa platformları ve daha başka benzer mecralarda emir verirken, online brokerler bu işi, genellikle al sat emirlerini geniş çaplı piyasaya göndermeyen piyasa yapıcılarına devrediyorlar. İki büyük havuzun birleşmesi halinde, likidite büyük oranda iyileşebilir ve al sat arasındaki marjlar da hem büyük hem de küçük yatırımcılar için daralabilir.

Buradan elde edilecek tasarruf da, Robinhood'u ve diğer bireysel brokerleri son derece düşük komisyonlar almaya ve böylece müşterileri açısından daha iyi anlaşmalar yapmaya teşvik edebilir.

Üçüncüsü, NBBO'yu yıllardır düzenleyen kurallar, halen pek çok işlemin 100 hissenin altında gerçekleştiğinden yola çıkarak güncellenmeli. Bu tür görece küçük çaplı emirler için borsalarda yer alan resmi NBBO fiyatı, aynı borsalarda yer alan en cazip fiyatı oluşturmuyor. Bundan dolayı, brokerler en iyi NBBO fiyatını aldıklarını söylediklerinde bu aslında her zaman bireysel yatırımcılar için en iyi fiyat anlamına gelmiyor. Yeni kurallar brokerlerin en iyi fiyatları almalarını şart koşmalı.

Ancak asıl olan şu ki, yasa koyucular şu basit soruyu sorarak, ne yapmaları gerektiğini bilebilirler: Bernie Madoff için iyi olan bir şey, yatırımcılar için de iyi olabilir mi? ■

KİTAP

İŞ DÜNYASININ KUTSAL KİTABI

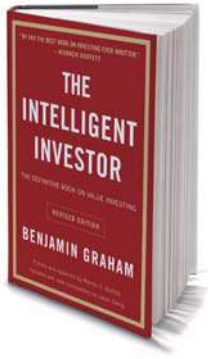
WARREN BUFFETT, Benjamin Graham'ın *The Intelligent Investor* adlı kitabıyla ilgili olarak bir süre önce Fortune'a verdiği demeçte, "Kitabı okumamış olsaydım, muhtemelen hâlâ gazete dağıtıcısı olarak çalışıyor olurdum" demişti.

Ancak kitabın hâlâ süregelen etkisi Buffett'ı bile şaşırtmış durumda: 70 yıldan daha uzun bir süreyi geride bırakan Graham'ın kitabı Amazon'un 2020 yılı en çok satanlar listesinde 89'uncu sırada ve ekonomi ve finans kategorilerinde de sıklıkla bir numara.

Buffett, "Altı ay ya da bir yıl önce yazılmış olan herhangi bir yatırım kitabına bakarsanız, genellikle en iyi ihtimalle 24 bininci sıradadır" diyerek devam ediyor. "Ben Graham henüz kimsenin uzaktan bile yanına yaklaşamayacağı bir kitap yazdı."

Kitabın 36 dilde basılıp milyonlarca satıldığını belirten Harper Business'in yayıncısı Hollis Heimbouch, "Buffett kitaptan ne zaman söz etse, satışlarda biraz daha artış oluyor" diyor. Kitap "yatırımın kutsal kitabı" olarak tanımlanıyor. Nitekim Warren Buffett, Benjamin Graham'a saygı olarak oğluna Howard Graham adını verdi.

—Rey Mashayekhi



HARPER BUSINESS'A TEŞEKKÜRLER

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





Assembly Buildings Kurucu Ortağı Yiğit Şatıroğlu

ESNEK ÇALIŞMA

İş Dünyasına Yenilikçi Bakış

Assembly Buildings Kurucu Ortağı Yiğit Şatıroğlu, konsept olarak Assembly Binaları, paylaşımlı ofis alanı Assembly Hub'lar ve mikro düzeyde çalışma alanı Assembly Spot'lar ile üç farklı segmentte büyüdüklerini söylüyor. Hayata geçecek yeni Kozyatağı projesi ise yaklaşık 15 bin metrekarede hibrit ofis, fonksiyonel stüdyolar, ofis ve rezidanslardan oluşan geleceğin iş ve yaşam alanına örnek projelerden biri olarak kabul ediliyor.

BEGÜM NUR ALKIŞ

İŞ DÜNYASINDA nitelikli gelecek ve ilerlemeci iş dünyası (the finest future of busines&progressive business society)" iki ana felsefesiyle hareket eden Assembly, yeniliği ve güncelliği sürekli gündemde tutuyor. İnsan kaynakları, bilgi teknolojileri ve idari işlerin disiplinlerinin konukseverlik felsefesiyle birleştirilmiş hali olarak bu felsefeyi yorumlayan Assembly Buildings Kurucu Ortağı Yiğit Şatıroğlu, buradaki sistemi anlatırken, "Öncelikle kurumun içine girip, bu departmanlarla beraber analizi yapıyor ve bir dönüşüm yolculuğu hazırlıyoruz. Sonrasında hem merkez ofisin fiziki ve işletmesel dönüşümü (bazen kendi binalarımıza alıyoruz), hem uydu ofis, kontorlü üçüncü ofis yapılandırılması, hem de evden ofis ürün ve servislerimizin entegrasyonunu sağlıyoruz. Esnek çalışmanın hukuki danışmanlığından, evlere mobilya ve IT servisleri teminine, merkez ofis etkinliklerinden, online yoga seanslarına, uzaktan iş yönetimi yazılımları dahil birçok servis ve ürün arasından kuruma uygun olanları seçiyoruz" diyor.

Pandemi dönemiyle beraber 2020 nisan ayından beri geliştirdikleri projelerde öncelikle, talep düşüşü yaşayan ve yaşamaya devam edecek olan klasik plaza/ofis binası kavramına beş yıldır pilot projeleriyle cevapverdiklerini söyleyen Şatıroğlu, markalı işletmeci modelinin birçok mülk sahibi tarafından talep gördüğüne dikkat çekiyor. Bu sürede önce, Assembly'nin ikinci lokasyonu Kozyatağı-Arsan-Esakoz projesi ve şimdilerde ise Maslak ve Ankara'da iki komple bina işletme projesi gündemde.

Ayrıca uydu ofisler ve evden çalışmaya alternatif olacak yürüyüş veya bisiklet mesafesinde kontör sistemiyle çalışan ortak çalışma alanları geliştirdiklerini söyleyen Şatıroğlu, otel restoran müze gibi mekanlarla iş birlikleri yaptıklarına da değiniyor.

Yeni projeler hakkında bilgi veren Şatıroğlu, "Leventteki projemiz pilottu. Şu anda üç farklı segmentte genişliyoruz. Tüm binayı karma kullanım projesi olarak ele aldığımız Assembly Binaları, sadece paylaşımlı ofis alanı olan Assembly Hub'ları ve mikro düzeyde çalışma alanı sunan Assembly Spot'ları" diyor. Arsan Grubu ile Assembly'nin işletmesini yürüteceği, Mesa İnşaat'ın geliştirme ve mütteahhitliğini yaptığı Kozyatağı ise yaklaşık 15 bin metrekarede hibrit ofis, coworking, yeme-içme, market, spor, çok amaçlı etkinlik alanları, fonksiyonel stüdyoları ile dört katlı bahçeli bir podyum ve üzerinde 39 katta apart ofis ve rezidanslardan oluşan bir proje olarak dikkat çekiyor.

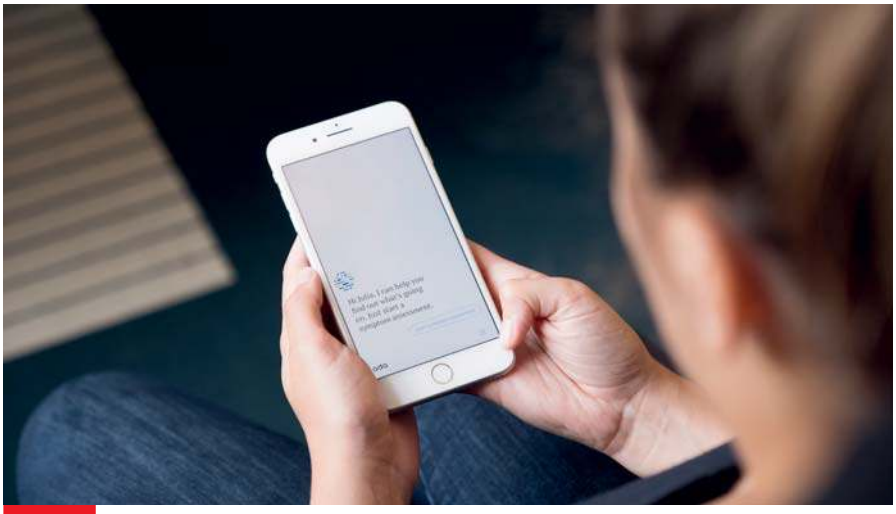


TÜRKİYE'NİN EMEĞİNİ GURURLA TAŞIYORUZ.

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

TURKISH CARGO

turkishcargo.com.tr



SAĞLIK

Samsung ve Bayer'den Yapay Zeka Doktor Aplikasyonuna Yatırım

Alman dijital sağlık kuruluşu Ada Health'in geliştirdiği "cebinizdeki doktor" aplikasyonuna Güney Koreli Samsung ve Alman eczacılık devi Bayer yatırım yaptı. Berlin merkezli şirkete yapılan yatırımın toplam miktarı 150 milyon dolar civarı. **ANAHİD HAZARYAN**

2011 YILINDA Claire Novorol, Martin Hirsch ve Daniel Nathrath tarafından kurulan Ada Health, aplikasyonunun indirilme sayısının 11 milyonu aştığını belirtiyor. Ada Health'in 2 milyon kullanıcıyla en büyük pazarı olan ABD dışında İngiltere, Almanya, Brezilya ve Hindistan'da 4 milyon civarı kullanıcısı var.

Söz konusu aplikasyon, aile doktorunuzla WhatsApp üzerinden sohbet etmenize benzer şekilde işliyor ancak burada 7/24 bir mesai söz konusu.

Hasta semptomlarını giriyor ve bir yapay zeka chat botu sorunu anlamak için birkaç soru soruyor. Bundan sonra da aplikasyon sorunların kaynağı gibi gözüken koşulları hastaya sıralıyor ve bir sonraki aşamada ne yapması gerektiğine dair bazı önerilerde bulunuyor.

Aslında İOS ve Android aplikasyonları da kullanıcının üç gün içinde bir ön tanı ve yönlendirme için pratisyen hekime görünmesini tavsiye ediyor. Ancak Ada Health'i kullanan sağlık sistemiyle etkileşime giren hastalar, doğrudan randevu alabiliyor ve ön tanı sonucunu da gerçek bir doktorla paylaşabiliyorlar.

Ada Health'in girişimcileri şirketin pek çok sağlık sigortası, yaşam bilimleri kuruluşlarıyla anlaşmalar imzaladığını kaydediyorlar. Bunlar arasında Novartis, Pfizer gibi devler de var.

Hastalar aplikasyonu ücretsiz indirebiliyor. Ada Health'in yazılımına erişim isteyen ortaklar ise belli bir ücret ödemek zorunda.

Ada Health yeni yatırımları şirketin algoritmalarını iyileştirmek, tıbbi bilgi alanını genişletmek ve on dildeki açıklamalarına yeni diller eklemek için kullanacak.

KİTAP

DEĞERLEME İÇİN KÜÇÜK KİTAP

ASWATH DAMODARAN



NEW YORK ÜNİVERSİTESİ Stern School of Business'ta kurumsal finans ve öz sermaye değerleme dersleri veren Finans Profesörü Aswath Damodaran'ın kaleme aldığı kitap, Gedik Yatırım sponsorluğunda Ergun Unutmaz çevirisiyle Scala Yayıncılık'tan yayınlandı. Ünlü finans profesörünün kitabı, özellikle borsanın sırlarını keşfetmek ve alternatif bir gelir kaynağı elde etmek isteyenleri ihtiyaçları olan tüm bilgilerle buluşturuyor.

OXFORD İŞLETME GRUPLARI ELKİTABI

ASLI M. ÇOLPAN, TAKASHI HIKINO VE JAMES R. LINCOLN



KOÇ ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI'NDAN çıkan derleme, işletme gruplarının gelişimini, stratejilerini ve kurumsal yönetimlerini irdelemeye yönelik kapsamlı ilk çalışma niteliğinde. Sadece akademisyenler için değil, şirket yöneticileri ve politikacılar için de önemli olan çalışma, işletme gruplarının büyük şirketler kesiminin çekirdeğini oluşturduğu Türkiye ekonomisi ile birlikte birçok yükselen piyasaya odaklanıyor. Ayrıca Güney Kore, Hindistan, Arjantin, Meksika ve İsrail gibi ülkelerdeki işletme grupları hakkında analitik ve tarihsel verilere dayanan ampirik incelemelere yer veriliyor.

arnica™

YENİ

Mint Serisi ile Evinize Şık Dokunuşlar

MİNT



MUTLU BİR BAŞLANGICA DOĞRU

3 yıl garanti

facebook.com/Arnica.Senur twitter.com/ArnicaEvAletler instagram.com/ArnicaEvAletleri



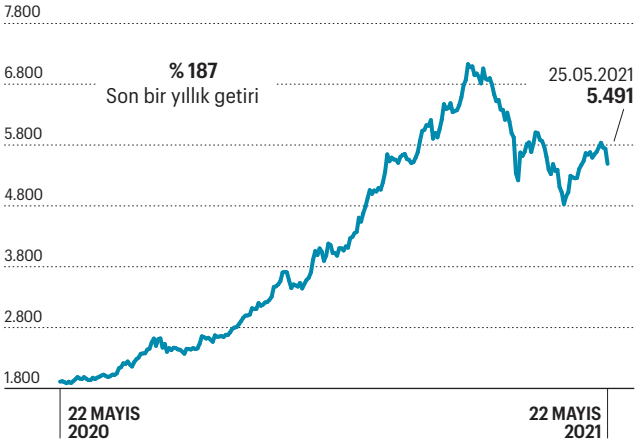
BORSA

Küçüklerin Borsa Yönelimi ve Aracı Kurumlar

Son bir yılda borsaya 1 milyon 384 bin yatırımcı geldi. Artan müşteri sayısı aracı kurumların hem kârını hem de hisse getirisini artırdı. Küçük yatırımcıların yönelimi sadece borsayı değil aracı kurumları da büyütüyor.

ZEYNEP AKTAŞ

BIST ARACI KURUMLAR ENDEKSİ'NİN SEYRİ



KAYNAK: FİNNET TEKNİK ANALİST

UZUN BİR aradan sonra bireysel yatırımcı borsayı keşfetti. Teknolojiyi kullanan, parıltılı getiri haberlerini takip eden yeni yatırımcı profilinin bu yönelimi hisse senedini de işlem yapılabilir bir enstrüman olarak kabul etmeye başladı anlamına geliyor. Son bir yılda borsa ve fonlara ilgi arttı. Bu duruma en çok aracı kurumlar sevindi. Bu yılın ilk çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre aracı kurumların kâr artışı yüzde 216 ile yüzde 507 arasında değişti.

Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği (TSPB) verilerine göre, Mart 2020- Mart 2021 dönemini kapsayan bir yıllık zaman aralığında Türkiye'de yerleşik kurumsal ve bireysel yatırımcıların finansal varlıklarının yüzde 34 büyüme yaşandı. Tutar 3,96 trilyon TL'den 5,31 trilyon TL'ye çıktı. TSPB verilerine göre, son bir yılda yerli yatırımcıların finansal varlıklarında en yüksek büyüme yüzde 152 artışla hisse senedinde yaşandı.

HİSSELERDE YÜKSEK GETİRİ

Aracı kurumların hisse senetlerindeki getirileri son bir yılda yüzde 63 ile yüzde 308 arasında değişti. Bir yandan yüksek hacimlerle gerçekleşen alım ve satımlar diğer yandan yeni gelen yatırımcı kitlesi ile aracı kurumların kârını yukarı çekti.

YÜZDE 507 KÂR ARTIŞI İNFO'DA

İnfo Yatırım, 2021 yılı üç aylık döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre kârını yüzde 507 artırdı. Kurumun 2020 yılı üç aylık döneminde 6,3 milyon TL olan kârı 2021 yılının üç aylık döneminde 38 milyon TL'ye yükseldi.

HİSSE BAŞINA KÂRI EN YÜKSEK OSMANLI MENKUL

Getiri ve karlılıkta öne çıkan Osmanlı Menkul, ilk çeyrekte karını yüzde 236

ISTOCK

oranında artırırken hisse getirisi yüzde 259 oldu. Şirketin, rekabet gücünü ve sermaye piyasalarında faaliyet çeşitliliğini ve gücünü arttırma yoluna gittiği gözleniyor. Bu kapsamda fx platformu, elektronik alım satım platformları gibi yatırımlarda bulunuyor.

KÂRI EN YÜKSEK İŞ YATIRIM MENKUL

Borsada işlem gören aracı kurumlar içerisinde kârı en yüksek olan İş Yatırım Menkul Değerler. Kurum, 2021'in üç aylık döneminde 380 milyon TL kâr açıkladı. Geçtiğimiz yılının üç aylık döneminde ise kârı 113 milyon TL idi. İş Yatırım bu yılın ilk çeyreğinde 448,6 milyar TL işlem hacmi ve yüzde 8,59 pazar payı ile Borsa İstanbul Pay Piyasası işlem hacminde üçüncü sırada yer aldı.

DEĞERLEME ORANLARI EN YÜKSEK GEDİK

Sektörde değerleme oranları en yüksek kurum Gedik Yatırım. Piyasa değeri/defter değeri oranı 5,40. Fiyat/kazanç oranı ise 10,12 seviyesinde bulunuyor. Yatırımcıların şirketin büyümesine yönelik beklentilerinin güçlü olması piyasa defter değerinin yüksek olmasına rağmen talebin devam etmesine yol açıyor. Gedik Yatırım, 2021 yılının birinci çeyreğinde, 233 milyar TL işlem hacmi ve yüzde 4,46 pazar payıyla sektöründe en çok işlem hacmi yaratan altıncı kurumu oldu. Gedik Yatırım'ın bağlı ortaklığı Marbaş Menkul Değerler ile birlikte ilk çeyrekteki hisse senedi işlem hacmi 299 milyar TL'ye ulaşırken yüzde 5,73 pazar payı ile beşinci sırada yer aldı.

GLOBAL GERİDEN GELİYOR

Global Menkul'de çalışanların yaş ortalaması 40. Kurum 2021 yılının ilk çeyreğinde 15 milyon TL kâr açıkladı. Borsada işlem gören kurumlar içerisinde özvarlıkları 83 milyon TL ile beşinci sırada yer alıyor. Kurumun hisse başına karı 0,79. Beş kurum içerisinde hisse başına karı en düşük olanı. Hisse getirisi yüzde 63,24 oranında bulunuyor.

ARACI KURUMLARIN 2021 YILI İLK ÇEYREK KÂRLARI

Hisse Adı	2020.03 Kâr (Milyon TL)	2021.03 Kâr (Milyon TL)	Yüzde Değişim
Info Yatırım	6,3	38,0	507,54
Global Men. Değ.	4,3	15,0	252,33
Osmanlı Menkul	7,8	26,3	236,38
İş Y. Men. Değ.	113,2	380,5	236,27
Gedik Y. Men. Değ.	24,7	78,2	216,50

KAYNAK: HİSSEEXPERT

ARACI KURUMLARIN SON BİR YIL HİSSE PERFORMANSLARI

Hisse Adı	25.05.2020 Kapanış (TL)	25.05.2021 Kapanış (TL)	Yüzde Değişim
Info Yatırım	1,48	6,06	308,81
Osmanlı Menkul	7,47	26,82	259,11
İş Y. Men. Değ.	5,56	17,00	205,55
Gedik Y. Men. Değ.	10,87	18,70	72,00
Global Men. Değ.	3,70	6,04	63,24

KAYNAK: FİNNET TEKNİK ANALİST

ARACI KURUMLARIN YILLIK KÂR BÜYÜME ORANLARI

Kurum Adı	2018/12	2019/12	2020/12	2021/03 Yıllık
Info Yatırım	22,9	191,0	944,8	702,2
Global Men. Değ.	-25,6	-52,3	1.056,8	498,5
Osmanlı Menkul	-97,4	7.235,7	390,3	309,0
İş Y. Men. Değ.	41,2	72,7	146,0	198,1
Gedik Y. Men. Değ.	64,9	131,1	158,2	169,2

KAYNAK: HİSSEEXPERT

ARACI KURUM HİSSELERİ NASIL İNCELENMELİ?

1. Değerleme oranları göz önünde bulundurulmalı. (PD/DD, F/K, temettü verimi, hisse başına kâr verileri takip edilmeli)
2. Kârlılıkların sürdürülebilirliği takip edilmeli.
3. Ekonomik kriz dönemlerinin en fazla etkilenen kurumlarının aracı kurumlar olduğu unutulmamalı.
4. Kurumların sermaye piyasaları faaliyetlerini destekleyecek alanlarda büyüyüp büyümedikleri incelenmeli.
5. Kurumların gelirleri içerisindeki bir kereye mahsus büyümelerine neden olan kalemler göz ardı edilmeli.
6. Kurumlardaki çalışan kalifiyesi ve yöneticilerin tecrübe ve deneyimleri takip edilmeli.
7. Mevcut performansların sürdürülmesinde yeniliğe ne kadar açık oldukları göz önünde bulundurulmalı.
8. Finansal piyasalardaki risklere karşı kurum riskleri göz önünde bulundurulmalı.
9. Şirketlerin faaliyet ömürleri atlanmamalı.
10. Kurumsal büyümeye ağırlık veren şirketleri öncelemeli.

TEMETTÜ

Borsada Temettü Verimi Artmalı

Borsa İstanbul'da temettü verimi ortalama yüzde 2,7. Borsanın genelinde temettü ödeyen firma sayısı henüz yeterli düzeyde değil. Ödeyenlerin verdiği kâr payı tutarları ise az ve teşvik edilmesi gerekiyor. Veriler şirketlerin yatırımcı dostu politikalarını güçlendirmeleri gerektiğini söylüyor.

ZEYNEP AKTAŞ

BORSA İSTANBUL yatırımcıların ilgi odağında. Geçtiğimiz yıl başlayan ilgi sürüyor. Pay piyasasında uzun vadeli yatırımcılar temettü getirisi ve fiyat artışından kaynaklı iki yönlü bir kazanç sağlamakta. Ancak geçtiğimiz yıl salgın nedeniyle temettü ödemelerine sınırlama getirildi. Bu durum 2020'nin en düşük temettü verimliliğinin yaşandığı bir yıl olmasına sebep oldu. 2020 yılında borsada temettü verimliliği yüzde 0,80'e geriledi.

COVID-19 salgınıyla birlikte oluşan belirsizlik karşısında şirketlerin mali yapılarını zayıflatmamaları gayesi ile SPK dağıtılacak temettülere sınırlama getirdi. Şirketler de bu sınırlamaya uygun davranarak kâr payı dağıtımlarına ihtiyatlı bir yaklaşımda bulundular. Sınırlandırma sadece temettü gelirlerine endeksli modele sahip yatırımcılar açısından ve emeklilik şirketleri için zor bir süreç oldu. Ancak verilere baktığımızda sadece 2020 yılında değil geçmiş dönemlerde de düşük temettü verimliliği olduğu gözleniyor.

427 ŞİRKETİN ORTALAMA TEMETTÜ VERİMİ YÜZDE 2,7

Borsa İstanbul'da ortalama temettü verimliliği yüzde 2,76 seviyesinde bulunuyor. Yani borsaya gelen bir yatırımcının tüm hisselere yatırım yaptığı kabul edildiğinde fiyatlardan bağımsız alacağı kâr payı ortalaması yüzde 2,76 ile sınırlı. Böyle bir ortamda yatırımcıların uzun vadede temettü beklentisi ile yatırım yapabilmesi oldukça zor. Bu da yatırımcının seçici davranmasını zorunlu kılıyor.

180 ŞİRKET 10 YILDA HİÇ TEMETTÜ VERMEDİ

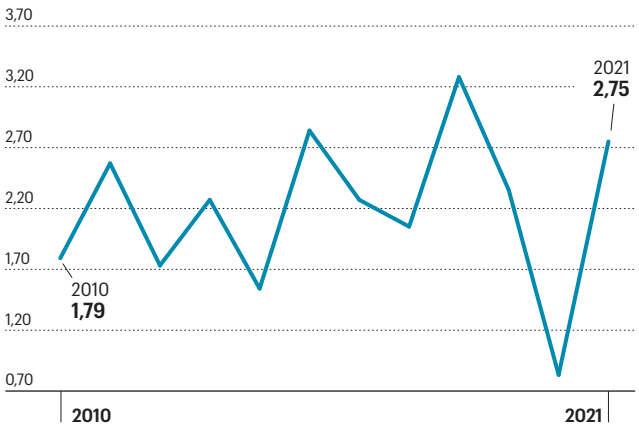
Borsada işlem gören şirket sayısı 427. Bu şirketlerin 180'i son 10 yıl içerisinde hiç temettü vermedi. Borsada bulunan firmaların neredeyse yarısı yatırımcısına kâr payı vermiyor. Kuşkusuz içinde zarar edenler de var. Ancak kâr edenlerin de ortaklarıyla kârı bölüşme noktasında çekingen davranması ciddi bir sorun. Diğer taraftan ödeyenlerin sayısı sınırlı kalırken çok nadir yüksek oranlı temettü verenler de çıkabilmekte. Borsada istikrarlı kâr payı dağıtan şirket sayısı 25'i ancak buluyor. Son üç yılda düzenli temettü ödeyen şirketlerin içinde yer aldığı BIST Temettü Endeksinde yer alan şirket sayısı ise 61 ile sınırlı.

TEMETTÜ ÖDEMELERİ AZ VE ÇOK TAKSİTLİ

Temettü ödemelerine baktığımızda oranlar düşük olurken tutarlar yükseldikçe taksit sayısı da artıyor. Her ne kadar kâr payları doğrudan yatırımcının hesabına aktarılmaktaysa da aldığı temettü ile tekrar hisse almak isteyenlerin temettü ödeme tarihlerini takip etmeleri gerekiyor.

Borsadaki yatırımcı sayısının artmaya devam etmesi sektörün büyümesi için önemli. Yatırımcıların hisse senedi piyasasında uzun vadeli bakış açısı ile hareket edebilmesi ve kalıcı olması için temettü verimliliğinin artması gerekiyor. ■

TEMETTÜ VERİM ORANI (%)



KAYNAK: ANALİZEXPERT

BORSA 30'DA FİYAT/KAZANÇ ORANI DÜŞÜK, TEMETTÜ VERİMİ YÜKSEK ŞİRKETLER

Hisse Adı	F/K	Temettü Verimi (%)
Ereğli Demir Çelik	11.50	8.53
Türk Telekom	6.01	7.50
Arçelik	5.82	6.58
Turkcell	7.61	6.47
Bim Mağazalar	13.02	5.54

Tchibo

www.tchibo.com.tr

KAHVE-Nİzİ. NASIL VERSİ-Nİz?



Yepyeni,
gerçek kahveli
atıştırmalık.





Glutensiz | **Şeker İlavesiz** | **Vegan**

FON

Yenilikçi Fonlara İlgi Büyüyor

Finansal piyasalardaki büyük hareketlilik yenilikçi fonları öne çıkarmaya başladı. Kurumlar alternatif seçenekleri görerek yeni fonlar kurarken, bireyler teknoloji odaklı fonlara yöneliyor. **ZEYNEP AKTAŞ**

FİNANSAL PİYASALAR oldukça hareketli. Kripto paralar, blockchain teknolojisi, teknoloji hisseleri, sürdürülebilirlik yükselme çıtasının başında yer alıyor. Kurumlar da trendleri kaçırmak istemiyor ve yenilikçi fonlara yöneliyor. Önümüzdeki dönemde yenilikçi fon sayılarının arttığını, yatırım fonlarında farklı seçeneklerin yatırımcılara imkân yarattığını görmek şaşırtıcı olmayacak.

Bunun etkin uygulayıcılarından biri de İş Portföy. Küresel ölçekte yarı iletken sektöründe faaliyet gösteren şirketlere yatırım yapan İş Portföy, Yarı İletken Teknolojileri Değişken Fonu'nu 25 Mayıs 2021 günü yatırımcılara sundu.

İş Portföy Genel Müdürü Tevfik Eraslan, yenilikçi ürünlere odaklanarak stratejilerini çağın gelişimine adapte ettiklerini söylüyor. Eraslan, "Türkiye'de teknoloji temasına dayalı yatırım fonlarımıza ilginin yoğun olduğunu ve bu sene kurduğumuz teknoloji temalı fonlarımızın çok kısa bir sürede hızla büyüdüğünü görüyoruz. 2018 yılında kurduğumuz ve 700 milyon TL'yi aşan büyüklüğe sahip İş Portföy Elektrikli Araçlar Karma Fon'umuzu da dikkate aldığımızda, yeni fonlarımızın potansiyeli bizi heyecanlandırıyor." diyor.

Yatırım fonları bireyler açısından küçük meblağlarla yatırım seçeneği sunması açısından güçlü bir seçenek olarak öne çıkıyor. Kurumsal yatırımcılar için ise yüksek performans beklentisi ön planda. ■

2021 YILINDA YENİLİKÇİ VE SEKTÖREL BAZDA ÖNE ÇIKAN FONLAR

Fon Adı	İlk Veri Tarihi	İlk Fon Fiyatı (TL)	Son Fon Fiyatı (TL)	İlk veri tarihinden bu yana değişim (%)
İş Portföy Sağlık Şirketleri Karma Fon	23/02/2021	0,998	1,191	19,3
Garanti Portföy ESG Sürd. Fon Sepeti Fonu	18/02/2021	0,997	1,135	13,8
İş Portföy Yenilenebilir Enerji Karma Fon	19/03/2021	0,969	1,090	12,4
İş Portföy Teknoloji Karma Fon	25/01/2021	1,000	1,079	7,9
QNB Finans Portföy Çoklu Varlık Katılım Fonu	02/02/2021	1,000	1,058	5,8
Ak Portföy Turizm ve Seyahat Sektörü Değişken Fon	13/04/2021	0,996	1,013	1,7
QNB Finans Portföy Teknoloji Fon Sepeti Fonu	04/05/2021	0,998	1,008	1,0
İş Portföy Dijital Oyun Sektörü Karma Fon	05/05/2021	0,992	0,999	0,7
Ak Portföy Teknoloji Şirketleri Hisse Senedi Fonu	15/01/2021	1,016	1,019	0,3
İş Portföy Siber Güvenlik Teknolojileri Değ. Fon	21/05/2021	1,000	1,001	0,1
İş Portföy İş'te Kadın Hisse Senedi Fonu (HSYF)	09/03/2021	1,000	0,984	-1,7
İş Portföy Blockchain Teknolojileri Karma Fon	29/04/2021	0,995	0,976	-1,9
Garanti Portföy Sürdürülebilirlik Hisse Senedi Fonu	19/01/2021	1,000	0,975	-2,6
Yapı Kredi Port. Tekn. Şirketleri Hisse Senedi Fonu	02/04/2021	1,009	0,932	-7,6
Garanti Portföy Temiz Enerji Karma Fon	19/01/2021	1,005	0,888	-11,7

YATIRIM FONLARINDA GETİRİLER NASIL ARTIRILABİLİR?

1. Yatırım seçenekleri içerisinde yerli enstrümanlar yanında yabancı enstrümanlara da yatırım yapan fonlar yer alabilir.

2. Altın fonları ilgi alanında bulundurulmalı.

3. Dolarizasyonun yüksek olması nedeni ile kur hareketlerinden yararlanmak için döviz bazlı yatırım yapan fon seçenekleri atlanmamalı.

4. Yenilikçi fonlar ilgi odağında ve odakta olmaya devam edecek.

5. Risksiz varlıklar içerisinde hareket edenler için anapara garantili ya da enflasyonun bir ya da iki puan üzerinde getiri hedefleyen fonlar tercih odağında bulundurulabilir.

6. Hisse fon tercihlerinde istikrarlı olarak endeks üzeri getiri sağlayan fonlara yönelinebilir.

7. Düzenli olarak birikim yapma alışkanlığı edinilmesi eldeki enstrüman adedinin artırılması kazançların büyümesini sağlar.

8. TEFAS Platformu kullanılarak aynı kategorideki fonların getirileri incelenmeli. Kurum bağımlılığı olmaksızın getiride süreklilik aranmalı.

9. 2021'in ana temasında enflasyon var. Yüksek enflasyondan koruyan fonlara ağırlık verilmeli. Risksiz varlıklardaki paralar enflasyon karşısında eriyebilir.

10. Fonların getirileri 3, 6, 9 aylık dönemlerde mutlaka izlenmeli.


81
no: seksenbir
more than an experience...
No:81 Hotel
Türkbükü / Bodrum
www.no81hotel.com

MOPAŞ'ta hız, çeviklik ve verimliliğin adı HPE SimpliVity

Perakende sektöründe hız, çeviklik ve verimliliğin hayati önem taşıdığından hareketle MOPAŞ, gelişen iş ihtiyaçlarını güçlü bir teknolojik altyapıyla destekleme kararı aldı ve HPE SimpliVity çözümlerine yatırım yaptı

Türkiye perakende sektörünün önde gelen isimlerinden biri olan MOPAŞ, 1996 yılında kuruldu. İlk iki mağazası Moda ve Hasanpaşa'yı açma aşamasındayken bu iki mağazanın isminden yapılan bir birleşim ile, marketlere MOPAŞ ismi verilerek günümüzün MOPAŞ Süpermarketleri'ne ilk adım atıldı.

25 yıllık bir geçmişe sahip olan MOPAŞ bugün 100'ün üzerinde mağaza, 40 binden fazla ürün çeşidi, 3 bin 500 çalışanıyla Türk tüketicisine hizmet veriyor. MOPAŞ perakende sektörünün yanında Seçkin Süt Üretim Tesisleri, Jeotermal Sera tesisleri, Bahçeevler Toplu Konut Projesi ve lojistik üssü ile daha kaliteli ve rekabet edilebilir ürünler sunmak için çalışıyor. MOPAŞ'ın en önemli hedefi ise tüketicilere daha taze ürünler sunarak tüketici memnuniyeti ve sürdürülebilirlik konusunda sürekli öncü olmak.

Perakende sektörünün her an hızla değişen dinamiklerine yanıt verebilmek ve rekabet gücünü sürdürebilmek için teknolojinin önemine inanan MOPAŞ, bu yatırımlarını da geleceğe dönük olarak yapıyor. **MOPAŞ Bilgi İşlem Müdürü Rahim Alkan** teknoloji yatırım stratejilerini şu sözlerle açıklıyor: "Hizmet verdiğimiz perakende sektöründe teknoloji çok hızlı şekilde gelişiyor ve aynı zamanda hızla ömrünü tamamlıyor. Örneğin bugün kullanılan bir araç veya malzeme birkaç yıl sonra geçerliliğini yitirip kullanılmaz hale gelebiliyor. Bu nedenle teknoloji yatırımındaki yaklaşımımız, gelecek süreçte şirkete daha az maliyet ve daha az insan kaynağı harcayabileceğimiz teknolojileri tercih etme yönünde. Bunun yanında mevcut teknolojinin de kullanım sürecinde sorunsuz ve minimum düzeyde problem çıkarması öncelikli tercihimiz."

Perakende sektöründe hız, çeviklik ve verimlilik hayati önem taşıyor. Geleneksel kanalların yanı sıra e-ticaret uygulamalarını da kapsayan sektörde başarılı olabilmek için güçlü bir teknolojik altyapıyla desteklenen dinamik bir yaklaşım sergilemek gerekiyor.

"Bereketli topraklara sahip olan ülkemizde tarladan başlayarak son kullanıcıya uzanan geniş bir yelpazede üretim yapılıyor" diyen Alkan bu noktada kurumdaki kritik iş süreçlerini şöyle tanımlıyor: "Bu üretimi son kullanıcıya sunmak, değişimi yönetmek, üretkenliği artırmak, işgücünü gerekli odak ve çevikliğe sahip kılmak için çözümler üretmemiz kaçınılmaz hale geldi. Bu nedenle de güncel bir BT altyapısına ihtiyaç duyduk."

Yapay zeka özellikli yeni hiper bütünleşik altyapıya geçildi

MOPAŞ sürekli büyüyen iş gereksinimlerine hızlı yanıt verebilmek, verilerini kolay yönetebilmek için HPE'nin SimpliVity çözümüne yatırım yaptı. Rahim Alkan neden bu kararı verdiklerini şöyle aktarıyor: "BT altyapısında kullandığımız depolama, ağ ve veri koruması platformları artan iş gücü ve talepleri karşılayamaz hale geldi. Çünkü her birinin yönetimi için ayrı tecrübeye ve bilgiye sahip olmak gerekiyordu. Bunun yanında yönetim için gerekenin üzerinde bir zaman ve efor da harcıyorduk. HPE SimpliVity ile altyapı operasyonları kısa sürede yapılabiliyor. Hiper bütünleşik yapıda olması, sürekli olarak geliştirilmesi, sanallaştırma yeteneği, hızlı ve kolay depolama, hızlı yedekleme ve yedekten geri dönme özellikleri HPE SimpliVity'yi seçmemizde rol oynadı. Bu proje ile MOPAŞ kesintisiz BT sistemleri ve altyapı mimarisine; hızlı yedekleme ve veri tekilleştirme yeteneklerine, tek noktadan merkezi bir yönetime ve yapay zeka özellikli yeni hiper bütünleşik altyapıya sahip oldu."

HPE SimpliVity'nin tekilleştirme ve sıkıştırma özelliği sayesinde, veri boyutlarında ciddi derecede tasarruf sağlandığına dikkat çeken Alkan tekilleştirme sırasında herhangi bir performans kaybı oluşmadığını hatta performans artışı yaşadıklarını belirtiyor.

"HPE SimpliVity ile birlikte gelen en güzel özelliklerden bir tanesi de yedekleme çözümü. Bu sayede saniyeler içinde yedek alma ve yedekten geri dönme işlemi yapılabiliyor" diyen Rahim Alkan yedek alırken de performans kaybı yaşanmadığına dikkat çekiyor.

Alkan altyapı yenileme projesinde neden HPE ve Asır Bilgisayar ile çalıştıklarını şöyle dile getiriyor: "Uzun süredir HPE ile çalışmaktaydık. Yeni gelişen teknolojilerle beraber günün koşullarına göre de ihtiyaçların artması ve değişmesi bizi bir arayışa götürdü. MOPAŞ BT ekibinin hazırlık aşaması ve planlaması yaklaşık 6 ay gibi bir sürede şekillendi. HPE'nin bilgi birikimi, deneyimli personeli ve projeye profesyonel yaklaşımı, projede karar vermemize yardımcı oldu. Yeni sisteme geçiş çok kısa sürede oldu. Performans olarak beklediğimiz seviyelere ulaşabildik. Sistemde bütünlük sağlandı, günlük rutin kontrollerde harcanan zaman azaldı.



MOPAŞ Bilgi İşlem Müdürü Rahim Alkan

Kesintiler azaldığı için de zaman tasarrufu sağlandı. Herhangi bir olumsuz durumda da geriye dönme süreleri kısaldı.

Asır Bilgisayar ile de yaklaşık 15 yıldır sıkı bir işbirliğimiz var. Bizim teknolojik ihtiyaçlarımızı karşılayan bir şirket olarak sürekli teknolojik ürün ve bilgi alışverişi yapmaktayız. Bu uzun soluklu birlikteliğimiz uzun vadede istek ve ihtiyaçlarımızı kısa sürede anlama ve çözüme kavuşturmanın yanı sıra iki tarafa da faydalar sunuyor."

Alkan benzer projeleri hayata geçirmek isteyen şirketler için önerilerini de şöyle kaydediyor: "Benzer projelerde görev alan BT yöneticilerine vereceğim en önemli öneri, güçlü bir marka ile çalışmaları olacaktır. Sadece ürün satan değil, katma değer üreten bir marka ve iş ortağı ile ilerlesinler. Hizmet kalitesinin yanında teknolojik yeteneklerinin bütünlük sağlandığı HPE gibi bir marka öneririm."

İhtiyacı doğru analiz etmek başarıyı getirdi

MOPAŞ'taki HPE SimpliVity projesi, yapay zeka özellikli yeni hiper bütünleşik altyapı özelliğiyle öne çıkıyor. Projede tek noktadan yönetim ve kolay merkezileştirme yeteneğinin de elde edildiğine dikkat çeken **HPE Kurumsal Satış Uzmanı Özer Mertcan Karakoca** buradaki kritik başarı faktörlerini ise şöyle sıralıyor: "MOPAŞ'ın ihtiyacını ve vizyonunu tam olarak anlayabilmek için projeye erken dahil olmak ve yapılan toplantılar en önemli ve kritik başarı faktörlerimizdi. Projenin başlangıç aşamasında yer alan ilk üretici olmamız, müşterinin ihtiyacını doğru anlamak ve analiz etmek adına çok önemliydi; bu da bizi başarıya ulaştırdı."

HPE SimpliVity ile altyapıda tüm beklentileri karşıladık

Asır Bilgisayar Kurumsal Kanal Müşteri Yöneticisi Aykut Turpçu MOPAŞ'ta 3 adet HPE SimpliVity XL ve HPE Aruba ağ çözümlerini devreye aldıklarını söyleyerek proje kazanımlarını şöyle aktarıyor: "MOPAŞ halihazırda kendi bünyesinde HPE sistemlerini kullanıyordu. Bu referanstan yola çıkarak kurumun altyapı gereksinimlerini karşılayabildiğini gördüğümüz HPE SimpliVity çözümlerinde karar kıldık. Cluster yapıda olması, felaket kurtarma senaryosu olması ve kendi içerisinde yedekleme-depolama çözümüne sahip olmasından dolayı HPE SimpliVity beklentilerini karşılayan bir sistem oldu. HPE SimpliVity ile yedeklemede 8:1 boyutunda tasarruf kazandırdık. HPE SimpliVity ile anlık yedekleme ve yedekten geri dönme-restore yeteneğine sahip olundu. Dışarı alınan günlük backuplar 2-3 saat aralığında alınırken, şuan 60 saniyenin altına düştü."

Proje hedefleri

- Büyüyen iş gereksinimlerine hızlı yanıt verebilmek
- Güncel ve kolay yönetilebilen bir BT altyapısı
- Sistem, zaman ve işgücünde tasarruf ve verimlilik
- Tek noktadan yönetim ve kesintisiz bir altyapı

Kazanımlar

- Kesintisiz BT sistemleri ve altyapı mimarisine geçildi
- Hızlı yedekleme ve veri tekilleştirme yeteneği elde edildi
- Tek noktadan merkezi bir yönetime kavuşuldu
- Veri boyutlarında tasarruf sağlandı
- Zaman, enerji ve işgücü tasarrufu elde edildi
- Yapay zeka özellikli yeni hiper bütünleşik bir altyapı oluşturuldu
- Sistem performansında artış sağlandı

Hewlett Packard Enterprise

ASIR
www.asirbil.com

MOPAŞ

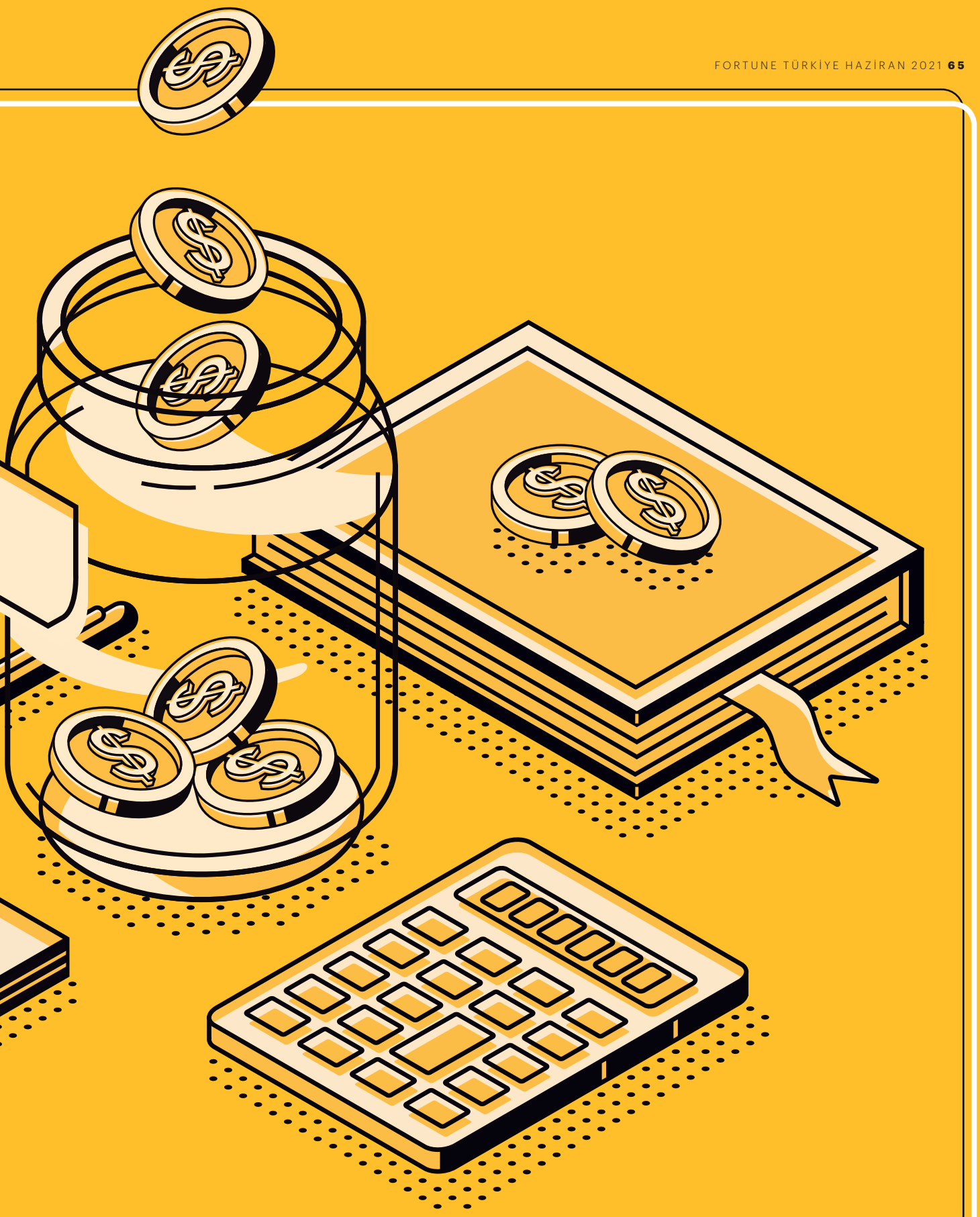
ADVERTORIAL

YATIRIMDA MİTLER VE GERÇEKLER

SALGIN SÜRECİNİN YARATTIĞI BELİRSİZLİK ORTAMI VE ARTAN BİLGİ KİRLİLİĞİ, YATIRIMCILARIN SAĞLIKLI BİR YATIRIM KARARI ALMASINI OLUMSUZ ETKİLİYOR. FORTUNE TÜRKİYE OLARAK, YATIRIM KARARLARINIZDA YARDIMCI OLMASI İÇİN KONUNUN UZMAN İSİMLERİYLE YATIRIM ENSTRÜMANLARINA İLİŞKİN DOĞRU BİLİNEN YANLIŞLARI BİR ARAYA GETİRDİK.

BEGÜM NUR ALKIŞ







ENVER ERKAN
TERA YATIRIM BAŞEKONOMİSTİ

Mit: "Altının ons fiyatı yükselince gram altın yükselir."
Küresel piyasalarda altın yükselince, gram altının fiyatı yükselmeyebilir. Genelde "altın yükseldi" sözünden gram altın kastedilir, ancak durum böyleyken her zaman küresel piyasalardaki altının ons cinsinden fiyatı yükselmebilir. Yani olan durum aslında altının değer kazanıyor olması değil, altının TL'ye karşı yükseliyor olması olabilir. Bu durum USDTRY kurunun hareketi ile ilgilidir. Gram altın ya da başka bir deyişle altının TL bazlı fiyatı, altının USD bazlı ons fiyatının TL'ye çevrilmesi ve ons biriminin de grama çevrilmesi ile ortaya çıkar. Bir ons yaklaşık olarak 31,1 gramdır. Farklı hesaplar farklı çevrimler elde edilebilse de, aşağı yukarı buna yakın sonuçlar çıkar.

Mit: "Mit: "Altın ile enflasyon değişkenleri arasındaki ilişki her zaman pozitiftir."
Altın ile enflasyon değişkenleri arasında pozitif bir ilişki vardır, ancak bu ilişki belli periyotlarda yapısal anlamda kırılmalara uğrayabilmektedir. Bu da konjonktürel değişimlere bağlanmıştır. Bu çerçevede altın ile enflasyon arasındaki uzun dönemli ilişki, piyasanın her döneminde aynı şekilde güçlü değildir. Bunun nedeni de para politikalarında ve mali politikalarda meydana gelen geçici sıkılaşma ve genişlemelerdir.

Mit: "Kripto para güvenilir değildir."
Aslında güvenilirlik kripto paranın değil, işlem yaptığınız kripto borsası ile alakalı bir durumdur. Blockchain teknolojisinin alt yapısı işlemlerin güvenliklerinde ana unsurdur. Ayrıca kullanıcılar, cüzdanlarının korumasını çift aşamalı kimlik doğrulama ile artırabilirler. Sıcak ve soğuk cüzdan ayrımı da önemli. Sıcak cüzdan, işlem platformunda hazır tuttuğunuz varlıkları sınıflarken, soğuk cüzdanda donanımsal ve internet erişimi olmayan bir saklama mevcut.

Mit: "Kripto paralar anonim ve merkeziyetsizdir."
Cüzdan bilgileri kamuya açık olmadığından kişiler anonim olabilir, ama bu işlemlerin alt yapısını oluşturan blockchain yapısında işlemler görülebilir ve takip edilebilir. Şu an dünyada sermaye piyasaları düzenleyicileri regülasyon konusunda adımlar atmayı değerlendirmektedir. Ancak piyasanın temeli, fiyatların arz ve taleple şekilleniyor olmasıdır.



ATTİLA KÖKSAL
FİNANSAL OKURYAZARLIK VE ERİŞİM DERNEĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Mit: "Döviz alıp evde tutmak, olası finansal krizlere karşı garantili bir önlemdir."
Dövizi evde, kasada, yastık altında, vb. saklamanın birçok riski vardır. Hırsızlık, yangın, kaybolma gibi risklerin yanı sıra herhangi bir getiri elde etmeyen bu birikimlerin enflasyona karşı alım gücünü kaybetme ihtimali yüksektir. Yastık altında saklanan dolar, TL'ye karşı nominal olarak değer kazanmış gibi görünse de, belirli dönemde reel olarak değer kaybedebilir. Örneğin, 1986 yılında 100TL'lik bir birikim ile alınan doların, bugünkü alım gücü son yıllardaki önemli yükselişe rağmen 2020 sonunda 40 TL'ye düşmüştür. Bu 35 yıllık dönemde enflasyon ortalaması yüzde 34.6, doların Türk Lirası'na karşı değer kazancı ise yüzde 31 olmuştur.

Mit: "Altın her dönemde kazandıran bir yatırım aracıdır."
Son yıllarda hem yurtdışında ons cinsinden değeri artan, hem de yurt içinde dolara bağlı olarak değer kazanan altın yatırımcılarına iyi kazançlar sağlamıştır. Ancak, altın her dönemde kazandıran bir yatırım aracı değildir. Türk yatırımcıların gözdesi olan gram altın, 1986 yılından 2015 yılına kadar geçen 30 yıllık dönem boyunca yüksek getirili birkaç yıl geçirmesine rağmen toplamda yatırımcılarına reel getiri üretememiştir.

Mit: "BES yatırımlarında getiri oynaklığı ve riski düşük fonları seçmek sağlamcı bir yaklaşımdır."
BES yatırımları 20-30 sene vadeli, uzun soluklu yatırımlardır. Uzun vadeli yatırımları kısa vadeli bir perspektifle oluşturmak, onların başarısız olmasına neden olur. Örneğin, birçok kişi getiri oynaklığı yüksek olan hisse senedi fonlarını almak yerine, getirisi düşük olan para piyasası fonlarını tercih ediyor. Masraflar düşüldükten sonra bu fonların getirileri uzun vadede yatırımcıları tatmin etmiyor, birikimler yeterince büyümüyor. Daha riskli oldukları düşünülen hisse senedi ve eurobond fonları emeklilik hedefleri açısından uzun vadedeki yüksek getiri beklentileri nedeniyle daha doğru yatırımlardır.



MURAT AKYOL
ÜNLÜ & CO ARAŞTIRMA BÖLÜMÜ
KIDEMLİ MÜDÜRÜ

Mit: "Hisse senetleri çok risklidir."
Hisse senetlerinin belli oranda risk taşıdığı doğru olmakla birlikte burada karşılaştırma ölçütünün ne olduğu son derece önemli. Ayrıca unutmamak gerekir ki, hisse senetlerine yatırımı belirli temel prensipler çerçevesinde yapmak riskleri asgari seviyede tutabilir. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli konu portföyü çeşitlendirmek olacaktır. Diğer bir ifadeyle, tüm yumurtaları aynı sepete koymamak gerekir. Sahip olunan portföyde birkaç hisse senedine diğerlerinden çok daha fazla ağırlık vermek doğal olarak riski artırır. Bunun önüne geçmek için hisse senedi portföyü oluşturulurken ağırlıkların dengeli bir şekilde dağıtılması gerekir.

Mit: "Yatırım yapmak için büyük ölçekli tutarlar gerekir."
Yatırımcı denildiği zaman çoğu insanın aklına yüksek montanlı yatırım yapan, varlıklı kimseler gelebilir. Ancak yatırım yapmak için büyük ölçekli tutarlar gerekmez. Küçük birikimlerle yatırım yapılması mümkün. Sırf bu nedenle yatırımı ertelemek, birikimlerinizin büyümesini ve gelecekte refah seviyenizin artmasını engelleyebilir. Kaldı ki, hisse senetlerine kendi kendinize yatırım yapmanız gerekmiyor. Bir yatırım hesabı açtığınızda danışmanınız size gerekli bilgi ve tavsiyeleri verecektir.



SERKAN GÖNENÇLER
GEDİK YATIRIM EKONOMİSTİ

Mit: "Rekabetçi kur (yerel para biriminin değer kaybı), doğrudan ihracatı destekler."
Türkiye'nin iç talebe dayalı büyüme modelini ihracata dayalı bir hale dönüştürmek, en önemli ekonomik hedeflerden biri. TL'deki zayıflığın, rekabet gücünü arttırarak bu hedefe ulaşmayı kolaylaştıracağı yönünde genel bir inanış bulunuyor. Ancak, ihracatımızın yıllar içindeki gelişimi, ihracat potansiyelinin doğrudan kur seviyesi ile bağlantılı olmadığını ortaya koyuyor. Örneğin, sepet kurdaki yıllık ortalama artışın sadece yüzde 1 ile sınırlı kaldığı, dolayısıyla TL'nin aşırı değerli kabul edildiği 2002-2008 arası dönemde, ihracattaki yıllık ortalama artış yüzde 25'e ulaşmıştır. Oysa, TL'nin istikrarlı bir şekilde değer kaybettiği ve sepet kurda yıllık ortalama artışın neredeyse yüzde 20'ye vardığı 2012 sonrası dönemde (sepet kur düzeyi bu süreçte dört katına ulaşmıştır), yıllık ortalama ihracat artışı yüzde 1'in bile altında kalmıştır. Salgın koşulları nedeniyle ihracatın gerilediği 2020 yılı dışarıda tutulsa bile, yıllık ortalama ihracat artışı yüzde 2'yi bulmamaktadır. Bu durum, ihracat artışının sadece kur seviyesine bağlı olmadığını ortaya koyuyor. Örneğin, 2002-2008 arası dönemde güçlü TL'ye rağmen hızlı ihracat artışı (baz etkisi dışında), üretimde ithal ara malı (hammadde) kullanımının yoğunlaşması sayesinde sağlanmıştı. Bu durum şimdilerde yapısal bir sorun olarak, cari açıkta kalıcı bir düşüş önündeki en önemli engellerden biri olarak karşımıza çıkıyor.

Öncelikle, firmaların rekabet gücünü kur seviyesi dışında enerji ve işgücü gibi üretim faktörlerinin dağılımı ve verimlilik artışı gibi başka faktörler de belirliyor. Dolayısıyla, reel kur ya da nominal kur seviyelerine bakarak, kurun rekabetçi olup olmadığına karar vermek çok doğru bir yaklaşım değil. Öte yandan, yerel para birimindeki aşırı değer kaybı, sonunda yüksek enflasyon yaratarak firmaların rekabet gücü konusundaki kazanımlarını büyük ölçüde siliyor. Aynı zamanda, ihracatçı firmaların dövize dayalı maliyet yapıları (ithal ara malı ağırlığı) nedeniyle de, TL'deki değer kayıpları, firmaların rekabet güçlerini istendiği ölçüde arttırmıyor. Kurdaki dalgalanma aynı zamanda firmaların fiyatlama yapmasını zorlaştırarak da, firmaların kar marjlarını, dolayısıyla ihracattan elde edilecek katma değeri önemli ölçüde sınırlandırıyor.

Özetle, ihracat potansiyeli açısından, kurun seviyesinden çok, kurun istikrarlı (öngörülebilir) bir seyir izlemesinin çok daha önemli olduğunu söyleyebiliriz. Son olarak, ihracattan elde edilecek katma değerin arttırılması için, sadece nicelik artışı sağlanması değil, nitelik olarak da bir dönüşüm yapılması gerekiyor. Örneğin, yaklaşık 150 gram ağırlığa sahip bir akıllı telefondan sağlanan gelire ulaşabilmek için tonlarca patates ihraç etmek gerekiyor. Bu nedenle, zaman içinde yüksek teknolojili ve katma değeri yüksek ürünlerin üretimi konusunda ilerleme kaydetmek, bunun planlamasını yapmak da önemli.



MEHMET GERZ
ATA PORTFÖY YÖNETİMİ CEO/CIO'SU

Mit: "Emeklilik şirketim BES portföyümü en iyi şekilde yönetiyor."
Fonlar portföy şirktleri tarafından yönetiliyor ama getiri açısından en önemli olan doğru fonları seçmek ve belli zamanlarda değiştirmektir. Bu sorumluluk ise katılımcının kendisine ait. Katılımcıların çoğu bununla başa çıkamayacağı için emeklilik şirketinin robot çözümlerine dahil olabilirler. Uzun vadede ise yatırım danışmanlığının yaygınlaşıp, isteyen katılımcılara birebir danışmanlık vermesi doğru çözüm olacaktır.

Mit: "BES'e girme nedenim devlet katkısıdır."
Devlet katkısı sınırlı bir teşviktir. Yıllar boyunca BES'teki portföyünüz büyüdükçe, devlet katkısının etkisi giderek azalır. Büyüen bir BES hesabı için asıl önemli olan doğru fonları seçip, enflasyonun üzerinde getiri sağlamaktır. Fonların tek tek getirisini görseniz bile BES hesabınızın toplam getirisini emeklilik şirketi raporlamayabilir (Not: Fonların tek tek getirisini görebiyor olabilirsiniz ama önemli olan hesabın toplam getirisidir). Her yıl başı, bir önceki yıl oluşan toplam getirinizi e-mail ile veya telefon edip talep edin ve enflasyon ile kıyaslayın.

Mit: "BES fonları için kurulacak TEFAS'a benzer BEFAS sistemi ile her fonu almak ve yılda altı kez yerine 12 kez değiştirme hakkı, katılımcıya getiri açısından büyük bir avantaj sağlayacak."
Bu reform sistem açısından bir ilerleme olsa da katılımcılardan sadece fon seçiminde ehil olan çok küçük bir kısmını (7 milyon gönüllü BES katılımcısının tahminen yüzde 5'inden az kısmı) ilgilendiriyor. Katılımcılar bağımsız finansal danışmanlık alamadığı sürece fon seçimindeki ek haklar çok fazla birşey ifade etmeyecektir. Diğer yandan, fon seçim evrenine yatırım fonlarının da dahil edilseydi, katılımcı açısından seçenekler çok daha zengin olurdu.



DUYGU GÜLÇUR
İŞ PORTFÖY DAĞITIM KANALI YÖNETİMİ BÖLÜMÜ MÜDÜRÜ

Mit: "Yatırım fonu alabilmek için yüksek miktarda birikim gereklidir."
Yatırım fonu alabilmek için yüksek miktarda birikim zorunlu değildir. Yatırımcılar TEFAS platformunda işlem gören yatırım fonlarını, TEFAS'a üye tüm yatırım kuruluşları aracılığıyla alabilirler. Böylelikle ister küçük ister büyük miktardaki birikimleriyle, yatırım fonu katılma payı alarak fon portföyündeki varlıklara da yatırım yapabilirler. Katılma payı, yatırımcıların fona katılımlarını gösteren ve kayden izlenen bir sermaye piyasası aracıdır. Fon izahnamelerinde ve bilgilendirme dokümanlarında katılma payı alım ya da satım limitlerine dair detaylar mevcut. Bununla birlikte bazı fonları alabilmek için Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) mevzuatına göre, nitelikle yatırımcı olma şartı aranmaktadır. Özel şartlara tabi olan yatırım fonları olarak tanımladığımız bu tür fonlara (serbest fonlar, girişim sermayesi yatırım fonları, gayrimenkul yatırım fonları gibi), yatırım yapabilmek için alt limit bulunmayabilir ancak nitelikli yatırımcı şartını sağlamak gerekmektedir. Yatırım fonlarıyla ilgili bir diğer önemli unsur ise yatırım fonlarının hangi risk grubunda yer aldığıdır. Yatırımcılar, kendi risk profiline uygun olan fonlara yatırım yapmayı tercih etmelidir.

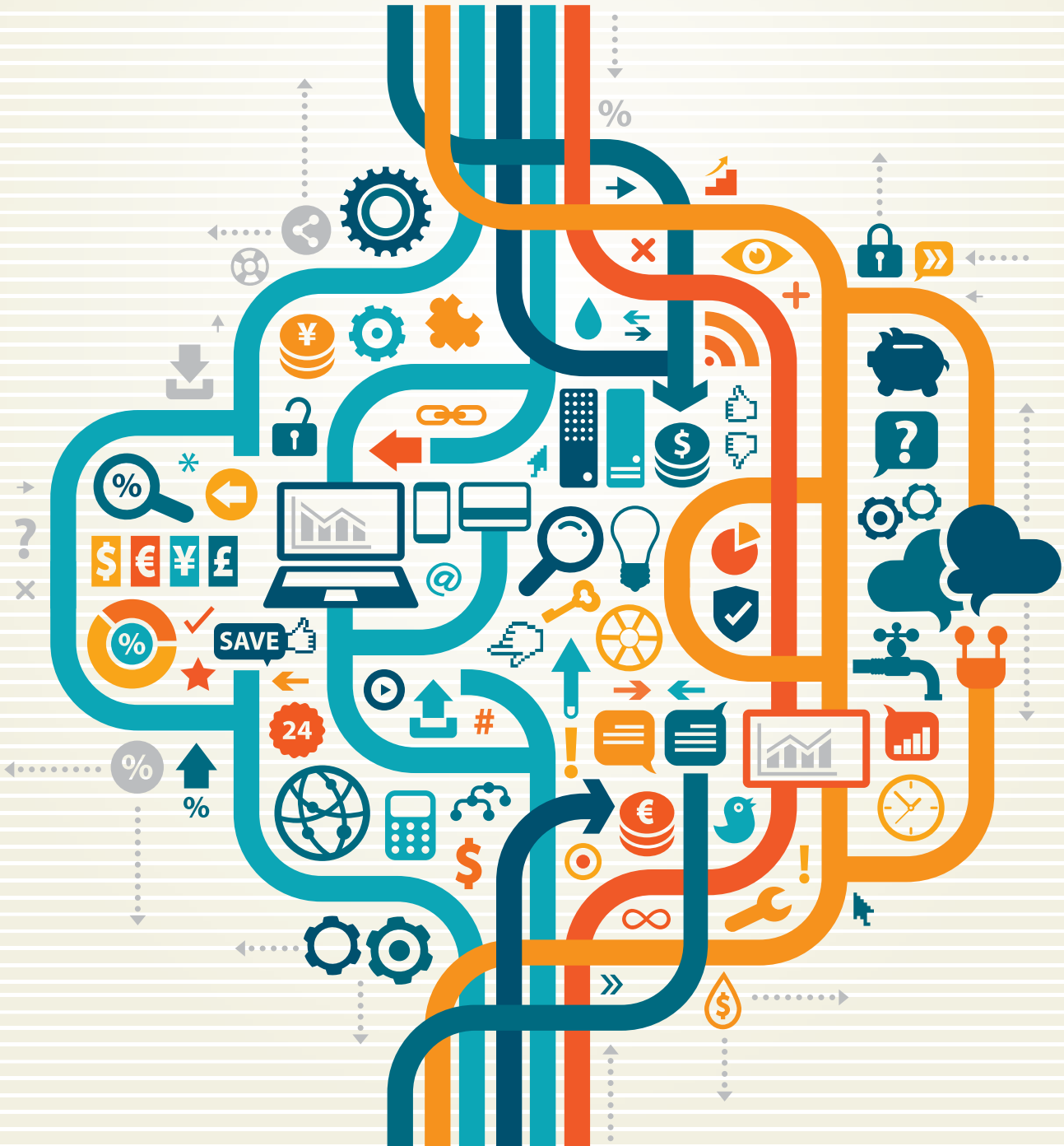
Mit: "Yatırım fonu almak için farklı kurumlarda ayrı birer hesap açmanız gereklidir."
Yatırımcılar varlıklarını değerlendirmek istediği yatırım fonlarını (özel şartlara tabi olan yatırım fonları hariç olmak üzere), mevcutta kullandıkları banka ya da aracı kurumlarda bulunan yatırım hesabı üzerinden kolaylıkla alabilirler. Hesabı bulunmayan yatırıcımlar ise tercih ettiği banka ya da aracı kurumda yatırım hesabı açarak fon işlemlerini tamamlayabilirler. Günümüzde banka ve aracı kurumların şubeleri, internet bankacılığı ve mobil uygulamaları üzerinden yatırım fonu alım ve satım işlemleri kolaylıkla gerçekleştirilmektedir. Ayrıca TEFAS web sitesinden (www.tefas.gov.tr) istenilen fona kolayca erişilebilir, fon hakkında detaylı bilgi ve analizlere ulaşılabilir, diğer fonlar ile karşılaştırabilir. 2015 yılında SPK tarafından hayata geçirilen bu platform sayesinde yatırımcılar, hesapları hangi kurumda olursa olsun, TEFAS'ta işlem gören tüm fonlara ilişkin alım satım işlemlerini kendi banka ya da aracı kurumları üzerinden gerçekleştirebilirler.


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

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE İKİNCİ

GELECEĞİN BANKACILIK EKOSİSTEMİ FARKLI BİR NOKTAYA EVRİLİYOR. TÜRK BANKACILIK SİSTEMİNİN GÜCÜ, İNOVATİF KÜLTÜRLE BÜYÜYOR. YENİ İŞ MODELLERİ DEVREYE GİRİYOR. REKABET ARTIYOR VE PAZAR PAYI SIRALAMALARI DEĞİŞİYOR. **PEKİ, BU YENİ DÖNEME TÜRK BANKACILIĞI HAZIR MI?**

ŞULE LALELİ



ISTOCK

DALGA DİJİTAL DÖNÜŞÜM

TÜM DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE COVID-19 etkisiyle dijitalleşme çalışmaları hızlandı. Bankalar, bu dijitalleşme çalışmalarına 90'lı yılların sonlarında müşteri yönetimi ile başladı. İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık alanında dünyada çok sayıda başarıya imza attı. Dijital bankacılık zaman içinde çok önemli bir rekabet avantajına döndü, şubesi olmayan dijital bankalar ile finansal hizmet veren teknoloji şirketlerinin yer aldığı yeni pazarlar yarattı. Müşteri yönetiminin dijitalleşmesi ile dijital dönüşümdeki ilk dalganın tamamlandı. İkinci dalga olarak bankaların uçtan uca süreç optimizasyonuna odaklanarak, hem bireysel, hem ticari, hem de kurumsal bankacılık alanında kredi verme süresini günler ve hatta saatler seviyesine indirmek istediklerini görüyoruz.

Fortune Türkiye, bankacılık ve finans ekosisteminin değerli temsilcileriyle Finans Buluşmaları'nda biraraya geldi. SAS sponsorluğunda gerçekleşen webinarda, bankacılık ürünlerinin dijitalleşmesi, ikinci dalga dijital transformasyon, dönüşüm danışmanlarının, veri bilimcilerin ve teknoloji uzmanlarının ortak iş hedefleri, bankaların uçtan uca yatay süreç optimizasyonu ele alındı.

İşte bu önemli buluşmadan yansıyanlar...

TAYFUN TOPKOÇ • SAS GÜNEYDOĞU AVRUPA BÖLGESİ GENEL MÜDÜRÜ

'YAPAY ZEKA VE VERİ ODAKLI DİJİTAL DÖNÜŞÜME LİDERLİK EDİYORUZ'



"SAS, analitik sektörüne liderlik eden bir şirket. Dijitalleşen ve dijitalleşmenin zorunlu hale geldiği bu dönemde, finansal başarı ve sürdürülebilir yapılar yaratmak, veri ve yapay zekanın odağındaki modellerle mümkün olabiliyor. Analitik yöntemleri kullanan, verilerinden değer yaratmak isteyen kurumlara SAS olarak çözümler sağlıyoruz" diyen SAS Güneydoğu Avrupa Bölgesi Genel Müdürü Tayfun Topkoç, finans ve bankacılık ekosisteminde, verilerin korunması, bulut bilişim altyapıları ve ileri analitik veri projeleriyle gelecek döneme ilişkin sürdürülebilir projelere imza attıklarının altını çiziyor.

Bankaların ilk dalgada kanalları dijitalleştirdiğini, ikinci dalgada ise yatay olarak bankacılık ürün ve süreçlerini uçtan uca optimize ederek, bankacılık ürün ve hizmetlerini dijitalleştirmeye başladığını görüyoruz. Sizce ikinci bir dalgaya girdik mi? SAS olarak bu ikinci dalgayı siz nasıl tanımlıyorsunuz?

"SAS analitik konularda sektöründe lider şirketlerden biri. Yenilikçi yazılım ve hizmetlerle dünyanın her yerinden müşterilere veriyi zekaya dönüştürmeleri için destek ve ilham veriyor. Dijital dönüşümün odağında yer alan bankacılık, SAS için çok önemli. 1976 yılında kurulduğumuzdan bu yana ki; -Türkiye'de 24 yıldır bankacılığı, sermaye piyasalarını ve sigortacılığı içine alan küresel finansal hizmetler sektörüne-hizmet veriyoruz. SAS'ın bankacılıktaki şirket yıllık gelir payı, yüzde 30'un üzerindedir. Finansal hizmetler alanında 3 bin 500'ü aşkın müşteriye sahibiz. En iyi 100 küresel bankanın da yüzde 90'ından fazlasını temsil ediyoruz. Tüm bunlar bankacılık ve finans ekosistemine bakış açımızı daha da önemli hale getiriyor. Dijital dönüşüm süreci bankacılık sektöründe ilk olarak müşteri deneyimini geliştirme amaçlı ortaya çıkan internet bankacılığı ve ardından mobil bankacılık uygulamaları ile başladı. Dijital dönüşüm süreçlerinde önemli ivme yakalandı. Bankalar, finans teknolojileri ile fintech'lerden oluşan yeni pazarın doğmasını sağladı. Müşteri katılım süreçlerini uçtan uca optimize ederek dijital kanallar kurdular. Dijitalde müşteri katılım modeli devreye girdi.

Şimdi bundan sonraki ikinci dalga ise uçtan uca analitik ve veri üzerine olacak. Yapay zeka teknolojilerinin kullanılmasıyla bankacılık optimizasyon süreçlerine evrilecek. SAS olarak dijital dönüşümün ikinci dalga etkilerini Avrupa, Rusya ve ►



Çin'de görmeye başladık. Dijital ekosistemler şekilleniyor. Bankalar çok önemli veri kaynakları. Entegrasyona odaklılar. Müşterilerine daha basit, daha hızlı çözüm üreten ve dijital ürün geliştirmede farklılık yaratacak kişiselleştirilmiş deneyimler sunuyorlar. Öte yandan organizasyonlarda BT ekiplerinin yoğun olması, pandeminin yarattığı değişim, kaynakların sınırlı ama isteklerin sınırsız olması çok büyük yükler getiriyor. İşte tam da bu noktada SAS olarak bankalara dijital pazar yeri yatırımları yaparak, yapay zeka ile finansal değer zincirini optimize edebilecekleri platformlar sunuyoruz. Bankaların dijital dönüşüm yolculuklarında veri, analitik ve BT ekipleriyle yakın olarak çalışmaları, model geliştirme süreçlerini gözden geçirmeleri büyük önem taşıyor. Teknolojik altyapılarda modernizasyona gidilmesi ve analitik platformların kullanımı bankalara rekabet avantajı ve verimlilik sağlıyor. Son dönemde suistimal çözümleri satışlarında ciddi artış var. Yapay zekanın kullanıldığı ve iş modellerinin arttığı yeni bir döneme geçtik. Risk yönetimi önem kazanıyor. Modellerin yenilenmesi gerek. SAS ikinci dalga dijital dönüşümün odağındaki şirketlere, kurumlara dijital dönüşüm sürecinde önemli hizmetlerle ve servislerle destek verirken, bu dönüşümü sürdürülebilir kılmak üzere çalışıyor."

İkinci dalga dönüşümünü iş birimleri, analitik ve teknoloji ekipleri ve İK açısından değerlendirir misiniz? Veri analitikteki değişim tüm bu alanları nasıl etkileyecek?
"Daha hızlı ve daha doğru kararlar için ileri ve tahmine dayalı analitiğe yatırım yapmak gerek. SAS olarak bakanlıklar ve kamu ile ülkemize değer katan önemli projelere imza atıyoruz. Türkiye'de kurumlara ve şirketlere dijital dönüşüm yolculuğunun ilk adımında, ihtiyaç duydukları veri tabanlı platformları ve çözümleri sağladık ve sağlamaya devam ediyoruz. Ar-Ge'ye büyük yatırımlar yapıyor ve sürekli inovasyon diyoruz. SAS'ın global vizyonu ve sahip olduğu derin bilgisini Türkiye'nin gelişmesine katkı sunmak üzere paylaşıyoruz. Çünkü Türkiye'nin daha refah bir ülke haline gelmesi ve rekabette öne çıkması için şimdinin ve geleceğin ihtiyacı olan, teknolojinin gelişimi ile ortaya çıkan yeni meslek alanlarında yetişmiş insan açığının bir an önce kapatılması gerektiğine inanıyoruz.

Bu konuda SAS Türkiye olarak kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında 'Türkiye Dijital Zekasıyla Kalkınacak' sloganıyla Dijital Teknoloji Geliştiriciler Projesi'ni 2019 yılında Türkiye Bilişim Vakfı ile birlikte başlattık. Bu proje ile Türkiye'nin dijitalleşme sürecini hızlandırmak ve geleceğin dijital ekonomisinde oyun kurucu olmasını sağlamak için veri bilimi, analitik, yazılım ve programlama gibi alanlarda yeterliliğe sahip dijital teknoloji geliştirici yetiştirmek gerektiğinin altını çiziyoruz. Dijital Teknoloji Geliştiriciler projesine başta iki üniversite ile başladık. Bugün 20 üniversiteye ulaşmış durumdayız. Bugün eğitimlerimize, workshoplarımıza katılmış 5 bin gence ulaşmış durumdayız. Üzerinde durduğumuz en önemli konulardan biri bu.

Bir diğer konu ise veri analitiğindeki dönüşüm. SAS olarak bu konunun üç odağı var. İlki teknoloji bacağı. Yani platformun olmazsa olmazı. İkincisi bu işin süreç tarafı. Son olarak da insan ve organizasyon. İnsan ve organizasyon tarafında analitik mükemmeliyet merkezlerinin standartlaşması ve bazı işleri hızlı yapma konusunda iş birimlerinde veri bilimcilerle ilerlemek gerektiğini düşünüyoruz. Bu konuda özellikle bankacılık sektörünün öncü olması gerektiğine inanıyoruz. Kamuda, çok önemli 'Mükemmeliyet Merkezi' projelerimiz var. Belediyeler ile projeler yürütüyoruz. Trafik optimizasyonundan su yönetimine birçok işin düşünüldüğü, farklı iş modellerinin öne çıktığı ve hatta bankaların da bunun içinde olması gerektiğini düşündüğümüz bir iş modelini gündeme getirdik. Bu konu stratejik hale getirilip, verimlilik sağlanabilir.

İkinci olarak analitik model, karar destek, deneyim hepsi ayrı ayrı platformlarda. Öngörümüz bunların hepsinin tek bir platformda olması yönünde. Bu kadar dinamik, değişen bir dünyada kopuk halde olmamak gerek. Zaman en önemli konu.

Üçüncü konu ise süreç optimizasyonu. Daha çok uçtan uca analitik platformlar bankacılık sektörünün odağında ve inovasyon için çok önemli noktada. Türk bankacılığı inovatif işlere imza atıyor. Özellikle patent alma konusuna odaklanmalı. Mesela, Bank of America pandemide rekor sayıda patent almış. 400'ün üstünde patent başvurusu yapmış. Türkiye'deki bankalar da çok iyi işler yapıyor. Yapay zekalı ATM'ler, yapay zeka temelli programlar... Biz de bu projeleri, işleri ve inovatif fikirleri hızlı bir şekilde patentlemeliyiz. Patent başvurularını, inovasyon konularını gündemde tutmalıyız."

İkinci dalga dijital dönüşümün finansal göstergelere etkisi sizce nasıl olacak? Bulut bilişim çözümleri finans ekosisteminde nasıl bir sürece evrilecek?
"Bulut bilişim; ölçeklendirilebilirlik, hızlı dağıtım ve BT teknolojilerinin değişen iş hedeflerine yönelik daha iyi uygulamaları, platformları ve altyapıları gündeme getiriyor. Bulut bilişim tüm endüstrilerdeki iş inovasyonları açısından önemli bir güç. Bulut bilişim pek çok organizasyonun teknoloji stratejisinin merkezinde yer alıyor. Bulut bilişimin teknolojik avantajları; bilişim kaynaklarını artırıp azaltma becerisi, daha güvenilir ağ bağlantıları sağlaması ve büyük veriyi her yere yayma becerisi onu her boyuttan organizasyon için çekici hâle getiriyor. Sağlam bir mimari ve buluta kontrollü şekilde geçişle, organizasyonlar analitik becerilerini ve performanslarını daha yüksek seviyelere çıkarabilirler. Özellikle bulut konusunda bankaların lokal mi yoksa mevcut bulut sağlayıcılarla mı devam edecekleri gibi konular gündemde. Mesela, Yunanistan'da bankaların gündemi bulut bilişim ve bulut hizmetleri. Bulut çözümleri konusunda Yunanistan'daki bankacılık kategorisindeki müşterilerimizden talepler alıyoruz. Türkiye'nin de bu süreci çok yakın takip ettiğini düşünüyorum. Bence odaklanılması gereken en önemli konulardan biri de bugün ve gelecek dönemde bu konu olacak."

Bankaların dijital dönüşüm yolculuklarında veri, analitik ve BT ekipleriyle model geliştirme süreçlerini gözden geçirmeleri önemli. Teknolojik altyapılarda modernizasyona gidilmesi bankalara rekabet avantajı ve verimlilik sağlıyor.

ISTOCK

DR. İLKER ALTINTAŞ • AKBANK GENEL MÜDÜR YARDIMCISI / TEKNOLOJİ VE OPERASYON

'DİJİTALLEŞME VİZYONUMUZLA, YENİ DÖNEME ÖNCÜLÜK EDİYORUZ'

Akbank Genel Müdür Yardımcısı Dr. İlker Altıntaş, Akbank'ta karar destek sistemlerini, operasyonel süreçleri uçtan uca tasarlayarak gözden geçirdiklerini söylüyor. Altıntaş; "Müşterilerimize doğru zamanda, doğru deneyimi yaşatmaya odaklıyız. Akbank olarak dijitalleşme vizyonumuz, güçlü teknolojik altyapımız, güncel ve yeni teknolojilerle geliştirdiğimiz uygulamalarımız, modern veri merkezimiz ve tecrübeli ekiplerimizle dijital dönüşüm sürecine ve bankacılık ekosistemine liderlik ediyoruz" diyor.



Bankaların ilk dalgada kanalları dijitalleştirdiğini, ikinci dalgada ise yatay olarak bankacılık ürün ve süreçlerini uçtan uca optimize ederek, bankacılık ürün ve hizmetlerini dijitalleştirmeye başladığını görüyoruz. İkinci dalgaya girdik mi? Türk bankacılığı bu dönüşümü nasıl yönetiyor?
"Sürekli evrimleşen bir bankacılık sürecindeyiz. Operasyonel verimlilik, müşteri deneyimi, yapay zeka analitiği rolünün artmasıyla beraber dalga dalga kendi içinde dijital dönüşümü yaşıyoruz. Pandemiyle beraber teknolojinin hayatımızdaki payı arttı. Teknolojinin farkındalığı beklenmedik boyutlara geldi. Son bir yıl içinde toplam kartlı ödemeler içinde temassız kartlarla ödeme payı, yüzde 50'lere ulaştı. Bu oran pandemi öncesi yüzde 15-20'lerdeydi. E-ticaret sitelerinin payı ödemelerde 1/4 oranlarında. Ödemelerin artık yüzde 25'i online ticaret sitelerinden gerçekleşiyor. Telefonla yapılan temassız ödemeler yedi kat arttı.

Artık kişiselleştirilmiş deneyimler öne çıkıyor. Dijital mobil teknolojiler, yapay zeka, analitik, blok zinciri, otomasyon bulut teknolojileri konuları çeşitleniyor. Artık iş modellerinde sadece bankacılık değil, bütün sektörler birbirine yaklaştı. Sınırlar kayboldu. Platformlar konuşuluyor. Dijital servislere odaklanıyoruz. İş modellerinde de inanılmaz fırsat pencereleri açıldı. İşin tanımı değişti. Uzaktan çalışmanın mümkün kılındığı, hibrit işler gündemde.

İnsanın yaratıcılık tarafının öne çıktığı, esnek düşünme, problem çözme, kritik, eleştirel yetkinliklerin, duygusal zekanın öne çıktığı bir noktadayız. Aynı zamanda ileri analitik yapay zeka, makine öğrenmesi gibi uygulamalara yönelik teknoloji destekli iş modellerine doğru gidiyoruz. Dijitalleşmenin önünü açacak düzenlemelere ihtiyaç var. Kısa süre önce devreye giren dijital müşteri edinimi yönetmeliği bir başka dönemin kapısını aralayacak. Açık bankacılık ile ilgili düzenlemeler yakın zamanda artık daha fazla konuşulacak. Dijital ile bağ kurmak isteyen müşterilerimiz için satış, servis modellerimizi dijitale taşıyoruz. Bu nedenle kanallarımızı bütünsel olarak satış ve servis noktası olarak görüyor ve farklı bir deneyim yaşatmaya çalışıyoruz. Karar destek sistemlerimizi, operasyonel süreçlerimizi uçtan uca tekrar tasarlayarak gözden geçiriyoruz. Doğru zamanda anlamlı deneyimi yaşatmak en önemli konu artık."

İkinci dalga dönüşümünde bankalar veri analitiğini nasıl konumlandırıyor? İş birimleri, analitik ve teknoloji ekipleri açısından değerlendirir misiniz?
"Dijitalleşmeyi katmanlı bir model olarak görüyorum. En altta teknoloji altyapıları katmanı, onun üzerinde bilgi güvenliği ve gizlilik katmanı, onun üzerinde de uygulama ve süreçler var. Bunların üzerine müşteri deneyimini ve yeni nesil ürünleri ekliyoruz. Bu katmanların içinde veri ve analitik yok. Çünkü veriyi tüm katmanları destekleyen ve dönüştüren şekilde tam merkeze konumladık. Veriden maksimum faydalanarak, sistem yönetimini nasıl etkin kılarız diye bakıyoruz. Örneğin, Akbank olarak 'Yeni Nesil Mobil' hizmetimiz ile sadece görsel yenileme değil, aynı zamanda bu hizmetin arkasına 'aklı' koyduk. Müşterinin beklemediği anda doğru deneyimi yaşatmak üzere harekete geçtik. Çok çeşitli verileri analiz ederek iç görüler oluşturuyoruz. Teknoloji platformları ile anlam üretmek ve farklılaşmak için niş çözümlere odaklıyız. Bankacılıkta yapay zeka ve ileri analitik oldukça önemli. Özellikle müşteri deneyimi açısından. Bunun için satış noktasından tutun da müşteri memnuniyetinin ölçülmesine, sadakat modellerine kadar uzun bir süreç var. Akbank ayda 25 milyon iç görüyü müşteri verilerini analiz ederek buluyor. Sadece satış eksenli değil, operasyonel süreçlerin, uyumun iyileştirilmesi, sahtekarlığın önlenmesi gibi pek çok alanda da bu verilerle etkin çözümler geliştiriyoruz."

Analitik teknolojileri hayata geçiren iş birimleri, analitik ve teknoloji ekiplerinizin becerilerini geliştirmek için hangi adımları atıyorsunuz? Çalışmalarınızda iş ortaklarınızın yetkinliklerinden nasıl faydalanıyorsunuz?
"Teknoloji platformu ile beraber veri ve analitik kendi başına bir adacık olmaktan çıktı. Veri büyük bir okyanus. Analitik ve operasyonel sistemler farkı ortadan kalktı, artık şube sistemlerinden başlayarak, mobil bankacılık sistemlerine kadar her alan bu konudan besleniyor. Problemi, ihtiyacı, beklentiyi doğru algılayabilmek gerek. Multidisipliner takımlar ve çalışma şekilleri çok daha önemli. Bu sürekli gelişim yolculuğu da ancak çevik felsefeyi özümsemek ile sürdürülebilir olabilir. Gelecekte zengin bir işbirliği ekosistemi var ve özellikle birlikte katma değer üretebilmek için deneysel ve keşifçi çalışma modelinin benimsenmesi önemli. Teknoloji platformlarını esnek ve sürdürülebilir yönetmek için, operasyonel maliyetlerin sürdürülebilirliklerini göz önünde bulundurarak büyük teknoloji şirketlerinin yanı sıra finansal teknoloji şirketleri, akademi ve açık kaynak kodlu yaklaşımları bir denge içinde götürmek gerekli."

ÖZGÜR TÜZEMEN • GARANTİ BBVA TEKNOLOJİ GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

‘KULLANICI DENEYİMLERİNİ İYİLEŞTİREN STRATEJİLER GÜNDEMİMİZDE’

“Dijitalleşme şirketlerin iş yapış şekillerini değiştirirken, diğer yandan müşterilerin taleplerini ve tüketim biçimini de hızla dönüştürüyor” diyen Garanti BBVA Teknoloji Genel Müdür Yardımcısı Özgür Tüzemen, Garanti BBVA’da kullanıcı deneyiminin hiç bitmeyen bir süreç olduğunu, önceliklerinin kişiselleştirmenin öne çıktığı deneyimleri artırmak ve operasyonel süreçleri iyileştirmek olduğunu söylüyor.



Bankacılıkta dijital dönüşümün hızlandığını ve yeni bir dalganın geldiğini düşünüyoruz. Bankaların ilk dalgada kanalları dijitalleştirdiğini, ikinci dalgada ise yatay olarak bankacılık ürün ve süreçlerini uçtan uca optimize ederek, bankacılık ürün ve hizmetlerini dijitalleştirmeye başladığını görüyoruz. Türk bankacılığı bu ikinci dalgayı sizce nasıl yönetiyor?
“Dijital bankacılık olarak konumlandırılan yaklaşım, 1990’ların sonunda 2000’lerin başında “alternatif dağıtım kanalı” ismiyle yolculuğa başladı. Temel bankacılık hizmetlerinin verildiği, müşterilerin para transferlerini yapabildiği, bakiye ve bilgilerini görebildiği ağırlıklı maliyet odaklı bir yaklaşımdı. Tüketicilerin değişen alışkanlıkları, beklentileri, vaktin ve zamanın artan önemi, müşterilerin artan mobil kullanımlarına yönelik tercihen bu kanallarda işlem yapma isteğini ve bakış açısını değiştirdi. Teknolojik yatırımlar yapıldı. Ürünler dijital kanallara aktarıldı. Ardından gündeme gelen pandemi ile birçok sektör için olduğu gibi bankacılık sektörü de büyük bir sınav verdi. Bize hem iyi yönlerimizi gösterdi hem de süreçlerimizi tekrar gözden geçirmemizin önemli olduğunu gösterdi. Bu sayede biz de süreçlerimizi gözden geçirdik. İyileştirmelerimizi yaptık. Dijitalleşme aslında bu dönemden önce de hayatımızın bir parçasıydı. Ancak pandemi döneminde teknolojinin yaşamlarımızı kolaylaştırdığını ve değer yarattığını bir kez daha görmüş olduk. Dijital kullanım yükseldikçe, müşteri beklentileri de hiç olmadığı kadar arttı. Çünkü kullanıcılar birçok mobil uygulamayı kullanarak kıyaslama yapıyor ve hayatlarını kolaylaştıran daha basit, kullanışlı arayüzler istiyor. Dolayısıyla kullanıcı deneyimi önümüzdeki dönemde çok daha önemli bir şekilde hayatımızda yer alacak. Kullanıcılar da bunu başaran markaların hizmetlerini tercih edecek. Bundan sonraki süreçte de kullanıcıların dijital bankacılığa olan talebinin daha da yükseleceğini söyleyebiliriz. Dijital, özellikle mobil ana kanal haline gelirken, tüm yatırımlar ve geliştirmeler mobil odaklı olmaya devam edecek. Uçtan uca deneyim ve teknoloji, insanlara hizmet edecek. Garanti BBVA olarak, müşteriye ürün sunmanın ötesinde, aynı zamanda finansal sağlığını da gözeten, bu doğrultuda yönlendirmelerde bulunan, bunu iyileştirmeye yönelik çabaların olduğu müşteri memnuniyetiyle bütünleşmiş çözümler sunuyoruz. Açık Bankacılık, dijitalden müşteri olmak gibi hayatımıza yeni giren, girmekte olan kavramlar, farklı sektörlerden oluşturulacak işbirlikleri ile tüketicilere yönelik hibrit çözümler sunmamıza da imkân verecek. Dolayısıyla bir anlamda dijital bankacılıktan dijital platformlara geçeceğiz.



Önümüzdeki üç yıl içinde analitik ve veri bankaları nasıl dönüştürecek? İş birimleri, analitik ve teknoloji ekiplerini eşgüdüm içinde nasıl çalıştırmayı hedefliyor?
“İleri analitik uygulamaları açısından baktığımızda Türk finans sektörünün dünyada öncü olduğunu düşünüyorum. Finans sektörü gerek hitap ettiği müşteri adedinin çok fazla olmasından kaynaklı dikeyde, gerek ürün hizmet çeşitliliğinin yelpazesinin geniş olması nedeniyle yatayda çok yoğun veri üreten bir sektör. Eldeki iş yüküne, iş büyüklüğüne baktığımız zaman yine kişiselleştirme, müşteri deneyimine katkıda bulunma, müşteriye ek değer yaratabilecek uygulamaların içerisinde daha fazla analitiğin yer alacağını öngörmek mümkün. Verinin önemini artık hepimiz biliyoruz. Bu veriyi anlamlı hale getirerek en iyi şekilde kullanmak şirketler açısından önemli. Bankacılıkta müşterilerimizin çok fazla verisi mevcut. Bu veriyi doğru anlamlandırarak, müşteriye özel önerilerle hayat kolaylaştıran hizmetleri vermeye devam edeceğiz. Garanti BBVA olarak teknoloji, süreç ve insan kaynağının yanı sıra iş sürekliliğini sağlamaya, regülasyonlara uyumu gözetmeye devam edeceğiz.”

Analitiğin hızlandıracağı bu ikinci dalgada dijital dönüşüm ile bankaların maliyet/gelir rasyolarında ve finansal göstergelerinde ciddi bir iyileşme olacağını söyleyebilir miyiz? Bankalar bu ikinci dalga dijital dönüşüm ile hangi finansal göstergelerde nasıl bir iyileşme hedeflemeli?
“İleri analitik çözümleri gerek hacimsel büyüklüklere gerekse gelir arttıran, maliyet düşüren katkıları itibarıyla hâlihazırda bilançolara etki eder durumda. Bundan sonra takip edeceğimiz parametreler, tavsiye skorları ve müşteri memnuniyet anket sonuçları olacak. Kişiselleşme, farklı deneyim sunabilme, hayatı basit kurgulayabilmek için servis ve hizmetleri finans dışı işbirlikleri ile öne çıkaracağız. Müşteriyi doğru finans ürünü ile buluşturmaya yönelik modeller sadece bir önceki gün verisi ile değil, gerçek zamanlı veri üzerinden skorlanıp sunulacak. Analitik araçları ve teknolojiyi kullanarak veriyi müşterilere en yüksek faydayı sağlayacak şekilde işleyen ve bunu yaparken sorumluluk ilkelerine azami ölçüde uyan kurumlar için iyi fırsatlar doğacak.”

ISTOCK

HAKAN YILMAZ • YAPI KREDİ ANALİTİK VE VERİ YÖNETİM DİREKTÖRÜ / CDO

‘REKABET ARTIK MÜŞTERİ DENEYİMİNİ DAHA DA İYİLEŞTİRMEK ÜZERİNE’

“Güçlü konumumuz ve kurum kimliğimizin önemli bir parçası olan yenilikçi ruhumuzla bugüne kadar sayısız inovatif özelliği sektörle tanıştırdık ve standartları değiştiren çalışmalara imza attık” diyen Yapı Kredi Analitik ve Veri Yönetim Direktörü / CDO Hakan Yılmaz, dijital bankacılık alanında sektörde örnek çalışmalarla, sınırları kaldırarak yeni teknolojileri en kullanışlı ve en güncel halleriyle müşterilere sunmaya devam edeceklerini söylüyor.



Bankaların ilk dalgada kanalları dijitalleştirdiğini, ikinci dalgada ise yatay olarak bankacılık ürün ve süreçlerini uçtan uca optimize ederek, bankacılık ürün ve hizmetlerini dijitalleştirmeye başladığını görüyoruz. İkinci bir dalgaya girdik mi? İkinci dalgayı doğru tanımlıyor muyuz? Türk bankacılığı bu ikinci dalgayı nasıl yönetiyor?
“Gelecek dönem kilit konulardan biri veri yönetimi ve müşteri deneyimi olacak. Yapay zeka, makine öğrenmesi, chatbot’lar, robotik prosesler sürekli konuştuğumuz konular. Bugünün dünyasında müşteri beklentileri ikiye katlanmış durumda. Müşteriler açısından hangi kanaldan işlemlerin nasıl yapıldığı fark etmiyor. Önemli olan aynı deneyimi elde etmek ve şubede başlayan işi, mobil kanalda sonlandırabilmek. Ya da tam tersi, ATM’de yaşadığı bir problemden sonra müşteri, çağrı merkezini aradığında, o probleminin bilindiğini görmek istiyor. Uçtan uca deneyimi yaşamak istiyor.

Yapı Kredi olarak biz de odağımıza müşteriyi aldık. Fiziki hizmetin yerini dijital kanallar aldığı için bu kanalların optimizasyonuna odaklandık. Müşteri deneyimini tek bir birimin sorumluluğu olarak değil, bankanın tamamının paylaştığı bir sorumluluk olarak görüyoruz. Buradan yola çıkarak geniş katılımlı müşteri deneyim komitesini hayata geçirdik. Ciddi bir teknolojik altyapı dönüşümü sürecine girdik. Gelecek dönemde Türk bankacılık ekosistemi, müşteriyi odağına alan ve onun beklentilerini hızla çözen, deneyim yaşatan bir sürece evrilecek. Sektörde rekabet ve önemli stratejiler öne çıkacak.”

Bu ikinci dalgada dijital dönüşümün ileri analitik teknolojilerini hayata geçireceği öngörülüyor. Önümüzdeki üç yıl içinde analitik, bankaları nasıl dönüştürecek?
“Bu dönüşümde rekabet, avantajı yaratacak. Kurumlar analitik süreçlerini sağlam bir temele oturtmuş olacak. Öngörülerin aksiyona dönüştüğü bir döneme geçiyoruz. Bankaların veri bilim ekipleriyle hareket etmek isteyeceği ama kompleks algoritmalardan maksimum fayda sağlamada istedikleri koşulları rahat yaratamayacakları bir dönem olacak. Çünkü bugüne kadar bankacılık ekosistemi, iki temel alanda; kredi ve pazarlamada basit algoritmalar üzerine kurgular geliştirdi. Artık düzgün bir yol haritasına ihtiyaç var. Yapı Kredi olarak 2020 Ocak-Şubat aralığında ‘Kurumsal Zeka Dönüşüm Programı’nı başlattık. Yaklaşık iki yılı aşacak bir sürede önemli hedefler koyduk kendimize.

Bu programla aslında üç önemli sac ayağı belirledik.

Öncelikli olan, teknolojik altyapının ve veriyi kullanma kabiliyetlerinin dünya standartlarına getirilmesiydi. ‘Teknolojiyi ve teknolojik altyapının üzerinde veriye nasıl en kolay şekilde erişebiliriz? Veriyi, kompleks algoritmaları nasıl çalıştırabiliriz? Bunları ne hızda hayata geçirebiliriz?’ sorularına odaklandık.

İkinci sac ayağında; analitik mükemmeliyet merkezini oluşturduk. Analitik ve veri yönetimi adı altında temel kavramların merkezi şekilde tek elden yönetilmesini, bazı kararların çok hızlı alınmasını, uygulamaların daha küçük bir çerçevede hayata geçirilmesini sağladık. Makine öğrenmesi, yapay zekâ yazılımlarının veriyle uyumu konusundaki çalışmalara yoğunlaştık. Bankanın kendi içindeki çalışma süreçlerini yani bu analitik veri yönetimi ile pazarlama, krediler, operasyon, bilgi teknolojilerinin birlikte nasıl çalışacağını ve otomatize edileceğini belirledik. Kısaca veriye dayalı karar verme kültürünü oluşturduk.

Üçüncü olarak da, teknoloji ve veri kullanımı becerisinde, teknik tarafın iyileştirilmesi için dünya standartlarında hedefler belirledik. Binlerce çalışanı kapsayacak bir veri okuryazarlığı programı başlattık. Banka çalışanlarımızı beş farklı personaya ayırdık. Her personanın eğitim ihtiyaçlarını, belli alanlardaki alacakları eğitimlerin derinliklerini, iş yapış şeklini basitleştirecek ve daha kaliteli karar alınmasını sağlayacak bir program oluşturduk. Burada kendi içimizden eğitimciler çıkardık. Önemli eğitim bilimcileriyle çalıştık. Koç Üniversitesi ve Koç Holding ile ortaklaşa fikir alışverişi içinde olduk. Kapsayıcı bir mantalite dönüşümüyle, analitik veriden maksimum fayda sağlamak üzere harekete geçtik. Bu süreci başarıyla tamamlayarak, hedeflerimizi gerçekleştireceğimize inanıyoruz.”

Analitiğin hızlandıracağı bu ikinci dalgada dijital dönüşüm ile bankaların maliyet/gelir rasyolarında ve finansal göstergelerinde ciddi bir iyileşme olacağını söyleyebilir miyiz? Bankalar bu ikinci dalga dijital dönüşüm ile hangi finansal göstergelerde nasıl bir iyileşme hedeflemektedir?
“Bankalar, yıl içinde koydukları hedeflere, net faiz geliri, pazar payı ya da sorunlu kredileri minimumda tutmak konularından ziyade odaklarına artık müşteri memnuniyetini almalılar. Müşteri memnuniyetinde yaratılacak her türlü gelişim zaten bu finansal göstergelere doğal olarak yansıyacaktır. Veriyi ve analitiği kullandıkça, rasyoların etkisi de artacaktır. Binlerce deneyimden ne kadar mutlu ve taraftar müşteri yaratabilirseniz, onlar da hizmet aldıkları bankalarını anlatan, memnuniyetlerini dile getiren kişiler olacaklar. Mesela 2000 yılında Demirbank’ta işe başladığımda en önemli sorunlardan biri kart teslimatıydı. Bugün yıl 2021 ve halen kart teslimatı en büyük problem. Buradan anlıyoruz ki finansal rasyoların üzerine koyduğumuz çabayı bu sorunu kökten çözmek için bugüne kadar hiç harcamamışız. Kısaca rekabet, hız, müşteri deneyimini ne kadar ön planda tutarsak, o kadar olumlu sonuç alacağız. Gelecek dönem rakiplerimiz bankalar değil, müşterinin hayatını kolaylaştıran finans ekosistemi olacak.”

GÜRHAN ÇAM • DENİZBANK DİJİTAL KUŞAK BANKACILIĞI VE DENİZ AKVARYUM İNOVASYON & GİRİŞİMCİLİK MERKEZİ GRUP MÜDÜRÜ VE İNOVASYON KOMİTESİ BAŞKANI

‘GELECEĞİN BANKACILIK ANLAYIŞI İÇİN İNOVASYONA VE TEKNOLOJİYE YATIRIM YAPIYORUZ’

Kurulduğu günden bu yana yenilikçiliğe, teknolojiye, Ar-Ge’ye önemli ölçüde yatırım yapan DenizBank, inovasyon ve teknolojik altyapı tarafında geleceğin bankasını şekillendirmek için çalışıyor. DenizBank Dijital Kuşak Bankacılığı ve Deniz Akvaryum İnovasyon & Girişimcilik Merkezi Grup Müdürü ve İnovasyon Komitesi Başkanı Gürhan Çam; “DenizBank, müşterilerinin hayatını kolaylaştırarak, daha iyi müşteri deneyimi sağlamak için inovasyona yatırımlarını sürdürüyor” diyor.



Sizce ikinci dalgaya girdik mi? Türk bankacılığı bu ikinci dalgayı nasıl yönetiyor?
“Pandemi aslında tektonik deprem etkisi yarattı. Tsunami oldu. Bahsedilen dönüşümün ikinci dalga dönüşüm olup olmamasından bağımsız, bankacılık ekosistemi bu dönüşüme hazırdı. Hatta tsunami işimize yaradı diyebilirim. Dijital bankacılığı çoktan tanımlamıştık. DenizBank olarak bu süreçte en çok inovasyona önem verdik. Genel Müdürlük binamızda açtığımız Deniz Akvaryum İnovasyon ve Girişimcilik Merkezi ile start-up’larla iş modelleri üretmeye odaklanarak farklı bir alana liderlik ettik. 1 Mayıs’ta hayata geçen uzaktan müşteri edinimi ve bankacılık anlayışı açık bankacılık kavramı olarak farklı bir noktaya evrildi. Bunun daha başlangıç olduğu görüşündeyim. Yakın gelecekte “Embedded (Ankastre) Bankacılık” kavramını duymaya başlayacağız. Ekosistemi temsil eden bilgisayarlar anakartlarındaki çipler gibi veri akışını yöneten birimler haline geleceğiz. Rakamlar, mobil bankacılık hizmetini kullanan kişi sayısının, pandemi öncesinde şubeye gelen müşterilerin altı katıyken, şu an 20 katı olduğunu gösteriyor. Yaşadığımız bu yeni anlayışa artık dijital bankacılık demeyeceğiz. Çünkü açık bankacılık kavramıyla beraber aslında sahneyi başkalarına bırakıp, onların yarattığı modellere farklı çözümler sunan bir ekosistemin parçası olacağız. Türk bankacılık sisteminin başka bir gücü var. İnovatif bir kültürüz. Yeni iş modelleri doğacak. Rekabet artacak ve pazar payı sıralamaları değişecek. Bu yeni döneme Türk bankacılığı olarak hazırız”.

Önümüzdeki üç yıl içinde analitik konusu, bankaları nasıl dönüştürecek? İş birimlerinizi, analitik ve teknoloji ekiplerinizi birarada nasıl çalıştıracaksınız? Analitik stratejiniz ve yatırım öncelikleriniz neler?
“Henüz bankacılık ekosisteminde tamamen yapay zekaya ulaşmış durumda değiliz. Bu konuda çalışmalarımızı sürdürüyoruz fakat finale ulaşmadık. Türk bankacılık sistemi bu yönde de proaktif yaklaşımıyla önemli yol katetti. Otonomlaşma ve chatbot konularının birinci evresindeyiz. Veri analitiği ile beslediğimiz chatbot’larla otonom müşteri temsilcisini yaratacağız. Bunun bir sonrasında, otonom bankaları göreceğiz. Yani, bankada müşteri temsilciliği görevlerinin çoğunu robotların yapması söz konusu olacak. Otonom banka aslında bankanın kendisinin robotlaşıp, kendi kendine hareket edebilir hale gelmesi demek. Bunun bir sonraki evresi de merkeziyetsiz otonom banka, yani blockchain teknolojisi ile otonom müşteri noktasına gideceğiz.

Bu şu demek; müşterilerin de kendilerine ait veri analitiğini kullanarak, ihtiyaçlarının finansal kontrolünü bir robota bırakarak, robot müşterinin robot bankayla ve robot müşteri temsilcisi ile finansal ihtiyaçlarını yürüttüğü bir işleyişe doğru yol alacağız.

Her ne kadar ütopik görünse de veri analitiğinin ve yapay zekanın gelebileceği nokta aslında bu. DenizBank olarak ürettiğimiz sonuçları sahaya indirebilmek ve kullanımı artırabilmek için yatırımlarımız var. Yapay zeka deyince heyecanlanıyorum. Bundan üç sene önce İngiltere’de yaşadığım bir deneyimi paylaşmak isterim. Katıldığım bir seminerden çıkmıştım ve zaman kaybetmeden havalimanına gitmem gerekiyordu. O sırada Gmail uygulamamdan bir bildirim geldi. ‘Muhtemelen dönüş uçağına yetişmeye çalışıyorsun. Nasıl gideceksin?’ sorusuyla karşılaştım. Biletimi aldıktan sonra Gmail uygulamama iletmiştim. Yapay zeka maili almış, okumuş ve uçağımın kaçta olduğunu öğrenmiş. Uçağa az bir süre kaldığı için trafikte havalimanına nasıl gideceğimle ilgili taksiye değil, metroya binmem tavsiyesinde bulunarak, metroda hangi hattı kullanmam gerektiğine kadar en ince detayı ileterek bana müthiş bir deneyim yaşattı. Londra Havalimanı’nda beş terminal vardır, yanlış terminale giderseniz en az 30 dakika kaybedersiniz. İkinci terminale gitmem gerektiğine kadar beni yönlendirdi. İşte yapay zekanın bu noktada işe yarar hale gelmesi çok önemli. Bankacılıkta da müşteriye finansal anlamda deneyimi böyle yaşattığımızda, çok büyük bir yol katetmiş olacağız. Gelecek dönem veri analitiği ve yapay zeka açısından oldukça önemli olacak“.

Bankalar bu ikinci dalga dijital dönüşüm ile hangi finansal göstergelerde nasıl bir iyileşme hedefliyor?
Bence işin veri ve finansal tarafından çok, müşteri deneyimi nasıl kazandırılır konusuna odaklanmak gerek. Çünkü zaten Türk bankacılığı bu alanda çok iyi işler yapıyor. DenizBank olarak kullanıcı ihtiyaçları doğrultusunda müşteri odaklı yaklaşımımız ve ortak akıl felsefemiz çerçevesinde hayata geçirdiğimiz projelerle ilerliyoruz. Teknolojiyi sadece kullanan değil, yöneten bir anlayışla geleceğe hazırlanıyoruz. Müşterinin bizden aldığı ve onun hayatını güzelleştirebildiğimiz her anlamda veri analitiğini kullanmak için inisiyatif kullanıyoruz. Sürdürülebilir inovasyon ile dijitalleşme konusunda sürekli hız artırarak, dönüşümümüzü tamamlama yolculuğumuzda kontrollü gelişimimiz adına tüm paydaşlarımız ile beraber, çevik bir kültür içinde hareket ediyoruz. Hâlihazırda nesnelerin internetini en iyi kullanan bankalardan biriyiz. Yapay zekâ teknolojisindeki gelişmeleri sıkı takip ederek DenizBank teknolojilerini güncel tutmak en önemli önceliğimiz”.

DELPHIN
HOTELS & RESORTS

DELPHIN HOTELS & RESORTS

IMPERIAL ANTALYA | PALACE ANTALYA | DIVA ANTALYA | DELUXE ALANYA

DELPHIN BE GRAND RESORT

BOTANIK HOTELS & RESORTS

BOTANIK PLATINUM ALANYA | HOTEL BOTANIK ALANYA

Beyond Your Dreams

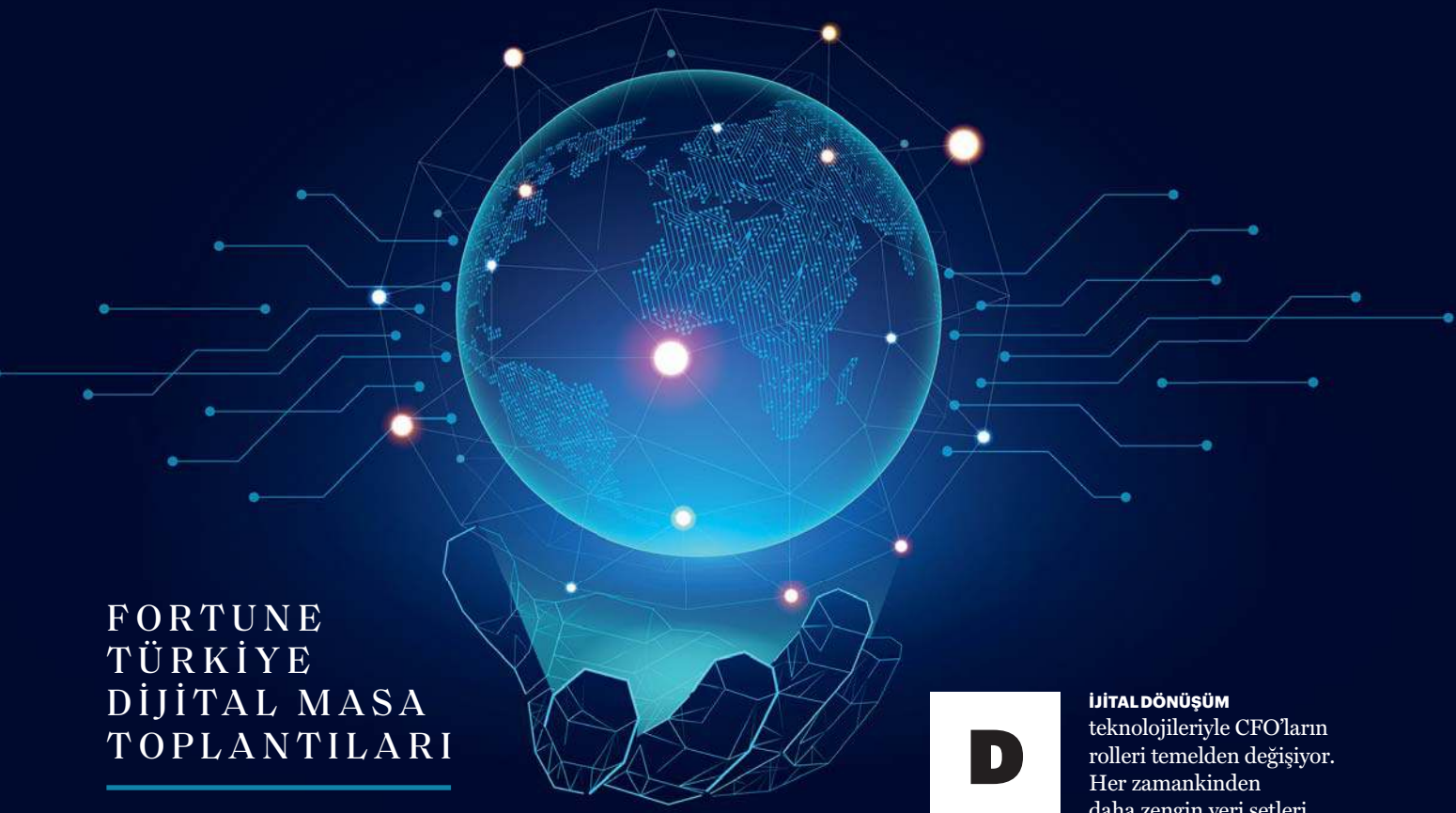








+90 850 532 07 00 www.delphinhotel.com delphinhotels



FORTUNE TÜRKİYE DİJİTAL MASA TOPLANTILARI

CFO'LAR, DİJİTAL DÖNÜŞÜM GERÇEĞİNE HAZIR MI?

ŞULE LALELİ

DİJİTAL DÖNÜŞÜM teknolojileriyle CFO'ların rolleri temelden değişiyor. Her zamankinden daha zengin veri setleri ve son derece akıllı analitik araçlar nedeniyle geleceğin finans liderlerinin yeni yetkinlikler – hem kendileri hem de çalışanları için– geliştirmesi gerekiyor. Böylelikle, strateji ve büyümenin sürekli değişken olacağı teknoloji odaklı çevrelerde hızla hareket etmeleri mümkün olabiliyor. Teknolojinin şirket değerinin ve rekabet avantajının artırılmasında daha büyük rol oynamasıyla birlikte, CFO'ların CIO'larla daha yakın ve etkili bir işbirliği yapmaları daha önce hiç olmadığı kadar önemli. CFO'lar geleceğin dijital dönüşümünde en etkili kişiler olarak öne çıkıyor.

Buradan hareketle, *Fortune Türkiye* Dijital Masa Toplantıları'nın üçüncüsünde, BT'yi gelecek dönem perspektiften ele alarak önemli bir içeriği gündeme taşıdık. Hewlett Packard Enterprise Türkiye desteğiyle gerçekleştirdiğimiz toplantımızda, ülkemizin önde gelen şirketlerinin iş, finans ve teknoloji liderleri, BT ekonomisinin işletmeler için yarattığı finansal güç konularında görüş ve deneyimlerini paylaştılar. CFO'lar geleceğin dijital dönüşümüne nasıl hazırlık yapıyor? Gündemlerinde neler var? BT teknolojisinin gelecek dönem etkileri ve CFO'ların stratejik hedefleri...

İşte, Türk iş dünyasının başarılı CFO'larından özel notlar ve stratejiler...

İşte bu özel buluşmadan yansıyanlar...

BURCU ÖZTÜRK • MLPCARE SAĞLIK GRUBU, CFO

"DİJİTALLEŞME YOLCULUĞUMUZA KATMA DEĞERİ YÜKSEK PROJELERLE DEVAM EDECEĞİZ"



"TOPLUMUN YAŞAM kalitesini artıracak çalışmaları hayata geçiriyoruz" diyen MLPCARE Sağlık Grubu CFO'su Burcu Öztürk, bilgi teknolojilerine yapılan yatırımlarla, djitalleşme yolculuğunda "Birkaç yıl içinde yıllık 8 milyon adet faturanın yüzde 50'den fazlasını robotlara kestireceğiz" diyor. Öztürk, Grubun dijitalleşme süreçlerinin operasyonel ve finansal yatırımlar ve katma değeri yüksek işlerle devam edeceğini söylüyor.

İşletmeniz adına iş birimlerinizin ve yapılanmanızın verimli hale getirilmesinde BT teknolojilerini hangi süreçlerde ele alıyorsunuz? MLPCARE Sağlık Grubu, dijital süreçlerin finansmanı konusunda hangi yenilikleri hayata geçiriyor?

"Medical Park ve Liv Hastaneler Grubu olarak 31 hastane, 18 bin çalışan ve 2 binden fazla doktoru olan bir grubuz. 15 farklı ilde faaliyet gösteriyoruz. Yıllık ortalama 8 milyon hasta protokolüne ulaşıyoruz. Geniş bir ağa sahibiz. Türkiye'nin en yaygın özel hastane zinciriyiz. Bu kadar büyük bir veriyi hatasız yönetebilmek için dijitalleşme en önemli atar damarımız. Şeffaf ve ölçülebilir veriyi önemsiyoruz. Dijitalleşme konusunda bizim için en önemli konulardan biri faturalama. İş süreçlerimizin enbaşında yer alan konulardan biri diyebilirim. Başka sektörler için belki çok daha kolay olan bu süreç, sağlık sektörü için çok meşakkatli oluyor. Doktor raporları, laboratuvar sonuçları, hastanın faturalarının ödeyici kurumlara iletilmesi gereken bilgileri... Tüm bunlar 'medikal muhasebe' adı altında yürütülür.

2014 yılında başladığımız dijitalleşme yolculuğunda, faturalama işlemlerini dijital ortama aktarmaya başladık. Kağıt israfını engelledik. Tüm çalışmalarımızı 'iş zekası' portalına taşıdık. Faturalama, iade, mutabakat gibi konulara aynı anda tüm hastanelerimizin bakabildiği ortak bir platform oluşturduk. 2014'ten 2017'ye kadar toplamda 50'den fazla sigorta kuruluşuyla sistemlerimizi entegre ettik. İş ortaklarımızı, konvansiyonelden dijitale geçmek konusunda yönlendirdik. 50 farklı kuruluşun BT entegrasyonunu yaptık. 2018'in sonunda süreç tamamlandı. 2019'da neredeyse tüm işlemleri kağıtsız yapmaya başlamıştık. 2020'de pandemide yaptığımız tüm bu işler için sektörden ve paydaşlardan teşekkür aldık.

Pandemiden önce çeşitli vesileler ile Grubumuz'da dijital dönüşüm çalışmaları yaptık ve birçok projeyi hayata geçirdik. Grubumuz'un tüm departmanlarında dijitalleşme çalışmalarımıza devam ettik. Bu çalışmalarımızla 2021 yılında da operasyonel verimlilik performansımızı iyileştirmeye devam edeceğiz ve stratejik hedeflere daha hızlı ulaşacağız.

Önümüzdeki birkaç yıl içinde yıllık 8 milyon adet olan faturamızın yüzde 50'den fazlasını robotlara kestiriyor olacağız. İlk denemeleri yaptık şu an 10 hastanemizde gece 24:00'den sabaha kadar robotlar kesiyor faturaları. Bu sayede insan kaynağımızı daha katma değerli işlere yönlendirebiliyoruz. Kısaca insana dokunan ve katma değeri yüksek olan işlere odaklanıyoruz.

Bugün finansman tarafında dijitalleşmeye ve bilgi sistemlerine yatırım konusu çok kritik. Yedi yıldır sağlık sektöründeyim. 2014'de işe başladığımda, biyomedikal, teknik bina içi harcama maliyetleri ile BT alanına yapılan yatırımlar arasında büyük bir fark vardı. Bugün geldiğimiz noktada diyebilirim ki; bir biyomedikal cihazı bizim için ne kadar önemli ise bilgi teknolojilerine yapılan yatırım ve ona ayrılan bütçe de o kadar önemli. Bu nedenle djitalleşme yolculuğumuzu, operasyonel ve finansal yatırımlarla sürdüreceğiz.

Kurumumuzun dinamik yapısı sayesinde, çalışanlarımız ile birlikte sürekli gelişerek evrensel standartlardaki sağlık hizmeti anlayışımız ve yaratıcılığımız bilimsel katkılarımız ile dünyada referans gösterilen bir organizasyon olmayı hedefliyoruz. Ulusal ve uluslararası paydaşlarla güven temelinde ilişkiler inşa ederek, bu ilişkileri eksiksiz bilgi akışı ile sürdürüyoruz. Ayrıca küresel trendleri takip ederek yatırımcı ilişkilerine yön verecek çalışmalarla kendimizi sürekli olarak yenileyip geliştirmeye önem veriyoruz. Ülkemizin ekonomik potansiyelini ve her geçen yıl büyüyen sağlık sektörümüzü uluslararası platformlarda yatırımcılara anlatarak ülke ekonomisi için değer yaratmaya devam edeceğiz."

Verinin ve datanın önemi konusunda gelecek dönemde CFO'lara düşen görevler neler? Finans fonksiyonunu yeni normalde nasıl yöneteceksiniz?

Gelecek dönem CFO'ların rolünün, şirket içindeki pozisyonlardan daha çok partnerliklere dönüşeceğini öngörüyorum. Daha çok 'proje yöneticileri' pozisyonuna geleceğiz. Şirketler arası mobilite ve proje bazlı çalışma daha da gelişecek. Bu büyük bir verimlilik kazandıracak. CFO'nun rolü şirketlerdeki bilgi teknolojileri dönüşümünde kritik olacak. CFO finans dışında, BT ile de partnerlik edecek. Orta vadede ise CFO'nun rolü biraz daha karar verme ve planlama yönüne evrilecek. Bugün geldiğimiz noktada, o kadar çok robot kullanıyoruz ki... İnsan olarak karar verme süreçlerinde katma değerimiz daha da öne çıkacak. Bu kapsamda bakıldığında, CFO'lar gelecekte, standardize işlerden sıyrılmış, karar verici ve insanları, veriyi kullanmaya yönelten aracı kişiler olarak roller üstlenecekler.

"MLPCARE olarak Türkiye'nin ekonomik potansiyelini ve her geçen yıl büyüyen sağlık sektörünün gücünü, uluslararası platformlarda yatırımcılara anlatarak ülkemiz için değer yaratmaya devam edeceğiz."

DOĞAN KORKMAZ • TÜPRAŞ CFO

"TÜPRAŞ KARARLARINDA VERİYİ HAKİM KILIYOR, BÜYÜK VERİ KULLANIMINI TÜM ORGANİZASYONA YAYIYOR"



TÜPRAŞ CFO'su Doğan Korkmaz, verinin demokratikleşerek tüm departmanlarda kullanımına büyük önem verdiklerini söylüyor ve ekliyor: "Tüpraş olarak, ana stratejilerimiz arasında değerlendirdiğimiz dijitalleşmeyi iş süreçlerimizin odağına aldık, büyük veri ile ölçülebilir kararlar alıyoruz. Ülkemizin en büyük sanayi şirketi olarak birçok alanda öncü olmanın yanı sıra gelişen teknolojilere yaptığımız yatırımlar sonucu dünyanın önde gelen kompleks rafinerileri arasında üst sıralardayız."

Tüpraş'ın, dijital teknolojiler ve veri analitiği alanındaki öncü çalışmalarından bahseder misiniz? Verilerin sadece raporlamalarda değil, karar mekanizmasının her noktasında kullanılması konusunda hangi stratejilerle hareket ediyorsunuz?

Türkiye'nin lider sanayi kuruluşu olmanın verdiği sorumluluk bilinci ve gelecek vizyonumuzla, sektördeki trendleri yakından takip ediyoruz. İnovasyona ve teknolojiye yatırım yapıyoruz. Pandemi süreci ile birlikte dijital dönüşüm yolculuğumuz hızlanarak farklı bir boyuta taşındı. Sadece ofislerde değil, üretim sahalarında da bazı operasyonlarımızı ve karar destek mekanizmalarımızı çevrim içi sanal platformlara taşıdık. Endüstri 4.0 prensipleri çerçevesinde; takip sistemleri, giyilebilir teknolojiler, kablosuz ve mobil çözümlerin saha uygulamalarını hızla yaygınlaştırdık.

IT stratejimizi, 2020 yılının başında 'bağlı' anahtar kelimesi ile yeniden yapılandırdık. 'Bağlı' anahtar ile 'cihazların internete bağlı olması'nı değil, 'bağlı veri, bağlı departmanlar, bağlı süreçler ve bağlı platformlar' olarak bir bütünün çarklarını oluşturan dijital stratejiyi hedefledik. Tabii bütünü oluştururken, aynı anda takımların çevikliğinden bir şey kaybetmemesini, aksine bu çevikliği güçlendirmeyi esas aldık. Dijitalleşme çalışmaları kapsamında 2018'den bu yana RPA – Robotik Süreç Otomasyonu uygulamalarımızla 100'e yakın sürecin yazılım robotuna devri sağlandı. 4 rafinerimizde 150 bin sensörümüz var. Günlük 650 milyon satır veri alıyoruz. Bu büyüklüğün eşdeğeri telekomünikasyon ve finans sektörlerinde mevcut olabilir ama sanayide bu rakamlara erişmek oldukça güç.

Tüpraş olarak biz büyük veri altyapısı üzerinde veri analiz sistemlerini kullanarak karar anında fark yaratabileceğimizi erken fark ettik. Yetkin kaynaklara erişim ve üniversite start-up'ları ile yakın ilişki kurmak üzere ODTÜ ve İTÜ'de kurulu veri analitik merkezlerimiz ve özellikle bu iş için istihdam ettiğimiz doktora, yüksek lisans öğrencilerinden oluşan veri bilimci ekiplerimiz ile çeşitli projeler hayata geçirdik. Tüpraş'ın desteğiyle ve Türkiye'de özel sektör iştirakiyle kurulan ilk enerji merkezi olan Koç Üniversitesi - Tüpraş Enerji Merkezi (KUTEM) de Tüpraş'ın sanayide ihtiyaç duyduğu öncelikler doğrultusunda çalışmalara imza attı. Veri analitiğinde mali karşılığı çok yüksek ölçülebilir potansiyeli olan bir proje portföyünü yönetiyoruz. Projelerimiz değer zincirimizin tedarik ve üretimden satışların tahsilatına kadar tamamına hitap ediyor. Her veri analitiği proje fikri ihtiyaçlardan doğuyor, önceden tanımlanmış bir değerlendirme süzgecinden geçerek ayda bir Genel Müdür dahil üst yönetimin katıldığı yarım gün süren komitelerde tartışılıp onay alıyor ve yine aynı komite tarafından yaşam döngüsü boyunca gelişimi izlenip destekleniyor.

Dijital dönüşüm teknolojileri, veri setleri ve akıllı analitik araçlar gelecekte CFO'lar açısından hangi yetkinlikleri gündeme getirecek?

Bu konuda 3 önemli kavramın öne çıkacağını düşünüyorum. Birincisi veri ve analizinin demokratikleşmesi. İkincisi, dağınık organizasyonlar ve son olarak da konsolide kararlar kadar iş birimi bazlı veriye dayalı karar süreçlerinin önem kazanması. Bu üç maddeyi açmak gerekirse...

Demokratikleşme derken, yeni çağda her fonksiyonda her kademede çalışanın veriye dayalı karar verebilmesi, yani veriyi kullanabilmenin demokratikleşmesi çok önemli olacak. Tüpraş olarak bu konuda analitiğe özel kuvvetli bir merkezi ekibimiz olsa da çeşitli programlarla yapay zeka öğretilerini tüm organizasyona yayıyoruz. Analitik Tüpraş Programımızla veriyi demokratikleştirip, her departmanda sivil veri bilimci dediğimiz öncü iş uygulama ekipleri yetiştiriyoruz. Böylece sadece özel merkezi ekipler değil, tüm departmanlarda analitik ekipler oluşturarak veriden yerinde de faydalanıyoruz. Yeni nesil iş liderlerinin bu yetkinliğe sahip kişilerden çıkacağına ve artık büyük veri işleme ve analizi tüm organizasyonda hakim kılma yetkinliğinin özellikle CFO'lardan beklenen bir özellik olacağına eminim.

Son olarak, zamanla büyük veri analiz imkanları, yerelleşerek en ufak iş birimlerinde dahi etkili kullanılacak. Bugüne kadar klasik anlayışla iş birimlerinden konsolide raporlama amaçlı toplanan bilgilerin iş birimleri bazında detaylandırılması ve kullanılması öncelik kazanacaktır. CFO'ların yeni dünyada önemli bir işinin de bu iş birimi bazlı hesaplara imkan verecek, AI destekli dağıtım anahtarlarıyla çalışan, akıllı sistemleri hayata geçirmek olacağını düşünüyorum.

"CFO'ların yeni dünyada önemli işlerinden biri de AI destekli dağıtım anahtarlarıyla çalışan, akıllı sistemleri hayata geçirmek olacak."

MURAT BAYSAL • HPE TÜRKİYE POINTNEXT SERVİSLERİ ÜLKE DİREKTÖRÜ

"HPE, KURUMLARIN BT ORGANİZASYONLARINA ALTERNATİFLER SUNUYOR"



HPE TÜRKİYE Pointnext Servisleri Ülke Direktörü Murat Baysal, gelecek on yılın dijital dönüşüm sürecinde en önemli konunun; buluta çıkarılan veri ya da uygulamalar olacağını söylüyor. Baysal, HPE'nin bu süreci, teknolojiyi satan değil, teknoloji hizmeti veren üretici konumuyla farklı bir noktaya taşıdığına dikkat çekiyor. Baysal, HPE GreenLake çözümleri ile dijital dönüşüm sürecinde, özel bir bulutta veya şirket içi ortamda hızla tedarik yapabilme, kapasiteyi artırabilme ve altyapı yaşam döngüsü yönetim yükünü azaltabilme imkanlarını sunduklarına değiniyor.

Dijital dönüşümü başarıya ulaştırmak ve dijital bir işletmeye dönüşebilmek için BT'nin sunduğu çözümler neler?

"Şirketlerin büyüyebilmek için veriyi, değere dönüştürmeleri çok önemli. Genel olarak baktığımızda dijital dönüşümün üç önemli ayağı var. Bunlardan biri insan, diğeri teknoloji ve üçüncüsü de işin ekonomisi. Dijital dönüşüm ancak bu üçüne birden dokunduğu, doğru etkilediği ve yönlendirdiği zaman gerçekleşebiliyor. HPE, teknolojinin üreticisi olarak uçlardan buluta tüm ürünlerini, müşterilerine servis olarak sunuyor. Teknolojiyi satmak yerine bu ürünlerin müşterileri tarafından hizmet olarak kullanılmasını sağlıyor. Bilgi teknolojileri dediğimiz kavramın içinde yer alan büyük veri, veri analitiği, yapay zeka, nesnelerin interneti, robotik çözümler, HPE'nin müşterilerinin hayatını kolaylaştırmak üzere sunduğu hizmetlerin sadece bir bölümü.

Son on yılın dijital dönüşüm sürecinde, bulut çözümlerinin öne çıktığını görüyoruz. Bulut çözümleri şirketlere, kurumlara hız, esneklik ve maliyet avantajı kazandırdı. Ancak şirketlerin birçoğu sahip olduğu verinin büyük bir bölümünü buluta taşıyamadı. Çoğu kurumun sahip olduğu karmaşık ve eski BT ekosistemleri bu vizyonla başa çıkabilecek durumda değil. Mevcut iş yüklerini ve altyapılarını yönetmek, operasyonel sürekliliği korumak için daha fazlasına ihtiyaçları var. Bu noktada teknoloji sağlayıcıların uzmanlığı devreye giriyor. Gelecek 10 yıl içinde yine en önemli konu bulut olacak. HPE'nin 'Uçlardan Buluta, Platform Bazlı Hizmetler Sunma' yaklaşımının en önemli stratejik noktalarından biri de HPE GreenLake çözümleri. Bulutun bir varış noktası değil, bir deneyim olduğunu söylüyoruz. HPE GreenLake ile kullanıcılara bulut deneyimini tek bir konsol üzerinden birkaç adımda onların belirlediği ortamda ve onların kontrolünde sunuyoruz. HPE GreenLake ile kurumların genel bulut, özel bulut, veri merkezi ve uçları kapsayan hibrit bulut varlıklarını, hizmet odaklı tek bir yapı etrafında topluyoruz. Böylece teknolojinin avantajlarını kurumların ihtiyaç ve tercihlerine göre kullanma imkânı yaratmış oluyoruz. Her şirket dijital dönüşüm sürecinde müşteri ve çalışan deneyimini iyileştirmek için teknolojiyi operasyonlarına ve karar süreçlerine entegre etmek zorunda. Bunun yolu da hız, çeviklik ve ölçeklendirmeye dair yetenekleri en iyi şekilde kullanabilmek adına BT ortamlarından yararlanma yeteneğini artırmaktan geçiyor."

Ölçeklendirebilme, operasyonel verimliliğe odaklanma, veri bütünlüğünü iyileştirme konularında gelecek dönemde CFO'lara hangi görevler düşüyor? BT organizasyonları için bulut tabanlı altyapı modelleri işletmelere hangi alternatifleri ve fırsatları sunuyor? Veri setlerinin ve bulut çözümlerinin işletmelere kazandırdıkları neler?

Bugünün liderleri dijital liderler. Küresel pazarın dinamizmi, müşterilerin değişen ihtiyaçları ve artan beklentiler CFO'lar ile diğer iş birimlerinin ortak hedefler etrafında buluşmasını ve yakın çalışmasını gerektiriyor. Bir yandan stratejik projelerin gerektirdiği iş gereksinimlerini karşılarken, diğer yandan geçmişten süregelen süreçler için operasyonel mükemmelliği sağlamak zorundalar. Bunun sonucu olarak CFO'lar, CDO ve CIO'lar ile BT organizasyonlarındaki kısıtlı insan kaynağını günlük operasyonel yüklerden kurtaracak ve stratejik girişimlere odaklanmalarını sağlayacak çözümlerin arayışına giriyor. Operasyonel süreçlerde şirketlerin kârlı şekilde büyüyebilmesi için CFO'ların doğru kararları alması gerek. Artık planlama ile karar verme arasında çok ciddi bir ilişki var. CFO'ların ilerleyen dönemde en önemli rolü planlama, risk yönetimi ve karar verme olacak.

Doğru BT teknolojilerine sahip olmak için yatırım kararı vermek, CFO'ların bir diğer hedefi olacak. Bulut teknolojilerin en önemli avantajlarından biri, gelirlerle giderleri eş faza getirmek. Yani kullandığınız kadar ödediğiniz bir platforma sahip olduğunuzda, gelir elde etmeye başlamadan maliyetler ile karşı karşıya kalmazsınız. Maliyetlerin paralelde artacağı bir formatta yatırım yapmak CFO'ların önem verdiği konular arasında yer alacak."

"Doğru BT teknolojilerine sahip olmak için yatırım kararı vermek ve maliyetlerin paralelde artacağı bir formatta yatırım yapmak, CFO'ların önem verdiği konular arasında yer alacak."

NEVZAT ŞAHİN • COŞKUNÖZ HOLDİNG MALİ İŞLER DİREKTÖRÜ

"KONVANSİYONELDEN, YENİLİĞE GEÇMEK GEREK"



COŞKUNÖZ HOLDİNG Mali İşler Direktörü Nevzat Şahin, dijital dönüşüm teknolojilerinin CFO'ların rollerini değiştireceğine değiniyor. Şahin; "Zengin veri setleri, akıllı analitik araçlar ve benzer gelişmeler nedeniyle geleceğin CFO'ları, hem kendileri için hem de çalışanları için yeni yetkinlikler geliştirmek zorunda. Yani konvansiyonelden yeniliğe geçmek gerek" diyor.

Dijital dönüşüm ekseninde büyürken, bilgi teknolojileri konusunda bulut bilişim ve yazılım hizmetleri konusunda hangi projeleri hayata geçirdiniz?
"Coşkunöz Grubu farklı sektörlerde faaliyet gösteriyor. Ana iş kolu otomotiv yan sanayi. Bunun dışında, savunma sanayi, havacılık, enerji gibi sektörlerde de varız. Bu sektörlerin tamamı bilişim teknolojileri ile iç içe olmak zorunda. Coşkunöz Grubu olarak bilişim teknolojileri uygulamalarında Türkiye'de 1996'da SAP teknolojisini kullanan ilk üç şirketten biri olduk. Robotik proses ve bulut bilişim projelerini hayata geçirmeye devam etmekteyiz. Bilgi, analiz, yorum, hız yetkinliklerimizi etkin şekilde kullanarak rasyonel ve kaliteli karar verme kabiliyetimize sürekli yatırım yapmaktayız. Bulut bilişim ve yazılım alanındaki projelerimiz ile hem gereksiz iş yükünü azaltmak hem de verimliliği artırmayı amaçlıyoruz. İnsan, süreç, teknoloji kombinasyonunun üçünü de dijital dönüşüme dahil ederek geleceğimize yatırım yapmaktayız. Dijital dönüşümü rekabette avantaja çevirmeyi hedeflemekteyiz.

Teknoloji yatırımlarımızın 25 yıllık mazisi var. İlk bilişim Ar-Ge merkezini kuran şirketlerden biriyiz. Yazılım alanında yenilikçi fikirler ile şirketler topluluğunda var olan sorunlara çözümler geliştirdik. Hedefimiz grup şirketlerimiz içinde var olan problemleri çözmek için geliştirdiğimiz ürünleri, ülke genelinde yaygınlaştırmak ve ticarileştirmek. Ayrıca tüm grubu kapsayan kapsamlı bir dönüşüm programı başlattık. Kurumsal dönüşüm programının da odağında yine SAP S4 HANA projesi var. Proje, kurumsal dönüşümde bir fırsat. Yeni düşünme biçimleri kazandırıyor. Coşkunöz Grubu olarak dijitalleşmeyi, Endüstri 4.0'da kullanılan uygulamaları ön planda tutuyoruz. Global çapta da projelerimizi iş ortaklarımızla devam ettiriyoruz. Global bir OEM müşterimiz blockchain tabanlı sistem geliştirme projesiyle ilgili dünya genelinde sadece sekiz tedarikçi belirledi ve Coşkunöz grubu olarak bu sekiz tedarikçiden biriyiz. Grubumuz için dijital dönüşüm bir amaçtan ziyade bir araç. Tüm çalışanlarımız bunun bilincinde. Hem bilgi teknolojileri şirketimizle hem grup şirketlerindeki entelektüel birikim ile dijital dönüşümü tek seferlik proje olarak değil, sürekli iyileştirme, geliştirme aracı olarak görüyoruz. Halihazırda başlattığımız veya yakın zamanda başlatacağımız bulut bilişim ve yazılım hizmetleri projelerimiz tamamlandığında, dijital dönüşüm bitmiş olmayacak. Grubumuz için değişen ihtiyaçlara göre yeni projeleri devreye alacağız."

Bulut bilişimden robotiğe, yapay zekâdan otomasyona, yeni dijital dönüştürücü teknolojiler iş yapma şekillerini değiştirirken, etkili iletişim kurmak ve işe değer katacak işbirlikleri için CFO'lar hangi fırsatlara odaklanmalı?
"Veri analitiğinin demokratikleşmesi sayesinde, finans fonksiyonunda yıllara ve bilgi birikimine dayalı deneyim ihtiyacı yerini, teknolojiyi etkin kullanabilme kabiliyetine ve yeni düşünme biçimlerine bıraktı.

İş modellerinin, stratejilerin, ana parametrelerin teknoloji etkisi ile sürekli değişken olacağı iş dünyasında etkili iletişim kurma becerisi ve hız yeni dönemde CFO'ların olmazsa olmaz gündemleri arasında yer alıyor. Son dönemde dijital dönüşüm teknolojileri CFO'ların rollerini de organizasyon içinde hızla değiştirmeye başladı. Zengin veri setleri, akıllı analitik araçlar ve benzer gelişmeler sayesinde geleceğin finans liderleri hem kendileri için hem de çalışanları için yeni yetkinlikler geliştirmek zorunda. Yani konvansiyonelden yeniliğe geçmek gerek. Dijital dönüşüm süreçlerinde aktif rol üstlenen CFO'lar yakın zamanda bir tık daha çıtayı yükseltecek ve entegrasyon yöneticiliği rolünü de üstlenecekler. Gelecek dönem için CFO'lar, değişen ve gelişen iş modellerini daha etkin yönetmek, yeni iş modellerine kolay adapte olabilmek, insandan arındırılmış finansal süreç modelleriyle iş birimlerinin sınırlarını kaldırmak ve çevik finansal organizasyon kurmak gibi önemli rolleri de üstlenecekler."

"İş modellerinin, stratejilerin, ana parametrelerin teknoloji etkisi ile etkili iletişim kurma becerisi ve hız, CFO'ların gündeminde olacak."



N. ORHUN KÖSTEM • ANADOLU EFES GRUP MALİ İŞLER DİREKTÖRÜ

"YENİ İŞ MODELLERİ GELİŞTİRİRKEN, DİJİTAL DÖNÜŞÜM PROJELERİNE LİDERLİK EDİYORUZ"

ANADOLU EFES Grup Mali İşler Direktörü N. Orhun Köstem, dijital dönüşüm yolculuklarına ekosistemlerindeki bakkal, market, distribütör gibi iş ortaklarını da dahil ettiklerini, böylece onların da verimliliklerini artırdıklarını belirtiyor. Yarının dünyasını tasarlarken ise dijital dönüşüm süreçlerini, yetenek gelişimiyle bir arada ele aldıklarını vurguluyor.

Dijital teknolojiler ve dijital dönüşümün icra edilmesi ve dönüşüm stratejilerinin belirlenmesi anlamında hangi inisiyatiflere yatırım yapıyorsunuz?

"Anadolu Efes, dünyanın en büyük 10. bira şirketi. Ayrıca 6. büyük Coca Cola şişeleyicisi. Türkiye dahil 16 ülkede faaliyet gösteriyoruz, 16 bin çalışanımız var. Bugün farklı coğrafyalarda binlerce çalışan ile operasyonlarını yürüten köklü bir şirket olmamızda tarihimiz boyunca zamanın ruhuna uyum sağlayarak hareket etmemizin büyük bir payı var. Bu yüzden dijital dönüşümü önemsiyoruz. Bunu yaparken de odağımızda tabi ki insan ve insanın işle etkileşimi var. Dijital dönüşüm denildiğinde, altyapımızı ve süreçlerimizi dönüştürmek, iş yapış şekillerimizi buna adapte etmek ve insan kaynağımızın becerilerini buna göre değiştirebilmek var.

Anadolu Efes Türkiye, SAP dönüşümünü yapan ilk şirketlerden biri. Teknolojiyle beraber ileride olmak istediğimiz yeri hayal ederek birtakım değişiklikler yaptık. Bunlardan biri altyapı değişikliğiydi. Dijital dönüşüme verdiğimiz önem sayesinde tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi sürecinde iş sürekliliğinin kesintiye uğramaması başta olmak üzere önemli kazanımlar yarattık. Üzerinde çalışmaya devam ettiğimiz dijital dönüşüm yolculuğumuz sayesinde ekosistemimizdeki iş ortaklarımızı da; yani distirübütör, bayi, bakkal, market gibi satış noktalarımızı dijitalleşmeye dahil ederek, onlara da fayda sağlamayı planlıyoruz. SAP altyapımızı SAP 4 HANA ile değiştiriyoruz. Bununla beraber hem süreç değişiklikleri hem de insan kaynağına odaklandık. Yetenek planlaması çalışmaları yaptık. Robotik süreç otomasyonu konusunda çok sayıda süreci elden geçirdik. Önümüzdeki dönemde Blockchain uygulamalarını ve nesnelerin internetini hayatımıza dahil edeceğiz. Ayrıca büyük veri yönetimi de hayatımıza artan hızda girecek. Yarının dünyasını tasarlamak üzere dijital dönüşüm süreçlerimizi, yetenek gelişimiyle bir arada ele aldık ve almaya devam ediyoruz."

Finansmana erişim, ekonomik büyüme ve küresel ticaret dahil olmak üzere finans liderlerinin yol haritası ne olacak? Dijital dönüşümün sürdürülebilirliğe, büyümeye ve kârlılığa katkıları neler?

"Dijitalleşme, verinin hızla büyümesi, değişken risk ortamı ve giderek daha fazla bilgiye ihtiyaç duyan paydaşların yönetimi, CFO'ların üstlendikleri rolü ve içinde bulundukları ortamı önemli ölçüde etkiliyor. Bu değişikliklerle beraber CFO'ların rol ve sorumluluklarının kapsamı da genişliyor. 2030 yılına kadar dijital dönüşüm çerçevesinde karbon emisyonlarının ve kaynak kullanımının azaltılması, ek gelirler ve maliyet tasarrufları yaratacak; ayrıca toplumsal faydayı yaygınlaştıracak. Şirketler böylece üç boyutta çarpan etkisi yaratmaya çalışacak. Örneğin yapay zeka teknolojilerinin, gıda atıklarının değerlendirilmesi ve tekrar döngüsel ekonomiye kazandırılması ile 2030 yılına kadar 127 milyar dolar tasarruf sağlanması bekleniyor. Dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik arasında bağ kurup, bunu uygulayabilen ve sürdürebilen şirketler diğerlerine göre 2,5 kat daha iyi performans gösterecek. Dijital dönüşüm, şirketlerin büyüme, verimlilik ve kârlılığını olumlu etkileyecek. Yarının dünyası, yarının liderlerine bugünkü becerilerinden daha fazlasını ortaya koymaları gerektiğini söylüyor. Geleneksel fonksiyonlar ve ele alınış biçimleri değişimden geçecek. Yeni beceriler ortaya çıkacak. Koşullara uyum sağlayarak dışa açılan ve küreselleşen şirket sayısının artması, artık sadece geçmiş rakamlara ve mali kontrole değil, geleceğe ve stratejik planlamaya odaklanan bir CFO profilini zorunlu kılıyor.

Bir araştırmada, küresel ölçekte 800 CFO'ya 'Gelecekte finansal liderlik rolünde nasıl bir değişim olacak? sorusu sorulmuş. Verilen cevaplarda, otomasyon, bulut çözümleri, siber güvenlik, risk yönetimi ve kaynak dağılımı konuları öne çıkmış. Yani finans liderleri sadece geleneksel roller ve onun içeriğine bağlı kalmayacaklar. İş modelleri mutlaka değişecek. Bulut tabanlı sistemler, norm haline gelecek. Bunlar ekosistemde değişikliklere yol açacak. Blokchain'in boyutları değişecek. Şirketlerin ortak platformlarda çalışma ihtimalleri ortaya çıkacak. Yani CFO'lar gelecekte geleneksel yöntemlerden daha dijitalleşmiş, veriyi kontrol eden liderlere dönüşecekler. Finans fonksiyonu dijital liderlik kavramıyla yan yana anılacak."

"Anadolu Efes, uzun yıllardır kurumsal bilgi sistemlerine yatırım yaparken bu dönüşümde iş ortaklarının da gelişimini önemsiyor. Yürüttüğü çalışmalarla iş yapış şekillerini çevik ve esnek hale getirmeyi hedefliyor."

SEZAYİ AKSOY • BOYNER BÜYÜK MAĞAZACILIK MALİ İŞLER GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

"BOYNER IQ İLE BÜTÜNSEL TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜME ODAKLANDIK"



BOYNER BÜYÜK MAĞAZACILIK Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Sezayi Aksoy, perakende konusunda pek çok yeniliğin öncüsü olan Grubun, teknolojiyi çok erken kullanmaya başladığını söylüyor ve ekliyor: "Teknolojiyi iş sonuçlarına dönüştürecek, dijital dönüşümü gerçekleştirecek ekiplerle çalışıyoruz. İnsana yatırım yapmaya devam ediyoruz. Yenilikçi yönümüzle dijital yetkinliklerimizi geliştiriyoruz. Boyner IQ Platformu bu yönümüzün sonucu."

Türkiye ve dünyada ekonomik gelişmeler, stratejik planlama bütçeleme ve yönetim raporlama, global şirketlerde finansçı olmak, günümüzde finansçıların değişen rolünü nasıl etkiliyor?
Mobil teknolojiler hayatımızın her alanına girdi. CFO'lar bundan yıllar evvel ne yapıyorlardı? Mevcut durumu ölçüyor, yasal yükümlülükler ve vergi yükümlülükleri ile ilgili mevzuat ve yasal uyum süreçlerini, finansal planlama için bütçe süreçlerini, suistimal için iç kontrol süreçlerini çalıştırıyor ve hazine işlemlerini yürütüyorlardı. Daha sonra, karar destek süreçlerinde yalnızca finansal öngörü değil, ticari öngörüye de katkı vermeye başladılar. Performans yönetimi ve kurumsal risk yönetimi konularına yöneldiler. Şimdi de bunlara ek olarak şirketlerinin veriden ve teknolojiden yararlanma yeteneklerini geliştirmek ve bunu rekabet avantajına dönüştürmek için çaba harcamaları, bu süreçlere liderlik etmeleri gerekiyor. CFO'ların sorumluluk alanları son derece genişledi ve iş sonuçlarına etkileri çok arttı. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemiz açısından da pandemiyle beraber gündem ve haber akışı değişti. Daralan iş kolları, istikrarsızlık, bozulan tedarik kanalları, işsizlik, hane halkı gelirindeki azalma, gelecek kaygısı, belirsizlik, beraberinde gelen duygusal travmalar sonucu davranış ve ihtiyaçlarda önemli değişiklikler meydana geldi. Günlük haber akışı müşterilerimizin bireysel davranış ve tutumları üzerinde çok etkili. Bu durumun CFO'lar tarafından doğru okunarak, çevik bir yaklaşımla iş süreçlerine uyarlanıp, yarattığı etkilerin yönetilmesi gerekli. Boyner olarak 98 mağazamız ile 36 şehirde faaliyet gösteriyoruz. Mağazalarımızda fiziki olarak 120 milyondan fazla, internet alışveriş platformlarımız boyner.com.tr ve morhipo.com ile 550 milyondan fazla ziyaretçi ağırlıyoruz. 2021 yılı sonunda online platformlarımızın toplam ziyaretçi sayısının 900 milyondan fazla olacağını öngörüyoruz. Müşteri mutluluğunu maksimum seviyede tutmak ve müşteri deneyimini mükemmel hale getirmek için çalışıyor ve iş modellerimizi buna göre güncelliyoruz.

Finansta dijital dönüşümün iş yapma biçimleri nasıl değişiyor? Operasyonel süreçlerde dijital gelişim hangi yararları sağlıyor? Dijitalleşme ve yeni teknolojilerin hızı, yenilikçilik, en son teknolojiler konusunda Boyner Grup'ta nasıl bir yapılanma oldu? Büyük veri, veri analitiği, siber güvenlik, endüstriyel nesnelerin interneti, robotik süreçler, blok zincir, yapay zeka gibi yatırımların finansmanı konusunda gündeminizde neler var?
Kısa süre önce Boyner IQ platformunu hayata geçirdik. Boyner IQ ile hedefimiz; yüksek teknoloji odağı ile müşteri deneyimini mükemmel hale getirmek, teknolojiyi tüm iş süreçlerimize entegre etmek, dijital dönüşümü kurum kültürü haline getirmek.

Fiziksel ve dijital tüm kanallarda zengin ve farklı müşteri deneyimi için çalışıyoruz. CRM faaliyetlerimiz ve mikro segmentasyon yardımı ile müşterilerimize kişiselleştirilmiş teklifler ve çözümlerle ulaşıyoruz. Teknoloji alanında uzmanlaşmış insan kaynağına yatırım yapıyoruz. Bütünsel dijital dönüşüm hedefiyle ilerliyoruz. Öte yandan, Boyner IQ ile teknolojiyi sadece yazılım, yapay zeka, bulut, mobil uygulamalar dünyası olarak görmüyoruz. Kapsamı çok daha geniş. Bizim tam 40 yıldır asıl işimiz insan. İşimizin özünde ticaret ve teknoloji ile insani değerleri buluşturmak var. Kanal bağımsız, online-offline, yani "all-line" olarak adlandırdığımız, tüm kanallardan, müşterimiz bize nasıl ve nerede ulaşmak isterse, orada müşterilerimizi mutlu etme işindeyiz. Boyner IQ'nun en önemli bileşeni de yine Boyner EQ'su. Yani müşterilerimize duyduğumuz koşulsuz sevgi ve saygı. Boyner IQ geliştirdiği çözümlerle perakende sektörünü dönüştürecek yeniliklerin merkezi haline gelecek. İçinden pek çok yeni liderin yetişeceği bir inovasyon ve teknoloji okulu olacak. Dijital dönüşüm sürecimizde, Boyner IQ'nun altında yüksek teknoloji çözümlerine yatırımlarımız devam edecek.

"Yenilikçi tutumumuzla dijital yetkinliklerimizi geliştiriyoruz. Teknolojiyi iş sonuçlarına dönüştürecek ekiplerle çalışıyoruz. Boyner IQ Platformu bu yönümüzü öne çıkarıyor."

ZEYNEP SARSAN • ASSAN ALÜMİNYUM, CFO

"METAL SANAYİDE, EZBER BOZAN DİJİTAL PROJELERE İMZA ATTIK"



"ŞİRKET DEĞERLERİMİZ ve çalışanlarımızla metal sanayinde dijitalleşme sürecine çok erken başladık" diyen Assan Alüminyum CFO'su Zeynep Sarsan, pandemi döneminde hem dijital hem de insana yatırımı birarada yönettiklerini söylüyor ve ekliyor: "Çalışanlarımızın dönüşümü sahiplenmesi, dijitalleşme sürecini hızlandırdı. Bu konu bir yol haritası eşliğinde gündemimizde ve çok önemli."

Blockchain, bilişsel analitik gibi dönüştürücü teknolojilere daha fazla yatırım yapmak konusunda gündeminizde neler var? Tedarik zinciri, yönetim ve üretim gibi konularda dijitalleşme süreçlerinizde nasıl bir ivme yakaladınız?

"Assan Alüminyum, Kibar Holding çatısı altında, Türkiye ve Avrupa'da en önemli yassı alüminyum üreticilerinden biri olarak öne çıkıyor. Alüminyum folyo üretiminde ise Avrupa'nın en büyük ikinci üreticisi konumundayız. Üretim firması olarak sürdürülebilir bakış açısıyla bugüne kadar iş sağlığı ve güvenliği, insan kaynağı, verimlilik ve kapasite artırımı konularına yatırım yaptık. Tasarruf risk yönetimini iyileştirmek için dijital altyapı yatırımlarına odaklandık. Uzman kişilerle biraraya gelerek çalıştaylar düzenledik ve dijital olgunluk skoruna göre veri temelinde yapılacak çalışmaları belirledik. Bulut, analitik, mobilite, yapay zeka, robotik süreç otomasyonu konularını önceliklendirdik.

Bu dijital dönüşüm yolculuğunda, ilk önce 2019'da dijital ödeme sistemlerini hayata geçirdik. Alternatif ödeme araçlarının dijitalleşmeye uygunluğunu sağladık. Kurmuş olduğumuz tahsilat sistemi ile müşterilerimizin de satışlarını teminatlı yapabilmesi için olanak yarattık. Bankalarla yaptığımız anlaşmalarla rekabette avantaj sağladık. Dijital yatırımlarla temel süreçlerimizde operasyonlarımızı dijital olarak izleyerek sonuçları raporladık. Bugün Grup genelinde e-fatura veya beyannamelerin hazırlanması gibi birçok iş sürecimizi robotik uygulamalar ile yapıyoruz. Veri ambarı projesiyle karar destek sistemleri tarafını genişletiyoruz. Böylelikle çok sayıda kaynaktan gelen büyük veriyi merkezi hale getirip, karar verme süreçlerini iyileştirme yolunda önemli adımlar atıyoruz.

Bu aşamada dijital süreçlerin birbiriyle entegrasyonu çok önemli. Satış zekası kısmında satış ileri analitiği çalışmalarına başladık. 'EDI- Electronic Data Interchange' ile otomatik termin alma sürecini dijitalleştirdik. Yapay zeka yazılımı ile müşteri taleplerini geliştirdik ve en az hata oranı ile algoritmaların önemini öne çıkardık. Dijitalleşme süreçlerimizde BT altyapısına odaklanıyoruz. Veri şifreleme ve koruma sistemi, akıllı telefon, tablet, dizüstü bilgisayarların belli bir yerde toplanması gibi konuları takip ediyoruz. Bir diğer önemli projemiz tedarikçi zinciri sürecimizi uçtan uca yenilemeyi hedeflediğimiz Cast'n Roll projemiz. Bu projeyle satın alma, mali işler, tedarik zinciri ve üretim süreçleri gibi tüm kritik süreçlerde birçok dijitalleşme projesini hayata geçirdik. Özellikle COVID-19 sürecinde projelerimizin finansal çıktılar üzerindeki etkisinin ne kadar önemli ve verimli olduğunu gördük. Dijitalleşme bu açıdan gündemimizdeki en önemli konu."

BT'nin kapsamı ile değer, verim ve yenilik kavramları nereye evriliyor? BT stratejileri doğrultusunda şirket dijitalleşme önceliklerinin yönetilmesi, Grup genelinde dijital dönüşüm çalışmalarında sinerji ve iş birliğinin arttırılmasına yönelik neleri planlarınıza dahil ettiniz?

"Dijitalleşmenin şirketimize sunduğu otomasyon ve optimizasyon yapma olanağı özellikle BT alanında yürütülen süreçlerdeki hata oranlarını düşürdü ve gereksiz adımları ortadan kaldırdı. Değer katan bakış açısını geliştirmemizi sağladı. Örneğin topladığımız müşteri verileri kaynak planlama aşamasında işe yarar sonuçlar sağladı. Doğru müşteriye, doğru zamanda ulaşmamızı sağladı. Assan Alüminyum olarak müşteri odaklıyız. Pandemi döneminde tedarik zincirine ve dijitalleşmeye yaptığımız yatırımlarla müşterilerimize kesintisiz hizmet sunduk. Doğru zamanda yapmış olduğumuz yatırımlarla, iş sürekliliğimizi aksatmadan yolumuza devam ettik. Sadece Assan Alüminyum değil, Grup genelindeki bilişim şirketimizin de tüm grup genelinde yaptığı fizibilitelerin, yatırımların önemini gördük. Dijital transformasyon sadece dijitalleşme ile teknolojiye yatırımla olmuyor, bu yolculukta önemli konulardan biri de organizasyonda kültürel değişimi sağlamak. Sadece teknik projelere odaklanmak yerine tüm insan kaynağının dijital dönüşüme adaptasyonunu sağladık. Eğitimler, rotasyonlar, çevik metodolojileri şirket içinde etkin kıldık. 'Değişim elçileri' dediğimiz insan kaynakları departmanımız ile tüm süreçleri analiz ettik. Böylelikle hem dijital yatırımları hem de insan yatırımlarını birlikte yönettik.

İnandığımız bir konu var ki o da; dönüşümü sağlayacaklar, çalışanlarımız. Çalışanların bu dönüşümü sahiplenmesi, süreci hızlandırıyor. Değişen dünyada CFO'lar, değişim ve dönüşüm sürecinde bir pusula gibi karar alma sürecini yönlendirecek. Şirketlerin daha ileriye gidebilmesi için sürdürülebilir finansallar için büyük veriyi etkin kullanmak ve değerlendirmek gerekiyor. Sadece teknolojiye yatırım yaparak değil, ekipleri de tamamlayıcı, doğru kişilerle oluşturmak ve gerekli gelişimi çalışanlar adına sağlamak gerek. Biz de bunun için çalışıyoruz. Çünkü biliyoruz ki; geleceğin finans ekosistemi, hem teknolojiler hem de teknolojiyi kullanacak insanlar üzerine inşa ediliyor."

"Eğitimler, rotasyonlar, çevik metodolojileri şirket içinde etkin kıldık. 'Değişim elçileri' ile tüm süreçleri analiz ettik. Hem dijital yatırımları hem de insan yatırımlarını birlikte yönettik."



GELECEĞİN AKILLI DÜNYASINDA **DEĞİŞEN ROLLER**

Fortune Türkiye – Sertrans Logistics B4B4C Buluşmaları'nda bu kez "Geleceğin Akıllı Dünyasında Değişen Roller" konusu ele alındı. Yakın gelecekte yaşanacak teknolojik gelişmeler ışığında geleceğin dünyasının nasıl şekilleneceği sorularına cevap arandı.

ŞULE LALELİ

GELECEK, SÜREKLİ OLARAK değişen ve yeniden şekillenen bir dinamik haline geldi ve iş dünyası da bu yeniliklerden en çok etkilenen alanlardan biri konumunda. Kurulan tüm gelecek senaryoları temelde çalışma koşullarını, iş gücüne duyulacak ihtiyacı ve büyük şirketlerin çalışma prensiplerini de yeniden biçimlendiriyor. Peki çalışanlar ve işverenler, geleceğin iş dünyasına adapte olabilmek ve kendilerini ileriye taşıyabilmek; bu yeni dünyada var olabilmek için neler yapmalılar? Bu soruyu en iyi şekilde cevaplayabilmek için, gelecekte içinde olacağımıza inandığımız yeni iş dünyasının çerçevelerini çizebilmemiz gerekir. Artık biliyoruz ki, insan gücüne olan ihtiyaç, önümüzdeki yıllarda en düşük seviyeye ulaşmış olacak. Şu an insanların görev yaptığı pek çok alanda bilgisayarlar etkin hale gelecek ve bu da iş tanımlarını büyük oranda değiştirecek. Geçmişten günümüze çeşitli krizler ve teknolojik gelişmelerle dönüşen çalışma hayatı ve iş gücü dinamikleri dünya farklı bir kırılma yaşamasına neden olacak. Yakın gelecekte yaşanacak teknolojik gelişmeler ışığında geleceğin dünyası hızla şekillenirken, teknolojik gelişmeler, küreselleşme, iş ve yetenek dünyasındaki gelişmeler de önem kazanıyor.

Bu süreçte yeniliklere açık olan, gelişen ve değişen sisteme adapte olmak için atacakları adımları çok iyi planlayan şirketler başarıya koşacak. Tüm bu gelişmeler sonucunda yaşanacak en büyük değişikliklerden biri de kadınların iş dünyasındaki yerinin göz ardı edilemeyecek şekilde büyüyecek olması. *Fortune Türkiye* Sertrans Logistics B4B4C Buluşmaları'nda gündeme damgasını vuracak önemli konu başlıkları dikkat çekti. İşte detaylar...

NİLGÜN KELEŞ SERTRANS LOGISTICS YÖNETİM KURULU BAŞKANI

'ARTIK LOJİSTİK SEKTÖRÜ İÇİNDE TÜKETİCİ MERKEZE GELDİ'



"SÜRDÜRÜLEBİLİR ekonomi için, sürdürülebilir kârlılığı iş süreçlerine adapte etmiş bir lojistik sektörüne ihtiyaç var" diyen Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş, pandemiyle beraber lojistiğin bir kâr merkezi olarak dizayn edilmesi gerektiğinin altını çiziyor. Gelecek dönem için ise Keleş, tek bir çatı altında, yetkin firmalarla lojistik operasyonların yönetilmesi gerektiğine dikkat çekiyor.

Geçmişten günümüze çeşitli krizler ve teknolojik gelişmelerle dönüşen çalışma hayatı ve iş gücü dinamikleri, dünyada farklı bir kırılma yaşanmasına neden oldu. COVID-19 salgını sonrası, yeni normalde iş stratejileri ve aksiyonlar konusunda gündeminizi nasıl belirlediniz? Bu dönemin bulunduğunuz sektör ve kurum açısından riskleri ve fırsatları neler oldu?

"Pandemiyle beraber zor bir dönemden geçiyoruz. Teknoloji ve dijitalleşme 21. yüzyılın konusu fakat pandemiyle birlikte bütün sektörler, lojistik de dahil olmak üzere bütün iş yapış biçimlerini değiştirdi. Bilişim tabanlı tedarik zinciri yeteneklerinin hızlı adaptasyonuyla dijitalleşen iş süreçleri ve bilgide şeffaflıkla birlikte daha senkronize, görülebilir ve izlenebilir değer zincirleri yaratılması olanağı doğdu. Dijitalleşme yolunda büyük adımlar atıldı. E-ticarette yaşanan son gelişmeler ve ortaya çıkan olağanüstü büyüme trendi, bu alanda yatımları daha da hızlandıracaktır. Lojistikte de iş yapış şekilleri değişti. Artık lojistik sektörü ve diğer sektörlere baktığımızda, en büyük mağazaların lojistik depoları olduğunu görüyoruz. AVM'lerin ve sokak mağazalarının pandemi sürecinde kapanmasıyla etkilenen ticaret hayatı, farklı bir noktaya evrildi. E-ticaretteki fırsatı erken görüp bu alana erken yatırım yapanlar süreçten güçlenerek çıktı. Sertrans Logistics olarak, e-ticarete 2009 yılında ilk defa yatırım yaptığımızda, e-ticaretin çok büyüyeceğine inanıyorduk fakat pandeminin etkisiyle ortaya çıkan olağanüstü büyümeyi sanırım hiç kimse beklemiyordu. Bizim özelimizde yaptığımız yatırım planlamalarının belli bir kısmının pandemi sürecine denk gelmesi, özellikle yoğun talebi karşılama noktasında bize avantaj sağladı. Bugün Türkiye'nin en büyük e-ticaret ürün kapasitesine sahip lojistik firmasıyız diyebiliriz. Aynı anda binlerce insanın minimum problemle çalışması, hızlı ve hatasız olması konusunda ciddi çaba sarf ediyoruz. Çok farklı coğrafyalarda farklı müşterilerle çalışıyoruz. Bir taraftan ithalat yapıp, e-ticaret depolarına hızla stokları doldurup, satışlarla destek veriyoruz. Öte yandan şirketlerin ihracatlarını yapıyor; yurt içi dağıtımlarını gerçekleştiriyoruz. En başından beri tedarik zinciri yönetiminin tek çatı altında olması gerektiğini söylüyoruz. Eskiden B2B ve B2C vardı. Odağımız B2B idi ve müşterimize doğru, hızlı ve hatasız hizmet vermek önem-

liydi. Ama artık kendimizi daha farklı tanımlıyoruz. Artık nihai tüketiciye en hızlı, en doğru hizmeti vermeyi ve optimum maliyeti sunmayı ana odağımız yaptık. Yani müşterimizin müşterisi, artık bizim müşterimiz. Günümüzde tüketicinin talep ve isteklerini anlamadan ve buna uygun çözümleri ortaya koymadan, işi yani "business" yönetmek mümkün değil. Biz tüketicinin merkeze geldiği bu yeni yaklaşıma B4B4C "Business For Business For Consumer" dedik. Bir anlamda B2B ile B2C'nin birleşimiyle ortaya çıkan yeni bir yaklaşımdan söz ediyoruz.

Sertrans olarak 2019'da 10 yıllık bir plan ortaya koyduk. Mevcutta kapasite anlamında Türkiye'nin en büyük e-ticaret lojistik firmasıyız. Büyük bir platform yönetiyoruz. 2023'te her anlamda ve tartışmasız ülkemizin en büyük e-ticaret lojistiği firması olmayı hedefliyoruz. Tüm yatırım planlamamız ve yol haritamızı buna göre belirledik. 2020'de 40 bin metrekarelik yatırım yaptık. Mevcut platformumuzu büyüttük. Şu anda 30 bin metrekareyi iki ay içerisinde devreye alacak şekilde hazırlık yapıyoruz. 2022'nin sonunda 75 bin metrekare daha e-ticaret deposu açacağız. Niye? Çünkü artık e-ticaret ticaretin ta kendisi haline gelmeye başladı. Mevcutta toplam ticaretin içindeki payı yüzde 19 seviyelerinde olan e-ticaret payı, yakın gelecekte çok daha yukarı çıkacak. Bu duruma karşılık verebilmek adına biz de yatırımlarımızı hızlandırıyoruz. Sadece Türkiye'de değil, yurt dışında da açacağımız depolarla hizmet vermeye devam edeceğiz. Nisan ayında Almanya'da 5 bin metrekare depo açtık. Bu depoyu yeni ülke depoları takip edecek. Bu anlamda hedefimiz iş ortaklarımızın farklı coğrafyalardaki ihtiyaçlarını karşılayabilmek. Durum böyle olunca işin veri yönetimi konusu çok daha kritik hale geldi. Bu nedenle bilişim teknolojileri anlamında kendimizi geliştirmek durumundayız.

Yakın gelecekte yaşanacak teknolojik gelişmeler ışığında geleceğin dünyası nasıl şekillenecek? Hızlı teknolojik gelişmeler, küreselleşme, iş ve yetenek dünyasındaki gelişmeler neler üzerine olacak? Otomasyon, akıllı makineler ve yapay zekâ (AI), makine öğrenmesi konularında geleceğin akıllı dünyası nereye evrilecek?

"Lojistik ve taşımacılıkta kullanılan sistemler sayesinde süreçler artık otomatik olarak kontrol edilirken; otonom araçlar, kaptansız gemiler, pilotsuz uçaklar, drone'larla teslimatlar ve bulut teknolojisiyle süreçlerin dijital platformlara taşınması hızlı bir şekilde hayatımıza giriyor. Tüm bu gelişmeler Endüstri 4.0'ın geliştirilmesini, sanayi ve ticaretle bütünleşmesini zorunlu kılıyor. Akıllı üretim sistemlerinin, akıllı şehir, ev, lojistik, şebeke, cihaz unsurlarının sosyal ağlar ve e-ticaret ağlarıyla birleşmesi sonucu veriler, hizmetler, nesneler ve bireylerin internet ortamını kullanarak kuracağı ekosistem önümüzdeki çeyrek asırda küresel ticaret yönünü de değişecek. Bu nedenle artık datayı okuyabilen, analitik düşünebilen, bütün bu mevzuları görüp, yorumlayabilen, akıl katabilen insanların istihdam edildiği bir dünya var önümüzde. Aktif, yaratıcı teknolojiden anlayan, eleştirel düşünebilen, liderlik eden insan kaynağına ihtiyacımız var. Ar-Ge merkezlerine çok ciddi yatırım yapılmalı. Biz bu anlamda sektörümüzde yatırım yapan ilk şirketlerden biriyiz. Lojistik açıdan üreten, ihracat eden bir ülke olmak için ilerleyen, gelişen bir sektör ve sürdürülebilir olmak önemli. Müşterimize en optimum maliyetle, en hızlı işi teslim etmemiz gerek. Teknolojik dönüşümle beraber, lojistik sektörü tamamen kâr merkezi olarak dizayn edilmeli ve tek bir çatı altından yetkin firmalarla yönetilmeli."

Pandemiyle beraber kriz yönetme becerimizi çok önemli bir noktaya taşıdık. Belirsizliği yönettik. 32 yılın sonunda şunu söyleyebilirim ki krizlerin hepsi belirsizliği yönetmenin yanında, gerçekten daha kolay krizler olarak kaldı. Sektörel açıdan bakacak olursak artık süreçleri daha farklı tanımlamak durumundayız. Lojistiği parça parça yöneten geleneksel bakış açısını değiştirmek gerekiyor. Bugün halen işin büyük bir kısmı, yani yüzde 90'ı, parça parça yönetiliyor. Bu şekilde başarılı olmamız oldukça güç. Bu anlamda tek çatı altında çözüm modellerini daha sık tartışmalı ve süreçlerimizi buna göre yeniden dizayn etmeliyiz.

Şirketinizin çoklu kültürel atmosferini yönetirken, yetenek yetkinlikleri ve İK planlamasını nelere göre yapacaksınız? Pandemi sonrası geleceğe yönelik hedefler ve projeleriniz hakkında bilgi verir misiniz? Sürdürülebilirlik konusunda gelecek dönem için sektörünüz adına ne gibi gelişmeler bekliyorsunuz?

2023'te tartışmasız ve her anlamda ülkemizin en büyük e-ticaret lojistiği şirketi olma hedefinden bahsettim. 2025'te en iyi lojistik organizasyonu olmak ve bu sayede 2030'da Türkiye'nin en büyük lojistik şirketi olmayı hedefliyoruz. Bu anlamda hem kendi şirketimizi sürdürülebilir kılmak için hem de sektörümüze yol gösterici olmak adına çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Tabii yapacak çok iş var. Büyük sorumluluklarımız ve hedeflerimiz bulunuyor. Bu anlamda iş birlikleri süreçlerini geliştireceğiz. Üniversitelerle olan iş birliği süreçlerimizi daha da geliştireceğiz. Lojistik alanında akıl koyan startuplar var. Bu gruplarla olan iletişimimizi artıracağız. İnsan kaynağı alanında ciddi bir dönüşüm süreci içindeyiz. Gerek yurt içine gerekse yurt dışına yönelik planlarımız net. Ne zaman hangi adımı atacağımız belli. Tabii bu uzun bir yolculuk. Yolumuza engeller çıkacak ancak biz yine de durmayacağız. Ülkemiz için katma değer yaratmaya devam edeceğiz. Potansiyelimiz yüksek, deneyimimiz var. Yapacak çok iş var. Atatürk'ün bir kızı olarak diyebilirim ki; "Türkiye için yapabileceğimizin en maksimumunu yapmaya devam edeceğiz."



SEAN GLADWELL / GETTY IMAGES TURKEY

"Küresel ekonominin tersi istikamette genişlemeye başlaması, gelişmekte olan ülke ve bölgelere avantaj sağlıyor. Kâr marjlarını düşürüyor. Rekabeti artırıyor. Şirketler bu dönemde, hem üretim hem de tedarik zinciri yönetiminde verimlilik unsuruna her zamankinden daha fazla odaklanmalı."

LEVENT KIZILTAN BİLİŞİM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ - TÜBİSAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI

'TEKNOLOJİYE YÖNELİK YATIRIMLAR, SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİYE KATKI SUNAR'



"GELECEKTE TEKNOLOJİK yapılara odaklanmak ve başarılı girişimcilerin iş fikirlerini yatırımlarla desteklemek gerek" diyen Bilişim Sanayicileri Derneği-TÜBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı Levent Kızıltan, ülke adına sürdürülebilir başarılı bir ekonomiye sahip olabilmek için teknolojiye, insan kaynağı gelişimine ve yazılım temelli üretimlere ağırlık verilmesi gerektiğine dikkat çekiyor.

Doğru zamanda doğru dijital teknolojilerin seçimi, önümüzdeki dönemde ortaya çıkabilecek farklı risk durumlarına hazırlık ve dijitalleşmenin gerektireceği konularda TÜBİSAD adına hangi çevik stratejiler gündeminizde?

"Bilişim Sanayicileri Derneği, Türkiye'de teknoloji alanında hizmet veren büyük işletmelerin ve KOBİ'lerin bir araya gelmesiyle kurulmuş sektörel bir örgüt. TÜBİSAD olarak Türkiye'de dijitalleşme ve teknoloji alanındaki stratejileri ve eylem planlarını hayata geçiriyoruz. Pandemiyle birlikte dijital dönüşümün ezber bozucu etkilerini çok derin hissettiğimiz bir süreçten geçiyoruz. Dijitalleşme, yalnızca bireyler ve kurumlar için değil, aynı zamanda ülkeler için de yeniden konumlanma ihtiyacını gündeme getirdi. Teknoloji ve teknolojide istihdam artık her zamankinden daha önemli hale geldi. Teknolojide yetkin insan kaynağına çok daha fazla ihtiyaç var. Bu yetkinlikleri sağlamak için teknolojik platformlar çalışır hale getirilmeli ayrıca şirketler iki temel konuya odaklanmalı. Bunlardan biri, insan kaynaklarını yani çalışanları geleceğe hazırlamak; diğeri ise, ticari firmalara ve devlete/kamuya bugünkü ve gelecekteki teknolojilerden maksimum fayda sağlayabilmek için bu teknolojik olanakların geliştirilmesini sağlamak. Gelecek dönemde dijital beyin göçü, siber güvenlik gibi konular gündemimizde olacak. Hem işletmelerimizle hem teknoloji şirketlerimizle hem de kamunun tüm kurum ve kuruluşlarıyla bu konulara odaklanmalıyız."

Geleceğin rol modellerinde teknolojinin hakimiyeti nereye evrilecek?

"Teknolojiyle ilgili odaklanmamız gereken öncelikli konu bu alandaki ülke stratejisi. Teknolojide geri kalırsak, gelişmiş ülkeler endeksinde istediğimiz yerde olamayacağımız bir gerçek. Yaratılacak ekonomik değer ile teknolojideki başarı arasında tutarlı bir etkileşim olmalı. Türkiye'de ihracatta düşük fiyat önermesinden yola çıkarak yapılmaya çalışılan rekabetçilik çok uzun soluklu olmayacaktır. Kilogram başına USD geliri, "rekabetçi kur ve devalüasyon beklentisi ile yurtdışı satışı özendirelim" bakış açısıyla artamaz. Oysaki teknoloji şirketleri ekonomiye inanılmaz katkı sağlıyor, ihracat ve döviz getirilmesini temin ediyorlar. ABD ve Çin şirketleri örneklerine bakacak olursak, dünyanın her yerindeki kullanıcıları ile inanılmaz pazar değerleri ve sürekli gelir akışını ana dövizler bazında sağladıklarını görüyoruz.

TÜBİSAD'ın "Türkiye'nin Dijitalleşme Endeksi Raporu"nda, 139 ülkeden alınan verileri, dijital dönüşüm, ekosistem, yeterlilik, kullanım olmak üzere dört ana bileşen ve 10 farklı boyutta analiz ettik. 'Türkiye'nin Dijital Dönüşüm Endeksi'ni ortaya koyduk. Buna göre, Türkiye'nin dijitalleşme notu 2019'da 5 üzerinden 2,94'tü. 2020'de ise bu not 3,06'ya yükseldi. Türkiye, endeksin tüm bileşenleri itibarıyla 2020'de iyileşme göstermiş olsa da uluslararası kıyaslamada dijitalleşmede 'ortalama' kategorisinde yer alıyor. Bu alanda küresel rekabetin ciddi olarak arttığı bir ortamda dijital dönüşüm konusunda hızla mesafe almamız gerek. Ekonomisi dünya ekonomisinin ilk 20'sinde olan bir ülkenin ekonomik büyüklüğünü teknolojiyle ileriye taşıyacak stratejileri ortaya koyması bir "olmazsa-olmaz".

Önümüzdeki dönemde teknoloji alanındaki değişimlere bakarken, teknolojilerin gelişen ve değişen yapısıyla beraber bu alt yapıyı üretebilecek insan kaynaklarını, finansal kaynakları ve bu değişimin yolunu açabilecek kamu destek politikalarını da gözönüne almak gerek. Teknoloji geliştirme bölgelerinde bugün Türkiye'de binlerce firma çalışıyor Ar-Ge merkezlerinin sayısı neredeyse yüze yaklaştı. Aslında bu merkezler daha hızlı hayata geçebilirdi. Her üniversitenin kendi teknoparkını kurması yerine odaklı, kümelenmiş teknopark yaklaşımını inşa edebilirdik. Böylece nanoteknoloji, biyoteknoloji ve her türlü "tech" alanında gelişim sağlayabilecek teknoparklarımız ve şirketlerimiz olabilirdi.

Bir diğer örnek; bugün Bursa otomotiv sektöründe çok başarılı işlere imza atıyor. Ama insan şunu sormadan geçemiyor. Neden Tesla dünyadaki elektrikli ve sürücüsüz otomobillerin önderliğini yapıyor da dünyadaki en büyük otomotiv üretimi kümelenmesine sahip Bursa'da bu konuda bir 'Teknoloji Geliştirme Bölgesi' yok ve biz önder olamıyoruz. Çok ciddi üretim tesislerine ve inovasyon gücümüze rağmen yeni teknolojilerde istediğimiz düzeyde yer alamıyoruz. Kısaca gelecek dönem için teknoloji bakış açımızı ve kaynaklarımızı daha da güçlendirerek ülke olarak stratejilerimizi buna göre belirlemeliyiz."

Otomasyon ve diğer dijital teknolojiler sayesinde ortaya çıkan yeni rol ve yeteneklerin toplum geneline yayılması konusunda etkili yetenek yönetimi stratejileri için neler yapılmalı?

"Derin Teknoloji" kavramsalıyla karşı karşıyayız. Yani mevcut teknolojilerin en uç noktalara kadar uzanması gündemde. Dünyada özellikle Asya ülkeleri teknolojiye müthiş yatırımlara hazırlanıyorlar. Mesela, çip sıkıntısı ortaya çıkınca Güney Kore 450 milyar dolarlık çip teknolojisi yatırımı yapacağını açıkladı. Çin de, Güney Kore de , gelecekte Tayvan'dan daha önde bir çip üreticisi olmayı istiyor. Türkiye, teknolojide kaynak ve inovasyon gücüne sahip. İnsan kaynaklarına acilen yatırım yapılması lazım. Donanım ve yazılım teknolojisinde üretim ve becerilerimizi geliştirmemiz gerek. Güney Kore veya Çin kadar parasal kaynağımız olmadığı için özellikle yazılım ve yeni teknoloji uyarlamaları üzerinden gelişmişlik sağlamak zorundayız."

"Güney Kore veya Çin kadar parasal kaynağımız olmadığı için özellikle yazılım ve yeni teknoloji uyarlamaları üzerinden gelişmişlik sağlamak zorundayız."

TURAN ERDOĞAN VESTEL ŞİRKETLER GRUBU CEO'SU

'GELECEĞİN AKILLI DÜNYASINA İMZA ATAN TEKNOLOJİ ŞİRKETİYİZ'



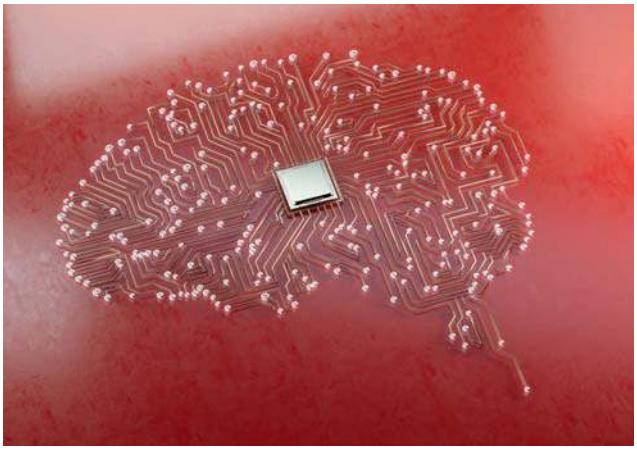
VESTEL ŞİRKETLER GRUBU olarak dijital dönüşümün tam merkezinde olduklarını belirten Vestel Şirketler Grubu CEO'su Turan Erdoğan, tüketici elektroniği, telekomünikasyon, bilişim ve içerik alanında yürüttükleri faaliyetleri 'akıllı yaşam' yaklaşımı çerçevesinde şekillendirmeye devam ettiklerini söylüyor.

Geçmişten günümüze çeşitli krizler ve teknolojik gelişmelerle dönüşen çalışma hayatı ve iş gücü dinamikleri dünya farklı bir kırılma yaşamasına neden oldu. COVID-19 salgını sonrası, yeni normalde iş stratejileri ve aksiyonlar konusunda gündeminizi nasıl belirlediniz? Bu dönemin bulunduğunuz sektör ve kurum açısından riskleri ve fırsatları neler oldu?

"Vestel olarak Türkiye'de büyüyen pazarı domine ediyoruz. Vestel Şirketler Grubu, alanının ihracat şampiyonu ünvanına sahip. Avrupa Patent Ofisi'ne en çok başvuru yapan ilk 100 şirket sıralamasında yer alan tek Türk şirketiyiz. Teknoloji şirketi olarak Endüstri 4.0'ın öncülerinden biri olarak dijital dönüşüme çok öncesinde hazırlandık. Sektörde teknolojiye öncülük ediyoruz. Çağın en önemli iki kavramının mobilite ve bağlanabilirlik olduğunu düşünüyoruz. Dijital dönüşümün ortaya çıkardığı bu iki kavram yaşam biçimimizi de şekillendiriyor. Mobilite, akıllı telefon, tablet ve hatta otonom otomobilleri de içine alacak şekilde genişliyor. Mobil olabilmek için ise bağlanabilirlik gerekiyor. Bunun ötesinde dünyada girişimlere yatırım yapıyoruz. Çevremizle, çalışanlarımızla ve toplumla en doğru ilişkiyi kurabileceğimiz yapıyı oluşturmaya çalışıyoruz. İleri malzemeler, önemli vizyonlarımızdan biri. Sürdürülebilirlik, diğer bir vizyonumuz. Hızlı büyüyen teknoloji odaklı girişimlere yatırım yapıyoruz. İnsan kaynakları konusuna ağırlık veriyoruz. Özellikle pandemiyle beraber uzaktan çalışma konusunda home ofis dönemine geçtik. Uzaktan çalışmanın kurallarını belirlemeye çalışıyoruz. Önümüzdeki en önemli konu, dijital teknolojileri faydalı modele çevirmek ve bu konuda yapılacak çalışmalara liderlik etmek olacak."

Yakın gelecekte yaşanacak teknolojik gelişmeler ışığında geleceğin dünyası nasıl şekillenecek? Hızlı teknolojik gelişmeler, küreselleşme, iş ve yetenek dünyasındaki gelişmeler neler üzerine olacak? Otomasyon, akıllı makineler ve yapay zekâ (AI), makine öğrenmesi konularında geleceğin akıllı dünyası nereye evrilecek?

"Avrupa'daki büyük dijital şirketlerin oluşturdukları teknoloji platformlarının bir benzerini, Türkiye Dijital Platformu'nu kurduk. Hem sektör hem IT dünyasının oyuncuları olarak bir araya geldik. Bu platform ile en etkili çalışmaları, projeleri gündeme getirdik. Türkiye'de özellikle Ar-Ge merkezleri konusuna odaklandık. Bugün rakip olarak gördüğümüz Avrupa'da sürdürülebilirlik kriterleri gündemde. Pazarda bu konuda farklılık yaratmaya odaklılar. Türkiye'nin ise bu alanda çok önemli potansiyeli var. Asıl önemli konu, özgüven eksikliğimiz. Teknoloji şirketi olarak her katıldığımız toplantıda, gittiğimiz şehirde bu konuyu gündeme getiriyoruz. Kendimize güvenmemiz, inanmamız gerek. Bu konuda Vestel Şirketler Grubu bir örnektir. Avrupa'da yaptığımız işler bu özgüvenin sonucudur. Bugün Avrupa'da TV sektöründe, Vestel ile beraber birkaç Türk markası olarak pazarın yüzde 66'sını oluşturuyoruz. Teknoloji alanında Avrupa'da Türkiye'nin pazar paylarını yakalayabileceğini gösterdik. Eskiden TV'ler Türkiye'ye yurtdışından gelirdi. Şu anda Türkiye'deki televizyonların yüzde 90'ı Türkiye'de üretiliyor. Vestel olarak teknolojimizle şaşırtıyoruz. Bütün ev cihazlarımız, televizyonlarımız, mutfakta kullanılan cihazlarınız birbirine bağlanabilir, birbiriyle haberleşebilir, veri transferi yapabilir halde üretiliyor. Kendi kendine kullanıcı alışkanlıklarını öğrenebilen, geliştirebilen ürünlere sahibiz. Ülke olarak sadece TV'de değil, beyaz eşyada da pazar payları yükselecek diye öngörüyoruz. Yapmamız gereken tek şey, devlet, üniversite ve STK'lar ile ele ele vererek gücümüzü birleştirmek. İstihdam konusunda beyin göçünü engellemek üzere stratejiler geliştirmek ve yazılım alanına yatırım yapmak."



"Gelecek dönem özellikle güvenlik ve çip teknolojileri ve yatırımları açısından çok önemli bir dönem olacak. Türkiye de bu yatırımları gündemine almalı."

Pandemi sonrası geleceğe yönelik hedefler ve projeleriniz hakkında bilgi verir misiniz? Büyüme planlarınızda öncelikleriniz neler olacak? Sürdürülebilirlik konusunda gelecek dönem için sektörünüz adına ne gibi gelişmeler bekliyorsunuz?

"Gelecek dönem özellikle güvenlik ve çip teknolojileri ve yatırımları açısından çok önemli bir dönem olacak. Türkiye'de çip üretim veya tasarım merkezleri kurmalı. Dijital teknolojilerde ve dijital transformasyona odaklanmalıyız. Dijital transformasyona hızlı sıçrama yapmalıyız. Gelecek dönem Türkiye'nin şansının büyük olduğunu düşünüyorum."

ALTTA: ANDRIY ONUFRIYENKO / GETTY IMAGES TURKEY

MEHMET ALİ AKARCA KOÇSİSTEM GENEL MÜDÜRÜ

‘DİJİTAL DÜŞÜNEBİLME YETENEĞİMİZLE, TEKNOLOJİ İHRACATINA KATMA DEĞER YARATIYORUZ’



“BUGÜNÜN KÖKLÜ şirketleri, yakaladıkları sürdürülebilir başarıyı teknolojik gelişmelere adapte ettiklerinde bir adım öne geçecekler” diyen KoçSistem Genel Müdürü Mehmet Ali Akarca, KoçSistem’in kurum kültüründen insan kaynaklarına, yatırım hamlelerinden yeni iş modellerine kadar tüm alanlarda ‘dijital’ düşünebilme kabiliyetine sahip olduğunu söylüyor.

COVID-19 salgını sonrası, yeni normalde iş stratejileri ve aksiyonlar konusunda gündeminizi nasıl belirlediniz? Bu dönemin bulunduğunuz sektör ve kurum açısından riskleri ve fırsatları neler oldu?

“Şirketlerin yapısal reformunda dijital dönüşüm yolculuğu çok önemli. Sadece donanımsal teknoloji yatırımı değil, katma değerli gerçek dijital dönüşüm süreçlerini de işletmelerde uçtan uca yönetmek gerekiyor. Hepimiz tanık oluyoruz ki, günümüzde artık rekabetçiliğin kurallarını, büyük ölçüde, kurumların dijital dönüşümdeki başarıları belirlemeye başladı. Bu gerçeği, kurumların yapısal reformu dijital dönüşümdür diyerek özetliyoruz. Küresel ekonominin yüzde 25’ini dijital şirketler oluştururken, kültürü ve iş yapma tarzlarıyla dijital ekosistemde yer almak, şirketler için çok önemli. Yapay zeka, nesnelerin interneti, veri analitiği, makine öğrenmesi, büyük veri, bulut teknolojileri, robotik işgücü gibi yani hepimizin yakından takip ettiği ama her zaman da çok hızlı şekilde hayata geçiremediğimiz konular bunlar.

İskoç yazar Samuel Smiles’in bir sözü vardır, çok beğenirim: ‘Çok az şeyin başarılmasının sebebi, genellikle çok az şeye başlanılmasıdır’ der. Biz esasında şirketlerimizle yeni çalışmalar yapmak istiyoruz ama bunlara adım atmakta nedense endişe ediyoruz. Ama pandemi bence bu dijital dönüşümdeki yatırımları hepimizin fırsata çevirebileceği bir ortam yarattı. Nitelikli insan kaynağı meselesini gündeme getirdi. İnsan kaynağına yatırım yapan şirketler, rekabette bir adım daha öne çıkacaklar. Bu gerçek hepimizin gündeminde olmalı. Biz de hem KoçSistem hem de KoçDigital olarak nitekli insan kaynağının sektörümüz için önemini biliyoruz. Bu amaçla sektörün ihtiyacı olan nitelikli insan gücünün yetiştirilmesine katkı veriyoruz. Hem üniversitede okuyan veya yeni mezun hem de profesyonellere yönelik programlar geliştirdik. İlk olarak profesyonelleri bu yeni çağa hazırlayacak “KoçDigital Data & Analytics For Business Programı”ndan bahsetmek isterim.“Data & Analytics For Business Programı”nı KoçDigital Akademi çatısı altında Koç Üniversitesi ve BCG iş birliği ile veriyoruz. İster pazarlama, ister insan kaynakları olsun kendi iş alanında gelişmiş analitik ve yapay zeka çözümlerinden yararlanan; “veriden iş değeri yaratan” sektör bağımsız tüm iş profesyonelleri bu programa katılabiliyor. Üniversite son sınıf veya yeni mezun gençlerimiz için “KoçSistem Siber Güvenlik Uzman Yetiştirme Programı”nı başlattık. Siber Güvenlik alanında ilk uzun süreli yetiştirme programını Boğaziçi Üniversitesi ile beraber hayata geçirdik. Hiç kuşkusuz verinin öne çıkmasıyla veri analisti, yapay zeka uzmanı gibi meslekler öne çıkıyor. Koç Üniversitesi ile birlikte KoçDigital çatısı altında gençlerimize yönelik “KoçDigital Data Scientist Genç Yetenek Programı”nı devreye aldık. Yeni nesil teknolojilerin etkin kullanılmasında yenilikçi fikirlere ihtiyaç duyuyoruz. Bu yüzden Türkiye’nin girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarmasına katkı vermeliyiz. Bu inançla Türkiye’nin “ilk B2B girişimcilik platform TechSquare”i kurduk. Techsquare B2B girişimcilik platformuyla yaklaşık 18 civarında firmamızın müşteri kitlesine sadece Türkiye’de değil, yurtdışında da erişim sağlayarak onları daha iyi bir noktaya getirmeye çalışıyoruz. Bu dönemde gördüğüm en büyük risk ise siber güvenlikte. İşletmeler, KoçSistem gibi tüm dünyada 7/24 siber güvenlik risklerini tespit ederek bu tehditlere çeşitli yöntemlerle müdahale edilmesini sağlayan kurumlarla çalışmalı; siber güvenlikte riskleri en aza indirgemeliler. Dijital dönüşüm Türkiye açısından kritik bir konu. Şirket kültürünün değişimi söz konusu. Teknolojiyi şirket kültürüne adapte etmek artık çok önemli. Türkiye’deki girişimcilerin, şirketlerin ve liderlerin çok başarılı olduğunu gördük. Birçok araştırma dünyada dijital dönüşüme yapılan yatırımların hız kesmeden devam edeceğini gösteriyor. Genel itibarıyla ülkemizde de dijital dönüşüm çalışmalarının ve teknoloji üretiminin umut verici olduğunu söyleyebiliriz. Kısaca cesaretli adımlar atmamız gerek.”

Otomasyon, akıllı makineler ve yapay zekâ (AI), makine öğrenmesi konularında geleceğin akıllı dünyası nereye evrilecek?

“Biz KoçDigital olarak bir IoT Platformu kurduk. 2 bin 200 iş istasyonunda, yaklaşık 450 bin sensörden günlük olarak 20 Terabayt veri topluyoruz. Ve bu sistem dünyadan seçilen 1000 yönetim tesisi arasında ilk 10’a girdi. Pandemi ile daha çok artan siber güvenlik ihtiyacını ise Türkiye’de bir ilk olan KoçSistem Güvenlik Operasyon Merkezi ile (SOC) sağlıyoruz.”

Gelecek dönem hedefleriniz neler?

“Bir Türk markası olarak yerli teknoloji üretme kararlılığımızı, Türkiye’de yazılım alanında ilk Ar-Ge Merkezi olma özelliğine sahip KoçSistem Ar-Ge ve Yenilkçilik Merkezi ve KoçDigital Ar-Ge Merkezimiz ile sürdürüyoruz. KoçSistem ve KoçDigital Ar-Ge Merkezlerimizde kendi mühendislerimizin, veri analistlerimizin geliştirdiği yerli teknolojileri yurt içi ve yurtdışında müşterilerimize sunuyoruz. Türkiye’nin lider markalarına dijital dönüşüm hizmetleri sunarken, şirketlerin toplam değer zincirlerini de dijitalleştirmeyi hedefliyoruz. Endüstri 4.0 ile nesnelerin interneti, büyük veri ve ileri veri analitiği, siber güvenlik, bulut, dijital iş gücü gibi konuları bütünsel bir bakış açısıyla değerlendiriyoruz. KoçDigital ile dünyaya teknoloji ihraç ediyoruz. Gelecek dönem için Türkiye’nin başarılı teknoloji şirketleriyle şansının yüksek olduğunu düşünüyoruz.”

“Koç Üniversitesi ile birlikte KoçDigital çatısı altında gençlerimize yönelik ‘KoçDigital Data Scientist Genç Yetenek Programı’nı devreye aldık.”

SERKAN ÇELİK PAYNET CEO'SU

'HEDEFİMİZ, MÜŞTERİLERİMİZE TEKNOLOJİDEKİ EN İYİ DENEYİMİ VE HİZMETİ VEREBİLMEK'



"BUGÜN FARKLI sektörlerde faaliyet gösteren yaklaşık 20 binden fazla işletmenin finansal süreçlerini dijitalleştiren süreçleri yönetiyoruz" diyen Arena ve Paynet CEO'su Serkan Çelik, dijital dönüşüme öncülük ederken, şirketlerin ihtiyaçlarına uygun, teknolojik çözümleri geliştirdiklerinin altını çiziyor.

COVID-19 salgını sonrası, yeni normalde iş stratejileri ve aksiyonlar konusunda gündeminizi nasıl belirlediniz? Bu dönemin bulunduğunuz sektör ve kurum açısından riskleri ve fırsatları neler oldu?

"Bundan iki sene kadar önce yani Pandemi'den önceki güzel günlerde, Mudanya'dan Yenikapı'ya deniz otobüsüyle geçiyordum. Yanımda tesadüfen 20'li yaşlarında genç bir arkadaş oturuyordu. Yeni üniversite mezunu ya da son sınıflarda olduğunu tahmin ediyorum AutoCAD programında bir depo çizimi yapıyordu. Aynı esnada sol tarafta oğlum oturuyordu o da 9 yaşında. Elinde bir iPad vardı ve Minecraft oyununu oynuyordu. Depo çizimi yapan genç arkadaşın kullandığı programın görüntüleri ile, grafikleri ile, oğlumun oynadığı oyunda kullandığı sistem, önyüz ve grafikler üç aşağı, beş yukarı aynıydı. Bir tarafta bu programı kullanmak için ciddi bir eğitim sürecinden geçen bir genç diğer tarafta ise benzer bir programı oyun oynayarak doğal bir şekilde kullanan bir çocuk 9 yaşındaki oğlum ve onun jenerasyonu, geleceğin tüketicileri. Dijital dünyanın içine doğan bu jenerasyonun dijitale bakışı ve algılayışı ile bizimki çok farklı. Onlara ayak uydurmak, onların hayatı nasıl algıladığını anlayabilmek çok önemli. Bu nedenle dijitalleşme, 'Yaparsak, güzel olacak' olan değil, 'Yapmamız gereken şey' olmalı. Firmalar, geçmişleri ne kadar güçlü olursa olsun, bugüne kadar onları taşımış olan sermayeleri, iş modelleri, müşteri memnuniyetleri ne kadar iyi olursa olsun dijitalleşmeyi ıskalarlarsa, önümüzdeki dönem müşterilerine hitap eden firmalar olmaktan çıkacaklar. Dijitalleşme, şirketlerin kendi içindeki iş süreçlerinin otomatize edilmesi, bilgisayar kullanılan süreçlere aktarılması olarak algılanıyor. Bu kesinlikle çok yanlış bir algı. Dijitalleşme aslında bir iş modelinin tamamen dijitale geçmesi demektir, sadece iç süreçlerin ve raporlamaların otomotize edilmesi değil. Bir firmanın gerek kendisine mal ya da hizmet tedarik eden taraflarla, gerek kendi iç süreçlerinde, gerekse kendi müşterileriyle olan her türlü iletişim ve etkileşimlerinde, iş modelinin uçtan uca dijitalleştirilmesi. Arena olarak biz bu dijitalleşme dünyasının aslında iki tarafında da bulunuyoruz. Bir tarafında Arena olarak gerek duyulan her türlü teknolojinin tedarik edilmesi ve bunun iş ortaklarımız aracılığıyla son kullanıcılara, bireylere ya da kurumlara ulaştırılması tarafında hizmet veriyoruz. Diğer tarafta ise Paynet ile finansal teknolojiler alanında yer alıyoruz. Özellikle kurumların ve KOBİ'lerin, finansal nakit akışlarını dijitalize edilmesine yönelik hizmetler veriyoruz. İş modellerini inceleyip, nakit akışı tarafının nasıl dijitalleştirilebileceğini, hangi enstürmanların ya da hangi çözümlerin kullanılabileceğini anlatıyoruz. KOBİ'ler de aslında ellerindeki seçeneklerin farkında değiller. Bu konuda yardıma ihtiyaçları var. Şu anda 20 binin üzerinde KOBİ müşterimiz var. Tahsilat ve ödemelerin dijitalleştirilmesi tarafında verdiğimiz hizmetlerle önemli bir rol oynadığımızı düşünüyorum. Dijitalleşme hızlanarak devam edecek ve bu pek çok bildiğimiz sektörün ya da iş kolunun yok olmasına yol açacak. Mesela on yıl öncesine kadar Fintech diye bir sektörden bahsetmiyorduk. Ama şimdi bankacılığın yanında çok ciddi güçlenmiş bir Fintech ekosistemi var. Gelecekte önemli fırsatlara sahip olduğumuzu söyleyebilirim."

Geleceğin rol modellerinde teknolojinin hakimiyeti nereye evrilecek?

"İnanılmaz merak uyandırıcı yeni bir dünyaya doğru evriliyoruz. Alışkanlıklarımız değişiyor. Yapay zeka, IoT, RPA ve benzeri teknolojilerle ile verimlilik artışı sağlanıyor. Çok yakın bir gelecekte artık yapay zeka ile hareket eden iş birimlerinin hayatın her alanında karşımıza çıktığını göreceğiz. Bu durum vasıfsız iş gücünü etkileyecek bir değişim gibi algılanıyor ama değil. Bahsettiğimiz yapay zeka aslında son derece vasıflı iş modellerini bugüne kadar en kapasiteli insanların yaptığı işleri dahi ciddi şekilde değiştirecek. Teknolojiyi en çok etkileyecek konulardan biri de 5G teknolojisi olacak. 5G ve 5G'nin hızıyla birlikte çok daha yaygın şekilde IoT ve yapay zeka teknolojilerini hayatımızın odağında göreceğiz. Türkiye'deki finansal teknolojiler çevresine baktığımda şunu çok net görüyorum ki yaratılan çözümler ve bunların teknik altyapısı dünyanın birinci sınıf kalitesinde hizmetler ve teknik altyapı içeriyor. Bu konuda dünyada son derece iyi bir yerdeyiz. Tek eksik yönümüz, geliştirdiğimiz teknolojiyi yurtdışına ihraç edemiyoruz. Ekonomimizin zayıflaması ve regülatif taraftaki engeller bu sıkıntıların kaynağı. Mesela beş yıl evvel Paynet olarak geliştirdiğimiz bir çözümün geçen sene Amerika'da 'Yılın En Değerli Fintech Fikri" seçildiğini görüyoruz. Biz bunu beş sene önce yapmıştık, hayata geçirmiştik. Halen de kullanıyoruz ve toplam hacmimizin yüzde 5'ini oluşturan bir çözüm bu. Bu ürünleri, hizmetleri daha da geliştirebilmek, daha da büyütebilmek konusunda teşviklere ihtiyaç var."

Gelecek dönem hedefleriniz neler?

"Dijital dönüşümü tehdit değil, fırsat olarak görmek gerek. Ülke olarak eğer dijitalleşmedeki yeni fırsatları yakalayabilirsek ki bunu yapabilecek insan kaynağı potansiyelimiz var. Gerek klasik sektörlerde dijitalleşmeyle gerekse yeni doğan Fintech ve benzeri sektörlerde dijital ve yaratıcı çözümlerle gelecekte çok daha başarılı şirketleri, başarılı iş modellerini öne çıkarabiliriz. Bunları dünyaya ihraç edebileceğimize inanıyorum."

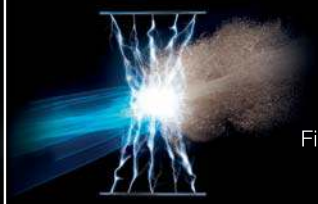
"Teknolojiyi en çok etkileyecek konulardan biri de 5G teknolojisi olacak. 5G ve 5G'nin hızıyla birlikte çok daha yaygın şekilde IoT ve yapay zeka teknolojilerini hayatımızın odağında göreceğiz.

MITSUBISHI ELECTRIC

KLİMA SİSTEMLERİ

DOĞUŞTAN ÜSTÜN

Benzersiz performans ve baş döndürücü tasarım onun genlerinde var.



Plasma Quad Plus Filtre

Çift kademeli Plasma Quad Plus Filtre ile Legendera temiz havaya sahip konforlu iç mekanlar sunar.

LEGENDERA

Klimanın yeni yorumu.



Yakut Kırmızı



İnci Beyazı



Kuzguni Siyah

Mitsubishi Electric Turkey Elektrik Ürünleri A.Ş

klima.mitsubishielectric.com.tr

444 7 500

Anniversary

SASA POLYESTER KÜRESEL LİDERLİĞE OYNUYOR

SASA POLYESTER SANAYİ A.Ş, 2023 YILINDA 330 MİLYON DOLAR YATIRIM BEDELİNE SAHİP ELYAF ÜRETİM TESİSİNİ DEVREYE ALIYOR. BU YATIRIMLA, ŞİRKETİN CİROSUNA YILLIK 550 MİLYON DOLAR KATKI SAĞLANACAK. ERDEMOĞLU HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI İBRAHİM ERDEMOĞLU, 2023 YILI SONUNDA DEVREYE ALINACAK İŞLETMELERLE BİRLİKTE TOPLAM YATIRIM TUTARININ YAKLAŞIK 2.4 MİLYAR DOLARA ULAŞACAĞINI SÖYLÜYOR VE EKLİYOR: "POLYESTER ÜRETİMİNDE GEÇEN YIL SONU İTİBARİYLE 1.4 MİLYON TON ÜRETİM KAPASİTESİNE ULAŞTIK. ÇİN VE HİNDİSTAN DIŞINDAKİ EN YÜKSEK KAPASİTEYE SAHİP ÜLKE TÜRKİYE OLDU."

Şule Laleli

FOTOĞRAF **HAKAN AYDOĞAN**



İbrahim Erdemoğlu, SASA Polyester'in PTA yatırımı ile dünyada, enerji verimliliği en yüksek, teknolojik ve otomasyon alanında en ileri tesislerden biri olacağını söylüyor.

DÜNYA ÇAPINDAKİ en son teknoloji üretim tesisiyle küresel liderliğe oynayan SASA Polyester, teknoloji alt yapısı, özgün ürün geliştirme stratejisi ve uluslararası kalite standartlarıyla geleceğin ağır rekabet kurallarına yoğun hazırlanıyor. Dünyanın sayılı polyester üreticilerinden SASA Polyester AŞ, Saflaştırılmış Tereftalik Asit (PTA) ve elyaf yatırımlarıyla hem istihdamı artırmayı hem de bölgenin ve Türkiye'nin polyester üretim üssü olmayı planlıyor. Nasıl mı? Son dört senedir yatırım planlarında ciddi büyüme sağlayarak...

2015 yılında Sabancı Holding'den devraldıkları tesiste yatırımlar hız kesmeden sürüyor. SASA Polyester ile Polyester üretim kapasitesini 350 bin tondan 1.4 milyon tona, yıllık ciroyu da 1.2 milyar TL'den 5 milyar TL seviyesine yükseltti. Satışlarda dört kattan daha fazla bir büyüme

SASA, elyaf ve PTA tesisi yatırımlarıyla Türkiye'nin ve bölgenin polyester üretim üssü olmayı hedefliyor.

gerçekleştirdi. POY/İplik tesisi Haziran 2020 de, Polyester Cips tesisi ise Eylül 2020'de devreye alındı. 2021 net satışları ise 11 milyar TL seviyelerde hedefleniyor.

Erdemoğlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Erdemoğlu, SASA Polyester Sanayi A.Ş. olarak dünyanın tek hattaki en büyük kapasiteli ve en yüksek verimli PTA işletmesinin Adana'da hayata geçeceğini söylüyor. Adana üretim tesislerinde 1.58 milyon ton/yıl kapasiteli PTA tesisini 2023 Şubat ayında devreye almayı planladıklarını söylüyor.

Erdemoğlu; "Bu tesisin yatırım maliyeti yardımcı işletmeleriyle birlikte yaklaşık 935 milyon dolar olacaktır. PTA tesisimiz dünyadaki en yüksek tek hat kapasiteye sahip olmakla birlikte hammade kullanımı ve enerji verimliliği açısından da en iyi performansı gösterecektir" diyor.

Erdemoğlu, bir de örnek veriyor: "İşletmede

ANALİZ

SASA'DA YÜKSELEN YATIRIM

Sasa'yı yatırımcı nezdinde tercih edilir kılan büyüme çıtasını yukarı taşıması. Sermayesi 1 milyar 120 milyon TL ve yüzde 18'i halka açık konumda bulunuyor. Tekstil kimyasalları alanında faaliyet gösteren Sasa, Borsa 30 hisseleri arasında yer alıyor. Şirketin açıklamış olduğu Son beş dönemdeki yıllık büyüme oranları hep yüzde 30'un üzerinde gerçekleşti. Açıklanan 2021 yılı üç aylık bilançosunda da aynı performans sürüyor. Firma yılın ilk çeyreğinde satışlarını bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 152 artırırken dönem sonu kârı yüzde 56,59 yükseldi.

ZEYNEP AKTAŞ

DOLAR BAZINDA YÜKSEK GETİRİ

Sasa, son beş yıldaki yüksek performansı ile yatırımcısının yüzünü güldürdü. Hisse senetleri dolar bazında beş yıl içerisinde 2018 krizi dışında hep yüksek getiriler sağladı. Hisse fiyatı 2016 yılında dolar bazında yüzde 86 oranında değer kazanırken 2017 yılına gelindiğinde getiri yüzde 357'ye çıktı. İki yıldaki bu yüksek değer artışının ardından 2018 krizinde dolar bazında yüzde 24 değer kaybetti. Sonrasında 2019, 2020 ve 2021'in ilk beş ayında da yüksek performanslarıyla yatırımcıların ilgiyle takip ettiği bir hisse oldu.

SASA'NIN SON 20 YILLIK FİNANSAL GELİŞİMİ

Şirket, 2000-2010 döneminde 1 milyar TL'nin altında satış ve sürekli esas faaliyetlerden zarar eden bir yapıya sahipti. Sonrasında açık bir gelişim yaşandı ve 2010-2020 döneminde büyüyen satışlar ve esas faaliyet karlılığında artış bariz bir şekilde öne çıktı. Satışları 2012'de 1 milyar TL'ye çıktı ve 2020'ye kadar sürekli yükselen ivmesini korudu. Bu süreç içerisinde esas faaliyet kârlılığı da sürekli büyüdü.

DEĞERLEME ORANLARI YÜKSELDİ

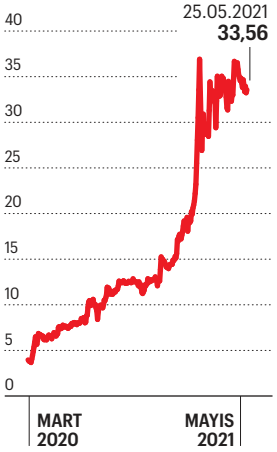
Şirketin gelir ve kârlılığı ile hissenin fiyatı arasındaki dengeyi gösteren veriler artan ilgiyle birlikte yükseldi. Mevcut verilere göre fiyat kazanç (F/K) oranı 102,50 seviyesine çıkmış durumda. Sektör ortalaması ise 47,92. Bu durum hisseye yönelik ilginin güçlü olduğuna işaret ediyor. Öte yandan kapasite artışıyla ilgili yeni yatırımları için gerekli çalışmaların yapıldığı açıklamalar arsında yer alıyor.

HİSSELERİN YÜZDE 65'İ TOPLU

Sasa'nın borsada halka açık kısmının yüzde 65'inedenk gelen 360 milyon adet hisse Ak Yatırım'ın saklamasında bulunuyor. Yüzde 6,62'si ise TEB Yatırım'da. Yabancıların hisse senedindeki oranı yüzde 4,82. En son 12 Mayıs'ta MSCI Global Small Cap Endeksleri kapsamındaki değişiklikle Türkiye Endeksi kapsamından çıkarıldı. Hissedeki yabancı payı oranı çok yüksek olmadığı için bu değişiklik fiyatlarda satış baskısı yaratmayabilir. Ancak yüzde 4,82'deki bir puanlık değişimin dahi önemli olduğunu hatırlatmakta fayda var.

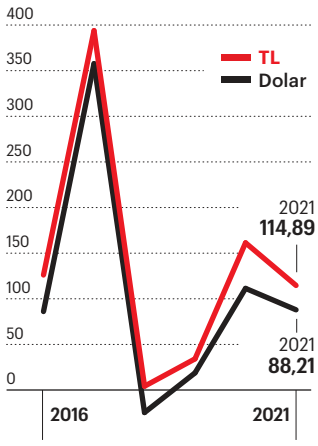


SASA KAPANIŞ FİYATI (TL)



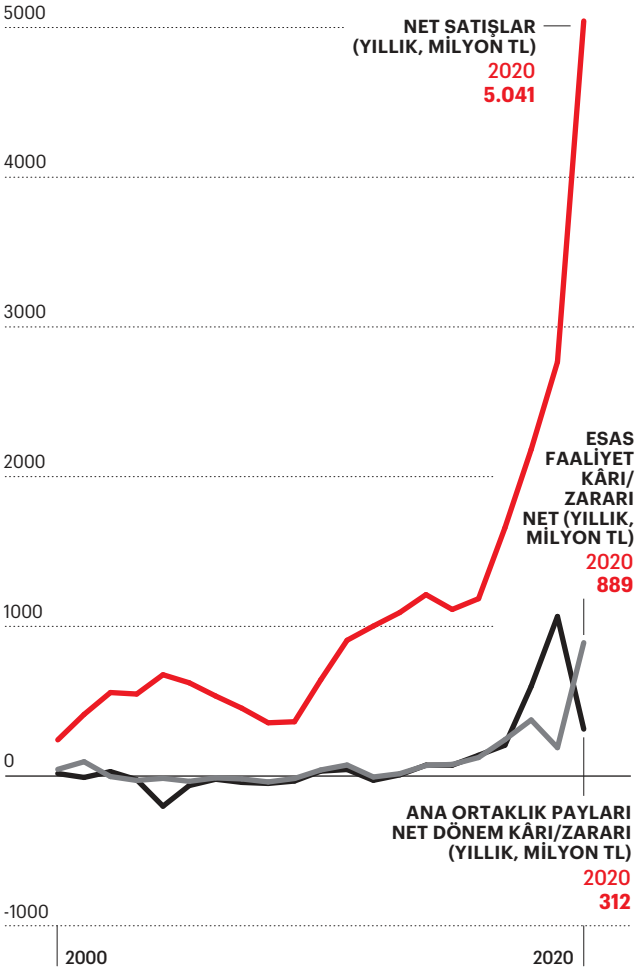
KAYNAK: FİNNET TEKNİK ANALİST 4.0

SASA YILLIK GETİRİLERİ (TL, DOLAR)



*2021 Getirisi 25.05.2021 itabariyledir.

SASA'NIN FİNANSAL GÖSTERGELERİNDEKİ SON 20 YILLIK GELİŞİM



KAYNAK: FASTWEB MALİ ANALİZ

ARACI KURUM DEĞERLENDİRMELERİ

Sasa'nın ilk çeyrek finansal sonuçları sonrasında gelen kurum değerlendirmelerinde ağırlıklı olarak olumlu görüşler öne çıktı.

İntegral Yatırım, şirketin 2021 yılı üç aylık finansal sonuçlarını pozitif bulduğunu belirtirken son bir ve üç aydaki yükselişine dikkat çekti.

Kurumun değerlendirmesine göre Sasa'nın finansal sonuçlarının beğenildiği anlaşılıyor. Fakat tarihsel fiyat çarpanlarına göre hissenin primli olduğu hatırlatılmakta. Tüm bunlara rağmen yatırımlarından kaynaklı büyüme potansiyelinin sürmesini bekliyor.

Gedik Yatırım ise yükselen polyester cip hacimlerinin katkısıyla şirketin ürün satış hacminin yıllık bazda arttığına dikkat çekiyor.

YATIRIMCI BEKLENTİLERİNDE ÖNE ÇIKAN

Yatırımcı beklentilerinde şirketin 2023 yılında tamamlanacak yatırımları ile birlikte ortaya çıkacak büyüklük ve potansiyel öne çıkıyor. Bu nedenle beklentiler sürüyor. Şirketin büyüme çıtasını yukarıya taşıması mevcut yatırımlarının tamamlanması ile mümkün olacak. Dolar bazındaki fiyatlamalara şimdiden büyüme beklentilerinin yansıdığı gözleniyor.

SONUÇ OLARAK

Yüksek piyasa çarpanları mevcut fiyat seviyelerinde hissenin değerlenmiş olduğu anlamına geliyor. Göstergelerdeki yüksek oranlara rağmen yatırımcının ilgisinin sürmesi kârdaki artışın devam edeceğine yönelik beklentiden kaynaklanıyor. Halihazırda şirketin yatırımları devam ediyor. Bu yatırımların bitmesi ile birlikte satış ve karlılığını artırması da reel beklenti. Söz konusu durum hissede uzun vadede yükseltme beklentisinin sürmesine olanak veriyor. Firmanın esas faaliyet karlılığını artırarak büyümeyi ivmelendirmesi ise pazardaki gücünü korumasını sağlayacak. Bununla birlikte son dönemdeki güçlü yükselişler önümüzdeki dönemde de yükselişin aynı hızla devam edeceği şeklinde yorumlanmamalı. İvme korunabilir. Ancak getirilerde azalmalar ihtimali göz ardı edilmemeli.



2023 sonunda devreye alınacak işletmelerle toplamda, yaklaşık 2.4 milyar dolar yatırım yapılmış olacak.

PTA işletmesinde verimlilik ile beraber çevreci uygulamalar da gerçekleşiyor. İşletme, atık su arıtma tesisiyle yaklaşık yılda 10 milyon ton suyun işletmede yeniden kullanımını sağlıyor.

kimyasal reaksiyonlar ile açığa çıkan ısı enerjisi elektrik enerjisine çevrilerek, işletme kendi ihtiyacını karşıladıktan sonra yaklaşık 10 MWatt/saat enerjiyi de SASA'nın diğer işletmelerine ihraç edeceğiz" diyor.

SASA Polyester, polyester üretiminde geçen yıl sonu itibari ile 1.4 milyon ton üretim kapasitesine ulaştı. Bu kapasite Çin ve Hindistan dışındaki en yüksek kapasite olarak dikkat çekiyor. Erdemoğlu, bu kapasiteye rağmen, Türkiye'nin 2020'de yalnızca nihai polyester ürünlerinin ithalatının 1 milyon ton civarında gerçekleştiğini söylüyor ve ekliyor: "Türkiye'nin ithalatını Avrupa ve Kuzey Afrika'nın ihtiyacını da düşündüğümüzde bölgemizin çok daha yüksek kapasiteye ihtiyacı olduğu açık. Bu ihtiyacı da bir nebze karşılamak için 350 bin ton Elyaf işletmemizi ve 350 bin ton Polyester chips üretme tesis yatırım kararı aldık. Bu işletmelerimizi de 2023 yılı sonunda devreye alacağız. Bu işletmelerimiz ile birlikte toplam yatırım tutarımız yaklaşık 2.4 milyar USD ye ulaşacak."

ÇİN DIŞINDA ALTERNATİF ARAYIŞI: TÜRKİYE

PTA, polyesterin ana ham maddesi. PTA'nın yurt içinde üretilmesi, Polyester üretimi açısından yurt dışı bağımlılığını büyük oranda bitirecek bir detay. Polyester değer zincirinde geriye doğru ilk entegrasyonu sağlayan SASA, katma değerin bir kısmını da Türkiye'de tutuyor.

Konuyla ilgili olarak Erdemoğlu, "Bu sayede yurt içinde bulunan müşterilerimiz daha uygun koşullarda hammadeye ulaşım sağlayacak. Bu durum Türkiye'nin bütün polyester kullanan sektörlerde başta tekstil ve ambalaj sektörleri olmak üzere rekabet avantajı sağlayacak. Özellikle pandemi ortamında beliren tedarik zincirinde Çin dışında farklı alternatif arayışında Türkiye'yi öne çıkaracaktır."

Türkiye nin PTA ithalatı geçen yıl yaklaşık 1 milyon ton ve tüketimi ise yaklaşık 1.1 milyon ton olarak gerçekleşti. 2022 yılı ithalatının ise yaklaşık 1.5 milyon ton olmasını bekleniyor.

SASA'nın işletmesi devreye 2023'te girdiğinde, Türkiye ithalatçı konumunu sürdürecek. PTA yatırımı ile Türkiye'nin öncü sektörlerinden özellikle tekstil sektörünün önü açılmış olacak.

Erdemoğlu Holding'in PTA yatırımı pek çok ilki de beraberinde getiriyor. Hammade verimliliğinde dünyada, enerji verimliliği en yüksek, en yüksek kapasiteli, teknolojik ve otomasyon olarak dünyada en ileri tesislerden biri olacak.

Dünya PTA kapasitesi yaklaşık 90 milyon ton ve geçen yıl sonu itibari ile üretim 75 milyon ton oldu. Dünya PTA üretim artış hızı dünya büyüme oranının yaklaşık iki katı olduğu için, bütün bağlantılı sektörleri beraberinde taşıyor.

Aynı durum Türkiye'de de geçerli. PTA yatırımı tekstil ve ambalaj sektörü gibi sektörlerin motoru olmaya aday.

SASA Polyester'in Yumurtalık yatırımı 12 milyar dolar civarında. Beş milyon ton Polyester, dört milyon ton PTA, 1.2 milyon ton Polipropilen ve Polietilen 600 bin ton PVC tesisiyle, hammadede yurt dışı bağımlılığı da büyük oranda çözülmüş olacak.

Geçmişten günümüze çeşitli krizler ve teknolojik gelişmelerle dönüşen çalışma hayatı ve iş gücü dinamikleri dünyada farklı bir kırılma yaşanmasına neden oldu. COVID-19 salgını sonrası, yeni normalde iş stratejileri ve aksiyonlar konusunda da Erdemoğlu gündemlerindeki konuyla ilgili olarak, bu dönemde yapılan yaklaşık 1 milyar dolar tutarındaki yatırımlar ile toplam istihdamın yaklaşık bin 250'den 4 bin 200 seviyelerine çıkardı.

Erdemoğlu; "Yeni yatırımlarımızda endüstri 4.0 konseptinide tam olarak uyguladığımız ve sağlık tedbirlerinide eksiksiz sağladığımız için üretimde de bir aksama yaşamadık. Seyahat kısıtlamaları ile elektronik haberleşme sistemlerini çok daha etkin kullandığımızdan dolayı yatırımlarımız sekteye ugramamış aksine etkin karar alma ve uygulama ile hız kazandı." diyor.

SASA'nın polyester kapasitesi 2030 yılına gelindiğinde yaklaşık 5 milyon ton olacak. Büyüme POY ve iplik üretimi, Polyester Elyaf üretimi, Endüstriyel Polyester chips ve Ambalaj tipi polyester chips dallarında olacak.

Bu kapasitelerde yapılacak üretim ithal hammadde ile yapılamayacağından dolayı hammadde entegrasyonunu da sağlanacak. Dolayısı ile başta polyester hammadeleri olan PTA ve MEG olmak üzere Türkiye'nin ithal etmek zorunda olduğu diğer polimerleri de entegre tesislerde Adana Yumurtalık'ta üretecek.

Erdemoğlu gelecek döneme ilişkin, "COVID-19'un beraberinde getirdiği tedarik zincirinin yeniden yapılanması ile birlikte Akdeniz Havzası ve bütün Avrupa'nın başta polyester ve hammaddeleri olmak üzere, tüm petrokimya ürünlerinin ana üretim merkezi olma fırsatını gerçeğe dönüştüreceğiz" 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

NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER'A

BAHAR GELDİ!

BAYİLERDE



KİMSE BU DÜNYAYI BİZDEN DAHA İYİ TANIMIYOR.

NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER

nationalgeographic.com.tr
facebook.com/NatGeoMagazineTurkiye
twitter.com/NatGeoMagTR
instagram.com/natgeomagturkiye

REKABETTE AVANTAJ
ÇEVİK DÖNÜŞÜMDE

İş dünyasının son zamanlardaki önemli gündem başlıklarından biri olan Çevik (Agile) anlayışı ile şirketler, organizasyonlarının çeşitli bölümlerinde giderek daha fazla çevik metodolojilerini benimsiyor. KPMG'nin CEO araştırmasına göre, dünya genelinde CEO'ların üçte ikisi, çevik hareket etmenin değişen iş dünyasında büyümenin anahtarı olduğuna inanıyor. Araştırma ayrıca bu değişime uyum sağlayamayan yöneticilerin yarış dışı kalacağına inandıklarını ortaya koyuyor. Çevik dönüşüm hareketi artık şirketlerin zorlu piyasa koşullarında ayakta kalabilme ve rekabette öne çıkabilme konusunda önemli adımlarından biri.

BEGÜM NUR ALKIŞ



ÇEVİK KÜLTÜRE YÖNELİK YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER

Farklı endüstri ve ölçekteki kuruluşlara, çevik kültürlerinin sürdürülebilir olması için gerekli koşulları yaratacak çözümler geliştiren **ACM Agile'ın** gelecek dönem hedefleri arasında, Avrupa'da büyümek ve yeni nesil teknolojilerle kişiselleştirilmiş çözümler sunmak yer alıyor.



Agility Consultant,
Accredited Kanban Trainer,
OKR Coach
Duygu Balcı

SALGINLA BİRLİKTE ortaya çıkan belirsizliğin ve uzaktan çalışma koşullarının, organizasyonları yeni arayışlara yönelttiğini ve çevikliğe olan ihtiyaçın artırdığını belirten Agility Consultant Duygu Balcı ile ACM Agile'daki yenilikçi çözümleri, büyümeye yönelik hedeflerini, dijitalleşme süreçlerini ve iş dünyasını bekleyen değişimi konuştuk.

ACM Agile olarak büyüme stratejileriniz ve gelecek planlarınız hakkında bilgi verir misiniz?

Her şirkette olduğu gibi belirsizliğin oldukça yüksek olduğu bir yıldı. Çevikliğe ne derece ihtiyaç olduğunu da daha net görmüş olduk. Çevik bir kültüre, en çok belirsizliğin ve değişkenliğin yüksek olduğu bir ortamda ihtiyaç duyarız ki kolayca adapte olabilelim. Bu dönemde de birçok şirket, günümüz piyasa koşullarında çevikliğin bir gereklilik olduğunu bizzat deneyimleyerek gördükleri için gerek şirketimiz gerekse sektör olarak fırsatların yoğun olduğu bir yıldı. Özellikle uzaktan çalışma ortamı, yurtdışı taleplerine de hızlı bir şekilde cevap vermemizi sağladı, bu anlamda en büyük fırsatlarımızdan biri bu oldu. 2021 yılı da bu koşulların devamı niteliğinde olduğu için bizim de öncelikli hedefimiz piyasadaki bu yoğun talebi karşılayabilmek adına yetkin danışman kadromuzu büyüterek ilerlemek ve dijital dünyada da farklı çözümler sunarak hizmet portföyümüzü büyütmek.

Agile dönüşümün kurumlar için önemi nedir? ACM Agile'ın bu alandaki hizmet felsefesinden ve iş dünyasına getirdiği yenilikçi çözümlerden bahseder misiniz?

Çevik yaklaşımlar 2000'li yılların başından itibaren yazılım sektöründe uygulanmaya başladı ve ne derece etkin olduğu görülünce diğer sektörlerde de hızla benimsendi. Günümüzde organizasyonlar inovasyon, üretkenlik, çalışan sahiplenmesi ve rekabetçilik başta olmak üzere birçok kilit parametrede, çevik yaklaşımlarla ortaya çıkabilecek değerle ilgili daha

çok deneyim ve farkındalığa sahip. ACM Agile olarak, farklı endüstri ve ölçekte çok çeşitli kuruluşlara çevikliğin ne olduğunu ve ne olmadığını ve bu kültürün sürdürülebilir olması için gerekli koşulları bütünsellik içerisinde yaratmanın önemini anlatmaya gayret ediyoruz. Tabii bu uzun soluklu ve iyi kurgulanmış bir süreci gerektiriyor. Bu yüzden "büyük düşün, küçük başla" düşüncesiyle öncelikle pilot takımlar aracılığıyla ilk ve sağlıklı bir çeviklik deneyimi elde etmeleri için tecrübelerimizi aktarıyoruz. Tabii pilot süreci çok önemli olmakla birlikte sadece bir başlangıç. Çevik kültürün organizasyonda yaygınlaşması liderlik, davranışlar, yapı ve yönetişim gibi birçok katmanı birlikte ele almayı zorunlu kılıyor. Avrupa'nın en geniş ve de deneyimli danışman kadroların biri ile 14 yıldır farklı endüstri ve ölçekte yüzlerce kuruluşta elde ettiğimiz dönüşüm tecrübesi ACM Agile'ı en fazla farklılaştıran unsurlarlar arasında yer alıyor. Bunun yanı sıra sadece Agile eğitimi ve koçluk iş ortaklarımızın zamanla ortaya çıkan yeni ihtiyaçları için tek başına yeterli değil. Bu yüzden çevik dönüşümü tek taraflı değil her boyutuyla ele alarak buralardaki ihtiyaç noktalarında da sunduğumuz hizmetlerle iş ortaklarımızın beliren ihtiyaçlarına yenilikçi çözümler de geliştiriyoruz.

Çözümlerinizle şu an hangi pazarlarda yer alıyorsunuz? Gündemde yeni iş birlikleri, yeni pazarlar söz konusu mu?
Günümüzde neredeyse tüm endüstrilerde ve de ağırlıklı olarak Türkiye'de hizmet vermekle birlikte Hindistan'dan İngiltere'ye oldukça geniş bir coğrafyada tecrübe kazanma fırsatımız oldu. Rahatlıkla söyleyebiliriz ki, ACM Agile belki de Avrupa'da en fazla çevik dönüşüm deneyimine sahip danışmanlık kuruluşları arasında yer alıyor. Buradan yola çıkarak ve salgın döneminde öne çıkan dijital fırsatları da değerlendirerek, başta bölge ülkeleri olmak üzere özellikle Avrupa'da büyümeye odaklanıyoruz. Gelişim zihniyeti ve bolluk anlayışıyla, her gün beliren heyecan verici fırsatlara yönelik sıra dışı işbirliklerine çok olumlu yaklaşıyoruz. Özellikle çapraz fonksiyonel takımlardan sonraki aşamanın, çapraz endüstriyel işbirlikleri olacağı inancıyla buna yönelik bünyemizde farklı deneysel oluşumlara başlangıç yaptık. Bu anlamda "Rekaberlik" kavramına da inanıyor ve olası işbirlikleri için kapımızı herkese açık tutuyoruz.

Sizce önümüzdeki günlerde iş dünyasındaki yeni trendler, gündemdeki yeni konu başlıkları neler olacak? Organizasyon süreçlerinde verimliliğin giderek önem kazandığı pandemi sonrası yeni normal süreçte, Agile dönüşüm iş dünyasında nasıl bir değişim yaratacak?
Aslında organizasyonların yeni bir yönetim anlayışına dair arayışları salgından öncesine dayanıyor. Salgınla birlikte ise bu durum inanılmaz bir ivme kazandı ve artık eskiye mutlak dönüşün mümkün olmadığına inanıyoruz. Büyük organizasyonlar, teknolojik örtüşme başta olmak üzere pek çok faktörden kaynaklanan değişime daha etkili adapte olabilmek ve varlıklarını devam ettirmelerine imkan kılacak sürekli değer yaratımını gerçekleştirebilmek adına giderek daha fazla start-up'lara benzemeye çalışabilirler. Organizasyonlar otonomi ve eşgüdümün sağlıklı şekilde dengelendiği mikro kuruluşlardan oluşan birer ağa doğru evrilebilirler. Yeni jenerasyonla birlikte de gelen bu ihtiyacı karşılayabilmek adına artık işlevsiz hale gelmiş kasları terk ederek bambaşka alanlara yönelebilen, sürekli gelişim odağına sahip organizasyonların başarılı olabileceğine inanıyoruz. Bunun için odağa daima müşteriyi ve değişen ihtiyaçları koyarak çözümleri en hızlı ve etkin şekilde sunabilmek, değişen pazar dinamiklerinin organizasyonları şekillendirmesine imkân sunabilmek gerekiyor. Tabii bunları yaparken insanı merkeze almak şart. Çalışanların mutlu olmadığı, anlam bulmadığı ve parçası olmaktan heyecan duymadığı bir organizasyonun tüm bunları gerçekleştirebilmesi hiç kolay değil.

İş dünyasında Agile kültürünün oluşturulması adına yol haritanızda dijital dönüşümle ilgili hangi güncel çalışmalar bulunuyor?
Yıkıcı inovasyonun gücüne ve gerekliliğine çok inanıyoruz. Bu yüzden biz de bir danışmanlık kuruluşu olarak müşterilerimizin bize bağımlı olmadan kendi kendilerine ihtiyaç duyabilecekleri konularda en hızlı ve nitelikli hizmeti alabilmesi için dijital destek sunabilmenin alt yapısını hazırlamaya çalışıyoruz. Hayalimiz; danışman bağımlı olmayan bir servis modeli geliştirmek ve de bu sayede danışmanlarımızın yaratıcı potansiyelini katma değer üretebileceğimiz farklı alanlara kanalize etmek. Bunun için teknolojik gelişmelerle paralel birçok yeniliği hizmetlerimize adapte edebilmek ve müşterilerimizin evrilen ihtiyaçlarına kişiselleştirilmiş çözümler geliştirmek için dünyanın farklı bölgelerinden çok çeşitli kuruluşlarla işbirliği çalışmalarımız devam ediyor.



ÇEVİKLİKTE 'ORGANİK' YAKLAŞIM

10 ülkede 30'un üzerinde danışmanıyla çeviklikle ilgili eğitim ve koçluk hizmetleri sunan agile42, 2021 yılına hızlı başladı. Yıl sonuna kadar Ar-Ge çalışmaları için 250 bin euro bütçe ayıran **agile42,** "ORGANIC" yaklaşımıyla organizasyonların kendi değişim yolculuklarını monitor edecekleri sistemler geliştiriyor.

AGILE42 TÜRKİYE KURUCU ORTAĞI VE AGILITY KOÇU EBRU YALÇINKAYA, şirketin 2021 yılı hedeflerini, hizmet felsefesini ve iş dünyasında agile kültürünün oluşmasına yönelik yaptıkları çalışmaları anlattı.

Bize agile42 yi kısaca tanıtır mısınız? 2020 yılı agile 42 açısından nasıl bir yıldı, 2021 yılına nasıl başladınız?
2007 yılında Berlin'de kurulan agile42, Çeviklikle ilgili tüm konularda koçluk ve eğitim verir. 10 ülkede var olan agile42, 30'un üzerinde danışmanıyla, dünyanın sayılı uluslararası çeviklik şirketlerindendir. Türkiye ofisi 2014 yılında kurulmuştur, agile42 Türkiye koçları hem Türkiye hem de yurtdışı projelerde çalışmaktadır.

Pandemi başında bütün dünya ile birlikte biz de durduk ve anlamaya çalıştık. agile42 koçları bir araya gelerek yeni stratejimizi belirledik, bir yıl önceden başlattığımız uzaktan eğitim modüllerimizi tamamlayarak, tüm sınıf içi eğitimleri ve koçluk çalışmalarını sanal platformlara hızlıca uyarladık. İlk çevrimiçi uzaktan sertifikalı eğitimi 30 Mart 2020'de sunduk ve paralelinde koçluk çalışmalarını uzaktan yapmaya başladık. Uzaktan eğitimlerimiz birçok ülkeden katılımcıların seyahat etmeden uluslararası sertifikalarını kolaylıkla tamamlamasına fırsat verdi. Biz de seyahat etmeden pek çok ülkede farklı şirketlerle uzaktan çalışma fırsatını bulduk, böylece tecrübelerimizi zenginleştirdik. Hizmet verdiğimiz müşteriler ile uzun soluklu ilişkiler geliştirdiğimiz



agile42 Türkiye Kurucu Ortağı ve Agility Koçu Ebru Yalçınkaya

için çoğunu uzaktan hizmet vermeye başlayarak koruduk. agile42 koçları olarak, birbirimizin deneyimlerinden öğrenebilmek ve iş birliğini artırmak için fiziksel ortamda üç ayda bir yaptığımız Koç Kamp çalışmalarını ayda bir olacak şekilde uzaktan çevrimiçi düzenledik.

Pandeminin başlangıcında uzaktan eğitimlere ve koçluğa kuşkuyla yaklaşan müşterilerimiz de oldu, sınıf içi eğitimleri uzaktan sanal eğitimlere, koçlukları fizikselden sanala döndürmemiz bazı müşterilerimizde zaman aldı. Fakat şu anda bu durum da değişti, uzaktan eğitimlerin ve koçluğun ne kadar etkili olabileceğini gören kurumlar şimdi bunu tercih etmeye başladı, daha pratik olduğunu keşfettiler. Global düzeyde baktığımızda 2021'de, 2020 den çok daha hızlı bir şekilde koşmaya başladık.

agile 42'nin hizmet felsefesinden bahseder misiniz? Farklılaşmak adına iş dünyasına yönelik sektörüne sunduğunuz yenilikçi uygulamalarınız bulunuyor mu? İş dünyasında Agile kültürünün oluşturulması adına hangi güncel çalışmalarınız bulunuyor?
agile42 olarak, çevikliğin kültürel bir dönüşüm olduğuna inanırız. Bu nedenle çalışmaya başladığımız organizasyonlarda işe çevikliğe yatkınlığı değerlendirerek başlarız. Org scan gibi dijital araçlar veya ekiplerle yaptığımız workshoplarla kültürü, pratikleri anlamaya çalışırız. Tüm eğitim ve koçluk çalışmalarını onun üzerine müşterimizle birlikte inşa ederiz. Çeviklikle ilgili uzun yıllara yayılmış global bir tecrübeye sahibiz, çok farklı sektörlerden oluşan bir müşteri portföyümüz var. Dahası BT ekipleri dışında çevikliği diğer birimlerde de başarıyla uyguladık. İçeriklerimizi global kalitede üretirken yerel varlığımızda ülkemizin kültür ve dinamiklerine göre hizmetlerimizi özelleştirmemizi sağlıyor.

Bizim için esnek/çevik bir organizasyon makine gibi kurulmaz ama ORGANİK bir canlı gibi büyür. Çevresel değişikliklere uygun olarak değişir, dış girdiye ihtiyaç duymadan kendiliğinden tepki verir, değişimin kalıcı olabilmesi için herhangi bir değişiklik içeriden gelmelidir. Biz bunun için geliştirdiğimiz "ORGANİK

çeviklik" modelini kullanıyoruz. ORGANİK Çeviklik: tutarlı bir organizasyon kültürünün ve çevik liderliğin, organizasyonların direnç kazanmasına ve günümüz dünyasının hızla değişen taleplerine uyum sağlamasına, nasıl destek olabileceğini gösteren evrimsel bir yaklaşımdır.

Gerçek değişim insanlara odaklanır. Dijital ya da çevik dönüşümde mevcut durumu anlamadan ya da yapılan değişimlerin etkisini anlık ölçmeden ilerlemek, körebe oynamak gibidir. İşte organizasyonların kendi değişim yolculuklarını monitor ederek yapılan değişimlerin etkisini görebilecekleri ve bilgiye dayalı ilerlemelerini sağlamak üzere Organizational Scan uygulamasını geliştirdik: Kültür tasarlanamaz ama görünür hale getirilebilir. Organizasyonel Tarama ™ (OrgScan), ORGANIC çeviklik Stratejik Araçlarının bir parçasıdır ve organizasyon kültürü, liderlik tarzları, karar verme yetenekleri ve organizasyonların değerleriyle ilgili gerçek veriler sağlar.

Yol haritanızda dijital dönüşümle ilgili hangi çalışmalar bulunuyor? Ar-Ge yatırımlarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Müşterilerimizin dijital dönüşümlerini desteklemek amacıyla mevcut müşteri çalışmalarının yanı sıra ürünlerimizi dijital dünyaya uygun halde sunmaya başladık. Gelişen ihtiyaçlara cevap verebilmek için de ekibimize teknoloji ve dijital dönüşümlerde uzmanlaşmış danışmanları kattık. 2021 yılında Ar-Ge çalışmalarına 250 bin euro bütçe ayırıyoruz.

Müşterilerimiz bireysel olarak eğitim/koçluk hizmetlerine ulaşabilecekleri gibi çeviklik kültürünün tüm çalışanlara yaygınlaştırılabilmesi için yölçeklendirilmiş ve daha uygun bütçeli /özelleştirilmiş Kurumsal Öğrenme programlarıyla kurumsal müşterilerimizi destekliyoruz. Kurumsal Öğrenme programı programını kullanmaya başlayan müşterilerimiz onbinlerce çalışanına daha uygun fiyatla, daha hızlı bir şekilde çevikliği öğretebiliyor. Bir diğer yenilikçi aracımız Agile Strateji Haritası, organizasyonların hedeflerini stratejik planlamanın merkezine yerleştirmelerine, kazançlarını nasıl koruyacaklarını anlamalarına ve gelecekte onlara neyin başarı getireceğini keşfetmek için birden fazla faktörü güvenli bir şekilde test etmelerine olanak tanıyan, bize ait dijital bir üründür.

agile 42'nin büyüme stratejileri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Avrupa ülkeleri, Kuzey Amerika ve Güney Afrika'da faaliyet gösteren agile42 olarak, Wisnet - Human Consulting ile birlikte 2021'de agile42 Brezilya'yı açmayı planlıyoruz. Hırvatistan'da Croz ile ortak projelerde çalışıyoruz. Yeni potansiyel ülkeler ve partnerlikler ile düzenli görüşmelerimiz bulunuyor. Bizler büyüdükçe bünyemize yeni Çevik Koçları ve ofis arkadaşlarımız katılıyor. Scrum Alliance, Lean Kanban University, IC Agile gibi lider çeviklik kurumları ile olan iş birliklerimizi ve içeriklerimizi geliştirmeye devam ediyoruz.

Pandemi sonrası iş dünyasının yeni normali sizce nasıl şekillenecek?

Pandemi sonrasında artık hiç birşey eskisi gibi olmayacak dendiğinde haklılarmış, gerçekten de öyle oldu. Özellikle yurtdışında çalıştığımız banka gibi çok büyük kurumlar, büyük binalarını satışa çıkararak, çalışanlarının önemli bir bölümünü evden çalışmaya yönlendirdiler, bunun için çeşitli teşvik paketleri sundular. Türkiyede de bu eğilimleri gördüğümüz büyük kurumlar var. Eskiden saatlerce uçuş yapılarak gerçekleştirilen toplantılar şimdi evden zoom veya diğer uygulamalarla kolaylıkla yapılır oldu. Bunun çevresel etkilerinin çok pozitif olduğu yadsınamaz. Gelişen teknolojiler iş hayatında büyük kolaylaştırıcı ve bu sektör tüm sektörlerin önünde koşmaya devam edecek. Bu dönem çevik çalışma şeklinin parladığı bir dönem oldu, dünya çapında yapılan anket sonuçları gösteriyor ki, bütün şirketler çevik çalışma prensiplerine uygun çalışmaya çalışıyor, çünkü eski sistemlerin yeni dünyada çalışması artık çok mümkün değil. Bununla birlikte "wellbeing", "esenlik" ve "çalışan bağlılığı" konuları şirketler için çok dikkat edilmesi gereken konular olmaya başladı ve öylede olacak. Özellikle uzaktan çalışmaya geçen şirketlerde iş -özel yaşam dengesinin olumsuz bir şekilde değiştiği yönündeki yoğun paylaşımları tersine çevirmek için hem bireylerin hem de kurumların bu anlamda bilinçli ve iyi niyetli bir şekilde çalışmaya devam etmeleri ve yeni ihtiyaçlara uygun çözümler sunabilecek adil çalışma anlaşmaları yapmaları gerekecek.



TÜRKİYE'NİN EN KAPSAMLI ÇALIŞMA KÜLTÜRÜ HAREKETİ

MESS çalışma kültüründe dönüşüme öncülük eden çevik dönüşümü hızlandırma programı ve yeni performans sistemi uygulamalarını tanıttı.



MESS Yönetim Kurulu Başkanı
Özgür Burak Akkol

MESS'İN iş dünyasına sunduğu iki vizyoner hizmeti anlatan MESS Yönetim Kurulu Başkanı Özgür Burak Akkol, "Dijital dönüşüm sürecinde çalışma kültürü de dönüşmek durumunda. Şirketlerin çevik çalışma modeline geçmesini hızlandıran ÇEVİX programımız ve performans sistemlerini yeni nesil bakış açısıyla ele alan MEXCHANGE ile Türkiye'nin en kapsamlı çalışma kültürü dönüşüm hareketini başlattık" dedi.

İş yapış şekillerindeki, müşteri ve çalışan beklentilerindeki hızlı değişim şirketleri daha hızlı, esnek ve çevik olmaya zorluyor. Şirketlerin değişen taleplere cevap üretebilmesi için iş yapış biçimlerini gözden geçirmesi, daha dinamik ve çevik bir yapıda hizmet vermesi, çalışanlarının performanslarını daha esnek şekilde değerlendirmesi önem kazanıyor.

Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (MESS) hayata geçirdiği pek çok ilk ve öncü uygulamanın ardından çalışma kültüründeki dönüşüme de liderlik ediyor. Türkiye'nin en kapsamlı "çalışma kültürü dönüşüm hareketini" başlatan MESS, şirketleri çalışma kültüründe yaşanan dönüşüme hazırlıyor. Şirketlerin çevik çalışma modeline geçmesini hızlandıran ÇEVİX programı ve performans sistemlerini yeni nesil bakış açısıyla ele alan MEXCHANGE uygulamasını iş dünyasıyla buluşturdu.

MESS; dünyanın en büyük, en gelişmiş ve en kapsamlı dijital dönüşüm ve yetkinlik gelişim merkezi MEXT'i geçtiğimiz yıl hizmete açmıştı. MESS'in iki yeni hizmeti de Türk sanayisinin dönüşümüne öncülük etmek için kurulan MEXT çatısı altında sunuyor.

MESS YÖNETİM KURULU BAŞKANI ÖZGÜR BURAK AKKOL: "TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK VE EN KAPSAMLI ÇALIŞMA KÜLTÜRÜ HAREKETİNİ BAŞLATTIK"

MESS Yönetim Kurulu Başkanı Özgür Burak Akkol, 62 yıllık kurumsal birikimleri ve 250 lider üye şirket ile sanayide dönüşümün öncüsü olduklarının altını çizdi. İş süreçleri değişirken organizasyon yapılarının aynı kalamayacağını ifade eden Akkol "Dijital dönüşüm sürecinde çalışma kültürü de dönüşmek zorunda. ÇEVİX ve MEXCHANGE hizmetlerimiz ile Türkiye'nin en kapsamlı çalışma kültürü dönüşüm hareketini başlattık." dedi.

Akkol şöyle devam etti: "İki öncü projemizi iş dünyası ile buluşturduk. ÇEVİX ile şirketlerin üretimden pazarlamaya, bilgi teknolojisinden insan kaynakları süreçlerine kadar tüm departmanlarda çevik dönüşümü uygulayarak daha rekabetçi olmasını hedefliyoruz. Çevik dönüşümü destekleyecek şekilde tasarladığımız MEXCHANGE ise şirketlere performans yönetim sistemlerini yeni nesil bakış açısıyla en baştan kurgulayabilecekleri bir imkan sunuyor. Yerli ve uluslararası en iyi partnerlerden oluşturduğumuz ekosistem ile şirketlerin dönüşümüne destek olacağız. Uygulamalarımız; bilgilendirme, danışmanlık, eğitim, teknoloji ve yazılım desteklerinin tümünü kapsıyor. Çalışma kültürü dönüşümü için tek çatı altında uçtan uca tüm hizmetlerin sunulması Türkiye'de bir ilk oluyor."

ÇEVİK DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRMA PROGRAMI ÇEVİX İLE "HIZLI OL VE REKABETÇİ KAL"

Çevik yönetim ile çözülemeyen sorunlar kısa sürede çözülüyor, operasyon hızı ve verimlilik artıyor. Çevik yaklaşımla gerçekleştirilen projelerde hata %75 azalıyor, maliyet %72 düşüyor. Projeler sektör ortalamasına göre %37 daha hızlı tamamlanıyor. Yapılan analizlere göre çevik yönetim ile müşteri deneyimi ve operasyonel performans iyileşiyor ve çalışan bağlılığı artıyor. Bu da şirketin finansallarında %30'a kadar iyileşmeyi sağlıyor.

MESS, çevik yönetim anlayışını benimseyen ve iş süreçlerini bu anlayışa göre yeniden düzenleyen Türkiye'nin ilk işveren sendikası olma özelliğini de taşıyor. Şirketlerin çevik çalışma modeline geçmesini hızlandıran ÇEVİX programı organizasyonların hızını artırarak rekabetçi olmalarını sağlıyor.

ÇEVİX hizmeti geliştirilirken Türkiye ve dünyada çevik dönüşüm konusunda uzmanlaşmış pek çok farklı program incelendi, çevik yöntemlerle çalışan küresel şirketler detaylı şekilde araştırıldı. Ayrıca 100'den fazla kurumla doğrudan görüşme yapılarak verdikleri hizmetler değerlendirildi.

MESS'in uçtan uca sunacağı hizmetlere ilaveten yerli ve yabancı en iyi partnerlerden oluşturduğu ekosistem ile şirketlerin dönüşümüne destek olunacak. Şirketler ÇEVİX ile çevik dönüşümü üretimden pazarlamaya, bilgi teknolojisinden insan kaynakları süreçlerine kadar tüm departmanlarda uygulayarak daha rekabetçi olacaklar.

MEXCHANGE İLE DİJİTAL ÇAĞIN YENİ NESİL PERFORMANS SİSTEMİ

Çevik yönetim ile organizasyonlar dönüşürken şirketlerin insan kaynakları süreçlerinde de yeni bir yaklaşımla ilerlemesi gerekiyor. Mevcut performans yaklaşımları günümüzün çevik dünyasında artık yetersiz kalırken yeni dijital çağın ihtiyaçlarına cevap veremiyor. İş yapış şekillerindeki değişim ve çalışanların beklentileri performans sistemlerinin de günümüz iş yapış şekillerine daha uygun hale getirilmesini zorunlu kılıyor.

MESS bu ihtiyaca cevap üretmek için çevik dönüşümü yeni nesil performans sistemi ile destekleyecek bir hizmet tasarladı. MEXCHANGE, OKR (Objectives and Key Results) felsefesi temelinde performans yönetimini yeni nesil bir bakış açısıyla ele alıyor. Danışmanlık, bilgilendirme, eğitim ve yazılım destekleri bütünsel olarak veriliyor.

MEXCHANGE ile şirketlere performans yönetim sistemlerini en baştan kurgulayabilecekleri bir hizmet veriliyor. Mobil bir platform üzerinden uygulanabilen sistem şu faydaları sağlıyor:

- Hedefler tamamen esnek şekilde kurgulanıp yıl içerisinde değişen koşullara göre dinamik olarak yönetilebiliyor.
- Hedeflerin belirlenmesi ve takibine şeffaflık getirilerek ekiplerin iletişimi kuvvetlendiriliyor.
- Ekipler arası geri bildirim ile yıl sonu ile sınırlı kalmayan performans ve gelişim takibi yapılıyor.
- Ekiplerin kariyer gelişimini ön plana alınıyor.

ÇEVİX ve MEXCHANGE hakkında detaylı bilgi www.mext.org.tr/cevix ve https://www.mext.org.tr/mexchange adreslerinden alınabiliyor.



GELECEĞİNİZİ ÖNCEDEN GÖRÜN!

İş ve ekonomi dünyasının referans dergisi **Fortune**,
web sitesi ve sosyal medya ile fark yaratıyor.
Takipte kalın!



FORTUNE

FORTUNETURKEY.COM
fortuneturkey | fortuneturkiye

SAĞLIĞIN ÇEVİK DÖNÜŞÜMÜ

Roche Diagnostik Türkiye İnsan & Kültür ve İletişim Direktörü Banu Gülsün, sağlık hizmetlerinde çevik dönüşüm uygulamalarını ve **Roche Diagnostik Türkiye'nin** bu alandaki çalışmalarını paylaştı.

İNOVASYON VE EZBER BOZAN yeniliklerin yönlendirdiği bir çağda sektörlerin dönüşümüne rehberlik eden çevik dönüşüm kavramı, son 30 yılda yaşantımıza giren pek çok yeniliğin kalbinde yer alıyor. Bu terim her ne kadar yazılım alanında hızlı ve verimli ürünler geliştirilmesi için kullanılsa da, zamanla pek çok sektördeki kuruma ilham kaynağı olarak kurumsal kültürlerin dijital teknolojiler ve sürdürülebilirliğin belirlediği bir geleceğe uyum sağlamasına katkı sağladı.

Sağlık hizmetleri sektörü de bu süreçten bağımsız değil elbette. COVID-19 salgınının tüm dünyada 21'inci yüzyılın en büyük sağlık krizini beraberinde getirmesiyle birlikte sağlık hizmetlerinin dönüşümü de yalnızca sektörel değil, insani bir ihtiyaç ve süreç olarak gözler önüne serildi. Roche Diagnostik Türkiye olarak, bu dönüşümün tam kalbinde olan bir firmayız ve dünya sağlık ekosisteminin önemli bir parçası olarak bizim için de sağlıkta ihtiyaç duyulan dönüşümü sahiplenmek ve daha da önemlisi ona yön vermek en önemli önceliğimiz oldu.

Faaliyet alanımız olan vücut dışı tanı çözümleri, sağlık alanındaki dönüşümün merkezinde yer alıyor. Tüm dünyada sektör olarak klinik kararların yüzde 70'ini yönlendiren ürün ve yöntemleri geliştiriyoruz. Buna, COVID-19 salgınında tüm dünyada kullanılan tanı testleri de dahil. Çok hızlı gelişen bir alanda değişen ihtiyaç ve taleplere en hızlı şekilde ayak uydurmamızın tek yolu, organizasyonel çevikliği kurum kültürümüzün temel bileşeni haline getirmekti. Bu nedenle bizim için çeviklik, iş süreçlerimizdeki karmaşıklığı ve bürokratik süreçleri en düşük seviyeye indirmek, ekibimizdeki her bireyi karar alma süreçlerinde daha fazla yetkilendirmek ile değişime hızla adapte olabilen ve uçtan uca çözüm sunabilen güçlü takımlar kurmaktan geçiyordu.



Roche Diagnostik Türkiye İnsan & Kültür ve İletişim Direktörü Banu Gülsün

Çevik dönüşümüm yolculuğumuz insan, müşteri deneyimi, inovasyon, liderlik ve hasta odaklı sağlık politikaları gibi stratejik önceliklerimizin yanı sıra yeni çalışma biçimlerini benimsediğimiz kültürel ve zihinsel alanlarda da önemli değişimleri içeriyor. Çevik çalışma şekli, stratejimizi uygularken şirketimizin gelişim alanlarını ele almamıza ve engelleri kaldırmamıza yardımcı oluyor. Departmanlar arası işbirliğini ve hızımızı artırmamızı, ekipler arasındaki bağımlılıkları en aza indirmemizi sağlıyor. Aynı zamanda silolaşmadan uzaklaşmamızı, yenilikçi çözümler geliştirerek pazardaki fırsatları çok daha hızlı yakalamamızı tüm bunlarla birlikte en iyi müşteri deneyimini sunmamızı destekliyor.

Bu dönüşümün kurumumuz açısından en çarpıcı yönlerinden biri, farklı bir diagnostik organizasyonunun ya da bir sağlık şirketinin modelini bire bir kopyalayan değil, tamamen kendi özgün ihtiyaçları ve insani kültürü doğrultusunda şekillenen bir süreç olmasıydı. Kendi işimize, stratejimize ve hedefimize en uygun modeli benimsedik. Hala da üzerinde çalışmaya devam ediyoruz. Bu modeli, yukarıdan aşağıya değil, organizasyonumuzdaki tüm iç paydaşlarımızla birlikte oluşturduk. Çevik dönüşüm kültürünün kurumumuz içerisinde benimsenmesi için liderlik ve mesaj elçiliği görevini üstlenenler de doğrudan organizasyonumuzdaki ekip arkadaşlarımızdı. Çevik dönüşüm sürecimizde Çevik Liderler takımımız ve kendi içimizden yetiştirdiğimiz Çevik Koçlarımı çok ciddi ve etkin bir rol üstlendiler.

Öylesine hayati bir sektörde faaliyet gösteriyoruz ki, bir çalışma masasında filizlenen tek bir fikir bile, doğru kanallarda ilerlediğinde ve farklı birimlerin desteğiyle şekillendiğinde milyarlarca insanın yaşamına dokunan çözümlere dönüşebiliyor. Böylesine kapsamlı ve kurum içinde gelişen bir süreç için dönüşümün ve yeni çalışma modelinin şirketin tamamında benimsenmesi işte bu nedenle kritik önemdeydi. Açık ve etkileşime dayalı iletişimimizle bu önemli süreçleri geride bıraktık ve dönüşümümüz hız kazandı. Kurumsal dönüşümümüzün verdiği en önemli sonuç, belki de organizasyonel çeviklik kavramının dönüşümüne de öncülük etmemiz oldu. Zira geleneksel algının aksine çevik dönüşümümüzün sonucu bir ürün ya da hizmet değil, yeniliklerin önünü açacak bir kurumsal kültür oldu.

MAKERS TÜRKİYE'DEN YENİ DÖNEM GLOBAL HEDEFLER

Etki ve çıktı odaklı kurgular üretme hedefiyle çalışmalarını sürdüren **Makers Türkiye,** İsviçre'de kurumlara agile dönüşüme yönelik workshoplar vermeye hazırlanıyor. Şirket ayrıca Dubai'de tasarım odaklı düşünme ile inovasyon yönetimi ve agile yaklaşım üzerine danışmanlık hizmetlerine başlayacak.



Makers Türkiye Kurucusu Ongun Tan

KRİZ ORTAMLARINDA fırsat yaratabilmek için doğru insan kaynağı ve doğru teknolojik araçlara yatırım yapmanın önemine dikkat çeken Makers Türkiye Kurucusu Ongun Tan, Makers Türkiye'nin global hedeflerini ve planlarını anlattı.

Makers Türkiye'nin 2020 yılı nasıl geçti, şirket olarak bu dönemde stratejinizi nasıl belirlediniz?

2020 yılında da son üç senede olduğu gibi, ilk çeyrekte bir önceki senenin cirosunu yaparak başlamıştık. Ancak Mart 2020'de ilan edilen pandemi sonrasında, neredeyse yüzde 90'ı yüz yüze olan danışmanlık hizmetlerimizin hepsi doğal olarak durdu. Panik zihniyetini yaratıcı zihniyete dönüştürme konusunda verdiğimiz hizmetleri kendimiz için uygulama zamanı gelmişti. Arkadaşlarımızla son bir kez ofisimizde toplanarak stratejimizi belirledik

ve sonra hızla uzaktan danışmanlık servislerimizi ve dijital dönüşüm akademimizi lanse ettik. Mart ve Nisan ayları gelir açısından sıkıntılı olsa da, bizim için çok yoğun geçti ve bu hızlı dönüşüm sayesinde 2020'yi de yine rekor ciro ile kapattık. Görüyoruz ki, bizimle beraber uzaktan çalışma, tasarım odaklı düşünme ve agile yaklaşımı adapte edebilen kurumlar için de benzer senaryolar gerçek oldu. Çünkü pandemi erişimimizi belki 100 kat artırırken, maliyetleri de 10 kattan daha fazla azaltmış oldu. Bu verim ve dönüşüm hızını yakalayan tüm şirketler için büyük fırsatlar var. Doğru insan kaynağı ve doğru teknolojik araçlara yatırım yaparak açık zihniyet, büyüme zihniyeti dediğimiz zihniyete geçmek gerekiyor. Bu üçlüyü doğru yapan kurumlar için her kriz bir fırsat.

Makers Türkiye'de, çıktı odaklı yeni nesil danışmanlık konusunda, farklılaşmak adına neler yapıyorsunuz?
Bizim tek amacımız var; etki ve çıktı odaklı kurgular üretmek. Zaten design thinking gibi, agile gibi tüm dünyada farklı senaryolarda test edilen inovasyon metodolojilerini, yerel zihniyete uygun, minimum zamanda maksimum çıktı üretecek şekilde uyguluyoruz. Ben yönetim danışmanlığı kökenliyim. İstanbul ve Londra'da birçok kuruma strateji danışmanlığı yaptım. Şu anda bakıyorum da, bizim o zamanlar dört ayda yaptığımız çıktıları, bugün 15 günde çıkarabiliyoruz. Ekponansiyel hızda dönüşen günümüz dünyasına da bu hız lazım. Biz bunu sağlıyoruz.

Yol haritanızda çevik dönüşüm uygulamalarına ilişkin hangi gündem başlıklarınız neler? Sizce çevik kültür şirketler için neden önemli, fırsatları nelerdir?
Çevik yaklaşım bir zihniyet modeli. Bunun farklı uygulamaları var. Çevik yaklaşımı uyguladığımız kurumlarda ilk gördüğümüz, bu kadar hızlı ve az kaynak ile eskiden bu kadar zor yönetilen konuların nasıl hızlandığına şaşırmaları oluyor. Ve sonra da çıktıları görünce daha da mutlu oluyorlar. Çevik yaklaşım bir kültür ve güven altyapısı ile aslında kan şekerini düşüren değil ölçtüğünüz bir araç. Kültürü düzgün kurgulayıp, ekiplerde güven ve istek oluştuktan sonra şirket kendi kendine



işleten bir makine haline geliyor. Hem yönetici mikro yönetim yapmıyor hem çalışan kendi işini kendi yönetiyor. Herşey olabildiğince şeffaf, hızlı ve çıktı odaklı. Tamamen bugüne uygun şekilde ilerliyor.

Yeni teknolojilerin Makers Türkiye'ye kazandırılması konusunda neler yapıyorsunuz?
Mevcut kullandığımız agile metodolojileri ve sistemler sayesinde, şu anda içerideki iş verimliliğimizi en üst seviyeye çıkardık. Agile kapsamında 45-60 dakika süren ritüelleri 5 dakikanın altına indirdik. Şu anda müşterilerimize verdiğimiz tüm danışmanlık hizmetlerini, danışman arkadaşlarımızın yaratıcılıklarını en üst seviyeye çıkaracak şekilde dijital platformlara taşıyoruz. Kurumlar sabit bilgiyi bu platformlardan alındıktan sonra bizim danışman arkadaşlarımız geçmiş deneyimlerinden, akademik geçmişlerinden ve şirketin durumsal pozisyonuna göre işi daha ileriye götürmek için katalizör haline gelecekler. 2022 bizim için bu anlamda çok önemli bir yıl olacak.

Makers Türkiye'nin gelecek dönem planları hakkında bilgi verebilir misiniz?
Silikon Vadisindeki partnerimiz Maxitech ile şirketlerin kurumsal inovasyon programları kapsamında oluşturduğumuz LINK servisi, kurumlarda yaptığımız tasarım odaklı düşünme danışmanlıkları sonrasında ortaya çıkan test edilmiş prototiplerin, hızla Silikon Vadisi, Çin ve yerel start-up ekosistemine bağlanmasını sağlıyor. Start-up kurumsal yakınsaması en öncelikli konularımızdan. İsviçre'de yaklaşık 10 farklı kuruma agile dönüşüm, bu dönüşümde kullanılan hibrit çalışma araçları ve agile mindset ile ilgili workshoplar vereceğiz. Dubai'de ise yine tasarım odaklı düşünme ile inovasyon yönetimi ve agile yaklaşım danışmanlık hizmetlerimiz başlıyor. Bütün bunları yapabilmek için çok iyi bir ekibe ihtiyacınız var. Ana dili gibi İngilizce konuşabilen, doktora adaylarından çift ana dal üstü master yaptıktan sonra Türkiye'de ve global yapılarda çalışan çok değerli bir ekibimiz var. Bu sayede en kaliteli şekilde hizmet verebiliyoruz ve 2018'den beri bizden hizmet alan hiçbir firma bizi bırakmadı. Mutlaka her sene bir iş beraber yapıyoruz. Bu büyük bir keyif.

Bilgi teknolojileriyle iç içe geçen iş dünyasında yeni trendler sizce neler olacak? İş dünyasında hangi değerler daha fazla ön plana çıkacak?
Teknoloji exponansiyel hızda ilerlerken bu arayı kapatmak için üç silahımız var. Doğru araçlar, doğru zihniyet ve network. Bu üçlüyü doğru kurgulamak her kurum için ayrı bir tasarım. İnovasyon üçlüsü dediğimiz tasarım odaklı düşünme, yalın girişimcilik ve agile yaklaşım önümüzdeki dönemde kurumların en öncelikli konuları haline gelecek. Aldığımız taleplerden de bunu çok net görüyoruz. Bu zihniyet ve sistematik değişikliği gerçekleştirdikten sonra yeni teknolojilerin uygulanması çok basit bir element haline geliyor. Önemli olan, kurumların her yeni çıkan teknolojiyi olduğu gibi almak değil, en verimli şekilde kendi problemlerini tanımlayıp ona uygun şekilde adapte ederek, girişimci olmasalar bile girişimci gibi düşünerek ve çıktı odaklı uygulayabilmek. Yeni dünyanın 2025'e kadar en büyük dönüşümü bu olacaktır.

OMSAN LOJİSTİK'TEN ÇEVİK HEDEFLER

İş süreçlerinde dijital dönüşüme odaklanarak sektörde rekabet avantajı hedefleyen **OMSAN Lojistik,** verimlilik sağlama hedefleri doğrultusunda ise veri analiz sistemlerine ve çevik dönüşüm uygulamalarına ağırlık veriyor.


OMSAN Lojistik Genel Müdürü Cömert Varlık

YATIRIMLARINI İNSANA, dijitalleşmeye, çevresel uygulamalara ve entegre hizmetlere yönelik planlayan OMSAN Lojistik, kurumsal yazılımlar ve robotik süreç otomasyonu uygulamalarıyla sürdürülebilir büyümeye odaklanıyor. Fortune Türkiye'nin sorularını yanıtlayan OMSAN Lojistik Genel Müdürü Cömert Varlık, şirketin gelecek dönem hedeflerini, çevreci uygulamalarını ve çevik dönüşüme yönelik faaliyetlerini paylaştı.

OMSAN ve lojistik sektörü açısından 2020 yılı nasıl geçti? 2021 yılı için planlarınız nelerdir?
Lojistik sektörü geçen yıl pandeminin etkisiyle olumsuzluklar yaşadı. Ancak belirsizlik ortamı, sınırların kapanması ve alınan tedbirlere rağmen sektör, diğer birçok sektöre göre daha hızlı toparlandı. OMSAN Lojistik olarak, pandemi sürecinde ve sonrasında müşteri odaklı anlayışımızla yeni iş modellerine, sürdürülebilirliğe, dijitalleşmeye ve verimliliğe her zamankinden çok önem verdiğimiz bir dönem oldu. Müşteri ihtiyaçlarını karşılamada gösterdiğimiz hassasiyetle ve çözüm ortağı yaklaşımımızla büyümemizi hızlandırdık. 2021 yılında da sektörün güçlenmesi için projelerimize ve istihdam sağlayarak sürdürülebilir büyümemize devam ediyoruz.

OMSAN olarak, farklılaşmak adına lojistik sektörüne sunduğunuz yenilikçi uygulamalarınız bulunuyor mu?
İş süreçlerimizde müşteri memnuniyetine, dijitalleşmeye, insan unsuruna odaklanan felsefemizle sürdürülebilir hizmetler sunan global lojistik firması olma hedefiyle ilerliyoruz. Müşterilerimizin tüm tedarik zincirini uçtan uca izleyebilmelerini sağlayan dijital dönüşüme ve verimliliğe odaklanarak rekabet avantajı sağlıyoruz. Kurumsal yazılımlar ve robotik süreç otomasyonu uygulamalarıyla süreçlerimizi hızlandırıyoruz ve alternatif çözümler sunuyoruz. Yakın dönemde dünyada bir ilke imza atarak Marmaray üzerinden, Avrupa'dan Asya'ya gerçekleştirdiğimiz otomobil taşımacılığını buna örnek olarak gösterebiliriz.

Küresel iklim krizi geleceğin önündeki en önemli tehditlerden biri. Siz bu konuda neler yapıyorsunuz? Şirketinizin güncel yeşil uygulamalarından bahsedebilir misiniz?
İklim değişikliği ve küresel ısınma konularında üzerimize düşenleri yerine getirmek hedefiyle çevreci operasyonlarla karbon ayak izimizi düşürmenin yollarını arıyoruz. "Yeşil Taşımacılık" olarak da adlandırdığımız demiryolu taşımacılığının yaygınlaştırılmasını önemsiyoruz. Bu kapsamda Türkiye'nin tren işletmeciliği yetki belgesini almış ilk özel tren işletmecisi olarak geçtiğimiz yıl demiryolu ile 3,5 milyon tondan fazla yük taşıması gerçekleştirdik. Intermodal taşımacılık alanında tüm taşıma modlarını birleştirerek verimliliğin yanı sıra gelecek nesillere yeşil bir dünya bırakabilmek için daha az karbon salınımı hedefliyoruz.

Şirketler çevresel, ekonomik ve teknolojik değişimler karşısında kendilerini organizasyonel çevikliğe nasıl hazırlıyorlar?
Çevik dönüşümde şirketler, paydaşları ile iş birliğini ve etkileşimi artırarak değişime hızlıca cevap verebilmek için çalışıyor. Bunun için dönüşüm liderliği, müşteri odaklılık, etkin iletişim, hız, yalınlık gibi konseptleri gündeme alıyorlar. OMSAN Lojistik olarak değişimler karşısında sürekli gelişen bir organizasyon olmaya, tüm fonksiyonların birbirleriyle iletişimlerini hızlandırarak ortak vizyon için hareket etmeye odaklanıyoruz. Verimlilik sağlama hedefimiz doğrultusunda, veri analiz sistemlerini ve teknolojiyi kullanıyoruz. Farklı kapsamda katılımcılarla düzenli etkileşim faaliyetlerinde bulunuyor ve deneyimlerimizi paylaşabilmek için özel programlar geliştiriyoruz.

OMSAN LOJİSTİK

İnovatif & Dijital

Dönüşüm yolculuğunda çevik çözümlerle ilerliyoruz.

İş ortaklarımıza mükemmel hizmet deneyimini sunmak için dünyanın önde gelen bilişim teknolojilerini kullanıyor, bütün operasyonlarımızda verimli ve çevik çözümler sunuyoruz. Lojistik sektörünü ileriye taşıyan inovasyon adımlarıyla dijital dönüşüm yolculuğunda hızla ilerliyoruz.



www.omsan.com

SEDAŞ'TAN 2,7 MİLYAR TL'LİK YATIRIM

Çağın gereklerine uygun daha esnek ve çevik bir yapılanma geliştiren **SEDAŞ,** bilişim teknolojileri yatırımlarıyla yeni ufuklara açılmayı hedefliyor. Şirket, 5 yıllık yatırım planlarını üç kat artırarak 2,7 milyar TL'ye çıkardı ve şebeke bakımı için her yıl 100 milyon TL ayırdı.



SEDAŞ Yönetim Kurulu ve İcra Başkanı Dr. Necmi Odyakmaz

SEDAŞ'IN DNA'sında Ar-Ge ve inovasyonun olduğunu söyleyen SEDAŞ Yönetim Kurulu ve İcra Başkanı Dr. Necmi Odyakmaz ile şirketin yeni projelerini, güncel uygulamalarını, enerji sektörünün gündemini değerlendirdik.

2020 yılını SEDAŞ olarak nasıl kapattınız? Bu dönemde hayata geçirdiğiniz projeler ve yatırımlardan bahseder misiniz?
2020'yi dijitalleşme ve yeniden yapılanma yönünde ciddi adımlar atarak verimli ve başarılı biçimde değerlendirdik. Kocaeli, Sakarya, Bolu ve Düzce'yi içine alan 20 bin kilometrekarelik bölgemizde müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesini artırmak amacıyla Simple Sign ve SEDAŞ Akademi başta olmak üzere çok sayıda dijital projenin altında imzamız bulunuyor. Son olarak tüm saha faaliyetlerini tek sistemde birleştiren Sentinel projesini hayata geçirdik. Özelleştirmeden bu yana yatırımlarımızı 3 kat artırarak; 2. ve 3. uygulama döneminde 1 milyar 820 milyon TL değerinde yatırım yaptık.

Bölgemizin ihtiyaçları doğrultusunda hayata geçirdiğimiz "Transformers" projesiyle geçen yıl organizasyonel yapımızı çağımızın beklentilerine uygun biçimde yeniden şekillendirdik. Bu sayede, sürekli gelişim ve dönüşüm ilkesiyle daha çevik ve esnek bir organizasyona başarıyla geçiş yaptık. Sosyal fayda

odaklı projelerimizi de yapılandırılmış sisteme aktardık. Dünyanın en büyük sürdürülebilirlik inisiyatifi Birleşmiş Milletler Global Compact'e üye olarak bu alandaki taahhütlerimizi de perçinledik.

SEDAŞ olarak, enerji sektörüne yönelik sunduğunuz güncel uygulamalarınız nelerdir? Yol haritanızda çevik dönüşüm uygulamalarına ilişkin hangi gündem başlıkları yer alıyor?

İçinde bulunduğumuz dönem, özellikle enerji sektöründe tüm oyuncuların dönüşüme eşlik etmesini gerektiriyor. Sektöre dair kritik parametreleri değerlendirdiğimiz uzun araştırmalar sonucu, sürdürülebilir hizmet kalitesini artırmak amacıyla başlattığımız Transformers projesiyle büyük bir sıçrama yaptık. Kültür yaşayan bir olgu olduğu için her gün yenilenmeye özen gösteren değişime ve dönüşüme açık bir yapı benimsedik.

Yeni yapılanmada beş ayrı bölge müdürlükleri ve onlara bağlı 21 noktada operasyon yöneticilikleri oluşturup, şirket olarak daha çevik ve esnek bir organizasyon yarattık. Projemizin temel felsefesi tüketici taleplerinin ait olduğu bölgede en kısa sürede çözüme kavuşturulması için yetki ve görevlerin her bir SEDAŞ'lıya dağıtılıp modern ve kapsayıcı bir sistem inşa edilmesi. Projemiz gerek sektöre, gerekse bölgemize önemli katma değer sağlıyor. Önümüzdeki süreçte bu yapılanmamızı güçlendirmeye yönelik adımlara devam edeceğiz.

Sizce enerji sektöründe dünyada öne çıkan gelişmeler neler olacak? SEDAŞ'ın önümüzdeki dönem yol haritanızda dijital dönüşümle ilgili hangi çalışmalar bulunuyor?

Enerji sektörü, dünya adına yaşamsal öneme sahip. Sektörümüz ile küresel veya ulusal bütün ekonomiler arasında birbirini etkileyip yön veren interaktif bir ilişki bulunuyor. Dünyada ortaya çıkan yenilikler enerji sektörüne doğrudan yansıyabiliyor. Dijital dünyada yaşanan gelişmeler, sektörümüz için yol gösterici nitelikte. Özellikle yenilenebilir enerjide blockchain teknolojisiyle güvenli enerji sistemi oluşturulması tartışılmaya başladı. Türkiye Akıllı Şebekeler 2023 vizyonu bu konuda kritik önemde.



Enerji şirketleri uzunca süredir dijitalleşiyordu, pandemi ise bu sürece gözle görülür bir ivme kattı. Biz de salgın öncesinden bu yana dijital çözümlere odaklandığımız için yeni koşullara çok çabuk adapte olduk. İş modellerimizi değiştirecek ve verimliliği artıracak dijital uygulamalarla yola devam edeceğiz. Planlamalarımızı çağa uygun olacak biçimde hazırlayıp, mevcut süreçlerimizi daha hızlı ve esnek hale getirecek teknolojilere odaklandık. Bu ilk adımın ardından yeni örnek uygulamalar gelecek. Bilişim teknolojileri yatırımlarıyla yeni ufuklar açmayı hedefliyoruz.

SEDAŞ'ın gelecek planları nelerdir? Gündemde yeni iş birlikleri bulunuyor mu?

2025'e kadar devam eden süreç, yeni tarife dönemi olması nedeniyle önem taşıyor. Bu periyot için dijitalleşme, yatırım, müşteri memnuniyeti ve sürdürülebilirlik ekseninde yol haritamızı belirleyip katma değeri yüksek projelere odaklandık. Yatırım planlarımızı üç kat artırarak 2,7 milyar TL'ye çıkardık ve şebeke bakımı için de her yıla 100 milyon TL ayırdık. Bu dönemde enerji sektöründe Ar-Ge'ye ise toplamda 1 milyar liralık bütçe ayrıldı.

Kentleşme ve sanayileşmenin çok yüksek olduğu bir bölgedeyiz. Her gün 3,7 milyon nüfusa dağıttığımız enerjinin yüzde 40,58'i sanayi tesislerinde tüketiliyor. Buna bağlı olarak yatırım ihtiyacı ve taleplerdeki artış hızı epey yüksek. SEDAŞ olarak teknolojik gelişmeleri iş modellerimize entegre etmeyi sürdürüp planlamalar dahilinde gerek üniversite-sanayi iş birlikleri gerekse Ar-Ge yatırımları hayata geçireceğiz. Bölgemizdeki ihtiyaçları karşılayarak müşteri memnuniyetinde çıtayı yukarıya taşıyacağız.

ÇİMENTO

AKÇANSA ÇİMENTONUN HARCINA DİJİTAL DÖNÜŞÜM KATIYOR

Global pandeminin iç pazarda ve ihracatta yarattığı daralma etkisine rağmen 2020 yılı satış gelirlerini bir önceki yıla göre yüzde 8 artırarak 1 milyar 967 milyon TL'ye çıkaran Akçansa'nın gündeminde 1915Çanakkale Köprüsü gibi mega projeler ve 2030 Sürdürülebilirlik hdefleri var.

ELİF ERMAN



Türkiye tarihinin en büyük otoyol projelerinden biri olan 1915Çanakkale Köprüsü.

EMEN HER SEKTÖRDE olduğu gibi 2020 inşaat sektörü için de sınavlarla dolu bir yıl oldu. Gerek iç pazarda gerekse dış pazarda yaşanan daralmalar ve kredi faizlerindeki dalgalanmalar, oyuncuların hızlı karar alma ve adaptasyon yeteneklerini hayli zorladı. İnşaat sektörü pandeminin etkisiyle geçen 2020 yılını sektörel iniş çıkışların gölgesinde geçirdi. Pandemi nedeniyle alınan kapatma kararları sonucu yılın ikinci çeyreğinde ciddi oranda bir daralma gözlenirken, yılın ortasından itibaren kredi faizlerindeki düşüşler ve farklı kampanyalar sektörde yeniden bir canlanmanın görülmesine neden oldu.

Türkçimento verilerine göre, 2020 yılı genelinde çimento üretiminde, geçen yıla oranla yüzde 26,9'luk bir artış kaydedildi. Hatta aralık ayında çimento üretim ve iç satışlarda, 2019 yılı Aralık ayına göre yaklaşık yüzde 50 gibi büyük oranda artış yaşandı. 2020 yılında önceki yıla göre iç satışlarda yüzde 22,6, çimento ihracatında ise yüzde 46,1'lik artış gerçekleşti.

PANDEMİDE 2 MİLYAR TL SATIŞI GELİRİ

İç pazarın kapatma kararları nedeniyle daraldığı dönemde özellikle ihracata yönelerek rekorlara imza attıklarını ifade eden Akçansa Genel Müdürü M. Zeki Kanadıkırık, bu esnada Ar-Ge çalışmalarının da aralıksız devam ettiğini, pazarın ve tedarikçisi oldukları mega projelerin ihtiyacı olan özel ürünleri ve hizmetleri geliştirmeye yoğunlaştıklarını söylüyor. Bu çalışmaların etkisini yıl sonundaki rakamlarda da açıkça gördüklerini de ekleyen Kanadıkırık, 2020 satış



1915ÇANAKKALE KÖPRÜSÜ'NE ÖZEL SENSÖRLÜ BETON



1915Çanakkale Köprüsü için özel olarak geliştirilen 1803 Beton, standart betondan farklı olarak açık deniz dökümleri için 6 saat gibi rekor sürelerde işlenebilirlik sağlayan, en zorlu çevresel etkilere karşı dayanıklı, geçirimsiz, ısı gelişimi kontrol edilebilen, yüksek performansa sahip özel bir ürün. 100 yıl ve üzeri servis ömrü istenilen projeler için en uygun çözüm konumunda. Üstün performans özelliklerinin yanı sıra düşük karbon ayak iziyle de dikkat çekiyor. Çimento yerine, geri kazanılmış alternatif hammaddelerin kullanımı nedeniyle çevreye olan etkisi, standart ürüne kıyasla yüzde 55 oranında daha az. Ürünün bir diğer fark yaratan özelliği ise "Smart Beton Teknolojisi" ile geliştirilmesi. İçine atılan sensörler yardımıyla betonun hem sıcaklık hem de dayanımını bluetooth ve/veya wireless ile telefondaki aplikasyondan anlık izlemek mümkün. Bu da sektörümüzde bir ilk olma özelliği taşıyor.

gelirlerinin bir önceki yıla göre yüzde 8 oranında artışla 1 milyar 967 milyon TL olarak gerçekleştiğini sözlerine ekliyor. Finansal performansın en önemli göstergelerinden biri olan FAVÖK değerine bakıldığında Akçansa'nın geçtiğimiz yılı yüzde 32,1 oranında bir artışla 323,1 milyon TL ile kapattığını görüyoruz.

Bu yılın ilk çeyrek rakamlarına göz atıldığında ise inşaat sektöründe ihracatın bir miktar hız kestiği gözlemlenirken, iç pazarda geçen yılın sonunda başlayan hareketlenmenin devam ettiği görülüyor. Tabloya Akçansa özelinde bakıldığında geçen yılın ilk üç ayına göre ihracat gelirlerinin TL bazında yüzde 7 artış gösterdiğini ifade eden Kanadıkırık, tüm bu faaliyetler neticesinde yılın ilk çeyrek döneminde toplam satış gelirlerinin 527,3 milyon TL, net karın da 24,8 milyon TL olarak gerçekleştiğini açıklıyor.

1915ÇANAKKALE KÖPRÜSÜ'NE ÖZEL ÇİMENTO

Hiç kuşkusuz Akçansa'nın ve Kanadıkırık'ın gündemindeki en önemli konulardan biri de Türkiye tarihinin en büyük otoyol projelerinden biri olan 1915Çanakkale Köprüsü... Çanakkale Boğazı'nın geçiş süresini altı dakikaya indirerek hem bölgenin hem de ülkenin ekonomisine büyük katkılar sağlaması beklenen projede Akçansa sadece çözüm ortağı olmakla kalmıyor aynı zamanda geliştirdiği özel ürünleri ile Ar-Ge anlamında da fark yaratıyor.

Proje özelinde yürütülen çalışmaları sorduğumuz Kanadıkırık,

"Bu yılın ilk çeyreğinde toplam satış gelirimiz 527,3 milyon TL, net kârımız da 24,8 milyon TL olarak gerçekleşti."

“Son yıllarda farklı talep ve ihtiyaçlara özel olarak geliştirdiğimiz ürünlerle çok büyük ve önemli projelerde çözüm ortağı olarak adımızı yazdırdık” diyor. Daha önce İstanbul Yavuz Sultan Selim Köprüsü için, Betonsa markasıyla “100+ Beton” adında özel bir ürün geliştirdiklerini hatırlatan Kanadıkırık, “1915Çanakkale Köprüsü için de Çanakkale fabrikamızda özel olarak düşük alkali çimento ile üretilen ‘1803 Beton’u geliştirdik” diyor. 1915Çanakkale Köprü Projesinin, gelecek nesillere dayanıklı bir miras bırakırken, inovatif ürün çalışmaları ve sıfır hatalı proje yönetimiyle dünyaya örnek bir proje olduğuna dikkat çeken Kanadıkırık “Böyle dünya literatürüne geçen projelerde imzamızın olması bize büyük gurur yaşatıyor” diyor.


Akçansa Ambarlı Limanı

“DİJİTAL DÖNÜŞÜME ÖNCÜLÜK EDİYORUZ”

Akçansa’nın yakın dönemde dijitalleşme ve inovasyon alanında yaptığı yatırımlar ve hayata geçirdiği projeler hakkında detayları da sorduğumuz Zeki Kanadıkırık “Bugün tüm işletmelerin, uzun dönemde varlıklarını devam ettirmek, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmek için dijital temelli bir stratejiye sahip olmaları gerekiyor. Rekabetçi güç ise hem yenilikçi hem de verimli olmaktan geliyor. Farklılığa, değişime ve inovasyona ayak uyduramayan şirketlerin ayakta durması giderek zorlaşacak” diyor ve çimento sektörü özelinde de bu durumun çok farklı olmadığını dile getiriyor.

“Biz bu gidişatın farkına çok önceden varan, sektörümüzde teknoloji odaklı ve yenilikçi üretimde öncü olan bir şirketiz” diyen Kanadıkırık, Akçansa için dijital dönüşümün insan, iş süreçleri ve ekosistemdeki paydaşları hesaba katan bütüncül bir yaklaşımı ifade ettiğini söylüyor. Dijital çözümler sunarak, üretim ve yönetimde verimliliği önemli ölçüde artırmayı ve maliyetleri düşürmeyi amaçladıklarını söyleyen Kanadıkırık, 1915Çanakkale Köprüsü’nde kullanılan “Smart Beton”un geleneksel numune alma yöntemlerinin yerine geçerek, sektörde dijital dönüşüme öncülük yapacağını söylüyor ve ekliyor: “Diğer yandan Grup şirketlerimizden SabancıDx ile yürüttüğümüz Veri Analitiği programı kapsamında büyük veri ile projeler geliştirebilmek için bulut altyapısı oluşturduk. Yakıt maliyetlerimizi düşürmek hedefiyle otonom üretim sistemlerinin geliştirme sürecine başladık. Operasyonlarımızı dijitalleştirmek için çalışan deneyimini iyileştirmeyi ve dinamiklerin hızla değiştiği iş ortamında çevik hareket edebilmeyi amaçlıyoruz. Bu kapsamda entegrasyon, otomasyon ve veri odağında yeni iş ve çalışma modelleri geliştirmeye devam ediyoruz.”

“Ar-Ge çalışmalarımız, enerji tüketimi ve karbon emisyonlarını en aza indirmeye yardımcı olan süreçler tasarlamayı, yeni çimento ve beton formülleri geliştirmeyi içeriyor.”

2030 SÜRDÜLEBİLİRLİK HEDEFLERİ YOLDA

2010 yılında Türkiye çimento sektöründe bir ilke imza atarak 2020 sürdürülebilirlik hedeflerini açıklayan Akçansa’nın aradan geçen 11 yıl içinde bu bağlamda gösterdiği eforu ve gelinen noktayı sorduğumuz Zeki Kanadıkırık, süreç boyunca yaşanan kilometre taşı niteliğindeki bazı gelişmeleri şu şekilde sıralıyor: “Üretim aşamalarında aldığımız enerji verimliliği tedbirleri ve üretimde daha



Akçansa Genel Müdürü M. Zeki Kanadıkırık

fazla oranda alternatif yakıt, biyokütle kullanımı gibi uygulamalarla karbon emisyonumuzu 2017'den bu yana yüzde 24 azalttık. Dijital odaklı enerji verimliliği projeleri ile yüzde 64 enerji tasarrufu sağladık. 2014-2020 yılları arasında arıtma çamurundan toplam 300 bin tondan fazla karbondioksit oluşmasını engellemeyi başardık. Fosil yakıt kullanımını azaltarak, potansiyel alternatif kaynakları olabildiğince ekonomiye geri kazandırmayı hedefliyoruz. Rüzgâr ve atık ısıdan elde ettiğimiz enerji ile üretimdeki toplam enerji ihtiyacımızın yüzde 14'ünü karşılıyoruz."

Mevcut olumlu gidişattan güç alarak rotasını 2030'a çeviren Akçansa, önümüzdeki günlerde 2030 Sürdürülebilirlik Hedeflerini açıklamaya hazırlanıyor. Karbon emisyonu, su tüketim oranları, yenilenebilir enerji kaynakları, alternatif yakıt ve biyokütle kullanımı, üretimde yapay zekâ oranı, rehabilite edilmiş maden sahaları, kadın çalışan oranı şeklindeki 6 ana başlıkta sürdürülebilirlik yolculuğuna devam etmeye hazırlanıyor.

5 YILDA 1 MİLYON TON ATIĞI GERİ KAZANDIRDIK

"Ülkemizin 'Sıfır Atık Stratejisi' doğrultusunda depolamaya giden atık miktarının olabildiğince azaltılması ve ekonomik bir değere dönüşebilmesi açısından büyük bir potansiyeli olduğunu biliyoruz. Faaliyet gösterdiğimiz bölgelerde atıkları yakıta dönüştürerek atık sorununa çözüm ortağı oluyoruz. Örneğin sadece Büyükçekmece Fabrikamız ile son 5 yılda 1.000.000 ton atığı ekonomimize geri kazandırarak, İstanbul'un atık sorununa çözüm ortağı olduk. Yaptığımız kamu iş birlikleri sayesinde (İSTAÇ, İSKİ ve İBB) İstanbul'un hem denizden hem karadan çıkan atıklarını Büyükçekmece fabrikamızda enerjiye dönüştürüyoruz."


Akçansa Büyükçekmece Fabrikası

UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNİMİ YENİ BİR DÖNEMİ BAŞLATIYOR

BANKACILIKTA PARADİGMA DEĞİŞİYOR. UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNİMİ EN ÖNEMLİ DÖNÜM NOKTASI OLARAK HAYATIMIZA GİRİYOR. YENİ İŞ YAPIŞ ŞEKİLLERİ ORTAYA ÇIKIYOR. SÜREÇLER HIZLANIYOR. AYNI ZAMANDA MÜŞTERİNİN BANKAYI DOĞRUDAN DİJİTAL BİR VARLIK OLARAK TANIMASI SAĞLANIYOR.

ERSAN TAYLAN ÇIPLAK



BANKACILIĞIN DİJİTALLEŞMESİNDE bir dönüm noktası olarak görülen uzaktan müşteri edinimi ile sektör büyük bir dönüşümün eşiğinde. Bu yeni uygulama ve teknolojilerle bankacılık ve finans sektörünün şeffaflaşması, rekabet ortamının güçlendirilmesi, müşterilere sunulan ürün ve hizmetlerin yaygınlaştırılması ve derinleştirilmesi bankacılık sektörü için olumlu gelişmeler olarak görülüyor.

1 Mayıs 2020'de yürürlüğe giren uzaktan müşteri edinimi ile hem müşteriyi hem bankayı zorlayan prosedürel işlemler artık geride kaldı. Müşteriler akıllı telefonları üzerinden banka çalışanıyla yapacağı kısa bir görüşme ile kolay, hızlı ve güvenli bir şekilde banka müşterisi olabiliyor. Hesap açabiliyor, kredi kartı başvurusu yapabiliyor ve finansman ihtiyaçlarını anında karşılayabiliyor. Yeni dönemde tüm ürün ve hizmetlerin dijitalden beklenmesi rekabeti bu alana yoğunlaştırıyor. Bankalar dijital kanallara yapacağı yatırım ve buraya özel hizmetler, avantajlar sunması kaçınılmaz bir gerçek. Bugün bankacılık dışında birçok hizmeti zaman ve mekândan bağımsız alanlar, elbette bankacılığı da bu şekilde görmek istiyor. Bu da rekabeti dijital bankacılık üzerinde yoğunlaştırıyor. Peki, bu süreçte hangi banka neler yapıyor? İşte ayrıntılar...

GÜVENLİ, HIZLI, PRATİK VE EN İYİ MÜŞTERİ DENEYİMİ

AKBANK, DİJİTALDEN MÜŞTERİ OLMA HİZMETİNİ TÜM SİSTEMLERİNİ, ALTYAPI, MOBİL UYGULAMA VE EKİPLERİYLE İLE UZUN ZAMANDIR ÜZERİNDE YOĞUN ŞEKİLDE ÇALIŞARAK HAZIRLADI.

AKBANK STRATEJİ, Dijital Bankacılık ve Ödeme Sistemleri Genel Müdür Yardımcısı Burcu Civelek Yüce, "Akbank olarak dijitalden müşteri olma hizmetimizi regülasyonun gereksinimleri nedeniyle kuryeli olarak 2020 yılında hayata geçirmiştik. Kullanıcılar, Akbank Mobil'i indirip bilgilerini girerek, Müşteri İletişim Merkezimiz ile kısa bir görüşme yapıyorlardı. Ardından kurye ile iletilen sözleşmeyi imzaladıklarında banka kartlarını teslim alıyor ve tüm hizmetlerimizden yararlanmaya başlıyorlardı. Tüm müşteri etkileşim noktalarında sade ve yalın hizmetler sunan bir banka olarak, uzaktan müşteri olma konusunda da mükemmel bir hizmet vermek için hazırlandık. 1 Mayıs'ta yürürlüğe giren yeni yasal düzenleme sayesinde Akbank Mobil'i indirenler bilgilerini girerek ve kısa bir video görüşmesi yaparak dakikalar içinde Akbanklı olabiliyor" diyor.

"SÜRECE YENİLİKLER DAHİL ETTİK"

Bu gelişmeyi aynı zamanda finansal kapsayıcılığı hızla geliştirmek için önemli bir araç olarak gördüklerini belirten Yüce, "Müşterilerimize sunduğumuz dijital ve yenilikçi ürün ve hizmetleri geliştirerek yaygınlaştırmaya devam edeceğiz. Yeni dönemin bu hedeflerimize ulaşmada önemli bir etkisi olacağına inanıyoruz" diyor. Yüce, "Akbank olarak her zamanki gibi müşteri ihtiyaçlarını ve deneyimi odağımıza alıp, sadece sürece uyumlanmakla kalmayıp, müşterilerimize en iyi ve bütünsel hizmeti sunmak için bazı yenilikleri bu sürecimize dahil ettik" diyor. Akbank Mobil'i indirenler vadesiz hesap, banka kartı, kredi ve kredi kartı baş-vurularını da anında yapabiliyor. Üstelik onaylanan kredi ve kredi kartı başvurularında, müşteri olma sürecinin sonunda, kredi hesaplarına yatmış, Akbank kartları ile birlikte Türkiye'de bir ilk olan cebe inen kredi kartları da kullanıma açılmış oluyor. Böylelikle kullanıcılar, son derece basit ve akıcı bir deneyimle, diledikleri zaman ve diledikleri yerden Akbank müşterisi olurken, aynı zamanda pek çok temel bankacılık ürününe de kısa sürede sahip olabiliyorlar. Akbank Mobil'den bu dijital süreç ile Akbank müşterisi olanlar için yıl boyunca avantajlar da sunulacak. Örneğin mobilden Akbank müşterisi olanlar, bir yıl boyunca EFT/Havale, limit üstü para çekme ve tüm Türkiye'deki ortak ATM işlemlerinden ücretsiz faydalanabilecekler. İlk kez Akbanklı olup Ak-bank Mobil'den Axess veya Wings'e başvuranlar ise internet alışverişlerinde yüzde 10, ayda 75 TL, bir yıl sonunda da toplam 900 TL'ye varan kaybolmayan chip-para kazanabiliyor.

Yeni dönemde artık ıslak imza ihtiyacının da ortadan kalktığını vurgulayan Yüce, "Herkes dilediği zaman, dilediği yerden, 7/24 Akbank müşterisi olabiliyor. Böylelikle süreç uçtan uca dijitalleşmiş oldu. Uçtan uca dijitalden müşteri olma imkanı ile birlikte sektörümüzde yeni bir dönem başladı. Çünkü bu gerçekten bankacılık sektörünü temelden etkileyecek bir yenilik. Artık bir bankanın müşterisi olmak ve banka değiştirmek hiç olmadığı kadar kolay" diyor.

Süreç Nasıl Tamamlanıyor?

AKBANK, uzaktan müşteri edinimi için ileri teknolojileri kullanarak tasarladığı süreci baştan sona OCR (Otomatik Karakter Tanıma), NFC (Yakın Mesafe İletişim), biyometrik kontroller ve görüntülü görüşme adımlarıyla; birbirini tamamlayan, çapraz teyitlerin yapıldığı tek bir oturum şeklinde tasarladı. Mobil uygulama üzerinden ilerleyen süreçte OCR ve NFC teknolojilerini kullanarak müşterinin kimliğine dair tüm doğrulamaları gerçekleştiriyor. Kimlik kontrolünün ardından işlemi yapan kişinin gerçekten kimlik sahibi olduğunu teyit etmek için müşterinin selfie görüntüsü ile kimlik kartı üzerindeki biyometrik fotoğrafını eşleştirirken bir yandan da canlılık testleri yapılıyor.



Akbank Strateji, Dijital Bankacılık ve Ödeme Sistemleri Genel Müdür Yardımcısı Burcu Civelek Yüce

VAKIFBANK ÇOK HIZLI ADAPTE OLUYOR

VAKIFBANK, YÜZ TANIMA TEKNOLOJİSİNE AYLAR ÖNCEDEN HAZIR OLAN BANKALARDAN BİRİ. BU NEDENLE ŞUBEYE GİTMEDEN MÜŞTERİ OLMA DÖNEMİNİ ÇOK HIZLI VE GÜVENLİ BİR ŞEKİLDE BAŞLATTI.



VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Ferkan Merdan

İŞLEMLER KOLAY VE GÜVENLİ

VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Ferkan Merdan, "VakıfBank Mobil yüz tanıma teknolojisinin temelinde, uygulamayı kullanan kişinin yüzüyle bu kişiye ait çipli T.C. kimlik kartından alınan biyometrik fotoğrafın eşleştirilmesi yatıyor. Böylece kimlik doğrulaması hızlı bir şekilde gerçekleştiriliyor" diyor. Şubeye gitmeden VakıfBanklı olmak isteyenlerin öncelikle cep telefonlarına VakıfBank Mobil'i indirmeleri gerekiyor. Sonrasında NFC özellikli telefonları aracılığıyla kimlik kartlarını okutarak yüz taramanın gerçekleşmesini sağlayabiliyorlar. Müşteri olma işlemi, yüz tanıma teknolojisi ve görüntülü görüşme ile VakıfBank Mobil üzerinden tamamlanıyor. Yakın zamanda müşterilerin tek bir uygulama ile farklı bankalardaki hesapları üzerinden işlem yapabileceklerini belirten Merdan, "Müşteri ön yüz olarak X firmasının ekranını görürken arka planda işlemi bankalar yürütecek. Bu geleceği mümkün kılacak olan da açık bankacılık uygulamaları. Açık bankacılık, hem tüketiciler hem bankalar için ciddi bir potansiyel barındırıyor. Elbette bu potansiyel ile birlikte aşılması gereken bazı zorluklar da yok değil. Ancak bunlar aşılmayacak durumda olmayan konular olduğu için Türkiye en sıcak bakan ülkeler arasında" diyor.

SUNULAN AVANTAJLAR

Vakfibank, yüz tanıma teknolojisiyle Türkiye'de limit artırma, şifre, hesap işlem türü değişikliği ve aktivasyon işlemlerini mobil uygulama üzerinden gerçekleştiren ilk banka. VakıfBank Mobil'de yüz tanıma ile müşteri olma uygulamasını devreye aldı. Artık mevzuata uygun olarak yeni müşterilerini tamamen mobil uygulama üzerinden kabul edebiliyor. Merdan, "Uzaktan müşteri olarak aramıza katılanlara avantajlı mevduat faiz oranları da sunuyoruz. Yanı sıra 2023'e kadar da dijital kanallardan yapılacak EFT ve havale işlemlerinden ücret almıyoruz. VakıfBank Mobil üzerinden ulaşılabilen diğer tüm avantajları da yeni müşterilerimizin kullanımına sunuyoruz" diyor.

VakıfBank, dijital bankacılığın geleceğini şekillendiren teknolojileri hayata geçirme konusunda örnek nitelikte çalışmalar imza atıyor. Bunlar sonucunda hem müşterileri için hayatı kolaylaştırıyor hem de banka içindeki süreçleri daha etkin ve verimli hale getiriliyor. Örneğin işitme engelliler de bu teknoloji sayesinde şubeye gitmeden, çağrı merkezi ile görüntülü görüşerek işaret dili ile müşteri olabiliyor.

20 Günde 15 Bin Müşteri Edindi

VAKIFBANK olarak 2020 yılında 2.4 milyon dijital müşteri kazandı. 2021'in ilk dört ayında ise 400 bin müşteri VakıfBank'a katıldı. Dijital kanallar üzerinden 9.5 milyon müşteriye hizmet veriyor. Son olarak hayata geçirdiği uzaktan müşteri uygulaması, 20 gün gibi kısa bir süre içerisinde yüzde 50'si 30 yaş altı olmak üzere toplam 15 bin civarında müşteri edindi.

KULLANICILARA GÜVENLİ BİR ŞEKİLDE HESAP AÇILIYOR

QNB FİNANSBANK, GÖRÜNTÜLÜ GÖRÜŞME İÇERİSİNDE AKILLI BİLGİ TEKNOLOJİSİ UYGULAMALARI SAYESİNDE MÜŞTERİNİN YÜZ EŞLEŞMESİ VE KİMLİK TESPİTİ GERÇEKLEŞTİRİYOR. AYRICA MÜŞTERİ BİLGİLERİNİN KİMLİK PAYLAŞIM SİSTEMİ(KPS) İLE UYUMU KONTROL EDİLİYOR.

QNB FİNANSBANK Bireysel ve Özel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Enis Kurtoğlu, "QNB Finansbank müşterisi olmak isteyen kullanıcılar, QNB Finansbank mobil uygulamamız üzerinden dolduracakları başvuru formu esnasında bankacılık sözleşmesine dijital onay verip, sonrasında müşteri temsilcimizle görüntülü görüşme yaparak bankamız müşterisi olabiliyorlar. Ayrıca görüntülü görüşme öncesinde kullanıcılar yeni T.C. kimlik kartları ile cihazlarının NFC özelliğini kullanarak ya da görüntülü görüşme sonrası kendilerine iletilen belirli bir IBAN numarasına başka bankalardaki hesaplarından para transferi yaparak kimlik doğrulama işlemini gerçekleştirebiliyorlar"



QNB Finansbank Bireysel ve Özel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Enis Kurtoğlu

Özel Kampanyalar

- **QNB FİNANSBANK, mobil uygulamasını indirip görüntülü görüşme ile bankanın yeni müşterisi olanlara, özel faiz oranıyla üç ay ödemesiz Dijital Tanışma Kredisi teklifi sunuyor. Bankanın önümüzdeki dönemde aynı yöntemle müşteri olanlara özel farklı avantajlar sunma planları var.**

diyor. Yapılan doğrulamalara ek olarak, görüntülü görüşme esnasında müşteri temsilcisi yapacağı kontrollere yardımcı olan bilgi teknolojisi güvenlik uygulamaları da kimlik tespiti ve kontrollerinin daha güvenli yapılmasını sağlıyor. Kimlik tespiti başarılı gerçekleşen müşteriler vadesiz mevduat hesapları anında açılıyor. Görüntülü görüşme sonrasında FinansŞifre SMS'lerini alarak dijital kanallara giriş yapan müşteriler, dijital kanallardan vadeli mevduat hesabı açıp, kredi kartı ve uzaktan müşteri olanlara özel sunulan avantajlı Dijital Tanışma Kredisi gibi bankacılık ürünlerine başvurularını hemen yapabiliyorlar.

İLK KEZ KULLANANLARA KOLAYLIK

Kurtoğlu, "QNB Finansbank olarak müşterilerimize en iyi deneyimi yaşatmak için en iyi süreci kurma çalışmalarına hiç durmadan devam ediyoruz. Cihazının ve/veya kimlik kartının NFC özelliği bulunmadığı için başvuru esnasında NFC kimlik doğrulaması yapamayan kişilere, belirttiğimiz IBAN'a başka bankadaki kendi hesaplarından para transferi yaparak kimliklerini doğrulayabilecekleri alternatif bir yol sunuyoruz. Ek olarak, müşterimiz olan ancak dijital kanallarımızı uzun süredir veya hiç kullanmamış olan kişilerin kimliklerini yine uzaktan müşteri edinimi sürecimizle doğrulayarak müşterimizin FinansŞifrelerini almalarını sağlıyor, dijital kanal kullanımlarına olanak tanıyoruz" diyor.

Hayatımıza yeni giren ve bir banka müşterisi olmayı çok kolay hale getiren bu değişiklik, en başta kullanıcılara büyük bir zaman avantajı sağlıyor. Müşteri olmanın kolaylaştığı düşünüldüğünde bankalar arası rekabetin artacağını ve kullanıcıların çok bankalı müşteriler haline gelerek bu rekabetten olumlu etkileneceğini öngörülüyor. Öte yandan çok hızlı şekilde dijitalleşen bir dünya ve buna paralel olarak değişen müşteri davranışları görülüyor. Bu değişimden en çok etkilenen sektörlerden biri de şüphesiz ki bankacılık sektörü.

ÖNCEDEN HAZIRLANMANIN AVANTAJLARINA SAHİP

YAPI KREDİ "GÖRÜNTÜLÜ İŞLEM ASİSTANLARI" HİZMETİYLE, ÜST SEVİYE GÜVENLİ BİR ALTYAPI SAĞLARKEN MÜŞTERİ DENEYİMİNDEN DE ÖDÜN VERMEMEK ADINA BİRÇOK TEKNOLOJİDEN YARARLANIYOR.

2018 YILINDAN bu yana Yapı Kredi müşterisi olmak isteyen kullanıcılar, Yapı Kredi Mobil üzerinden "Görüntülü İşlem Asistanları" ile hızlı ve kolayca müşterimiz olabiliyordu. Daha önce yönetmelik gereği "Müşteri Beyan Formu"nu kurye aracılığıyla imzalayan kullanıcılar, yapılan mevzuat değişikliğiyle birlikte onayını dijital ortamdan verebilme ve Yapı Kredi Mobil üzerinden uçtan uca dijital olarak Yapı Kredi müşterisi olma imkanına sahip oldu. Yapılan bu değişiklik sayesinde başvuru formunun doldurulması sonrasında, telefonlarından 7/24 'Görüntülü İşlem Asistanları' ile yüz yüze görüşme başlatabilen kullanıcılar, hiçbir ek belgeye gerek olmadan hesap açılış işlemlerini gerçekleştirebiliyor.

"BU ALANDA ÖNCÜYÜZ"

Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı Yakup Doğan, "Görüntülü İşlem Asistanları ile Uzaktan Müşteri Kazanımı'nı hayata geçirerek Türkiye'de öncü olmuştuk. Bu yaklaşımımızı dijital altyapı yatırımlarımızla destekleyerek geliştirmeye devam ettik. Pandeminin hayatımıza girdiği 2020 yılında yoğun ilgisiyle karşılaşan 'Görüntülü İşlem Asistanları' aracılığı ile yeni müşteri kazanımımız yüzde 212 oranında artış gösterdi" diyor. "Görüntülü İşlem Asistanları" ile Yapı Kredi müşterisi olmak isteyen herkes, geçmişteki regülasyonda ıslak imza zorunluluğu bulunduğundan kurye ile kendilerine ulaştırılan "Müşteri Beyan Formu"nu imzalayarak süreci tamamlıyordu. Doğan, "Hayata geçirilen şimdiki regülasyon değişikliğiyle birlikte ilgili form artık dijitalden onaylanabiliyor. Bu düzenlemeyle birlikte, Yapı Kredili olmak isteyen kullanıcılara uçtan uca dijital bir deneyim sunmanın yanında bu deneyimi en iyi, hızlı ve güvenli şekilde ulaştırdığımız bir sistem oluşturduk. Böylece Yapı Kredi müşterisi olmanın önündeki sınırları da kaldırmış olduk" diyor. Artık banka müşterisi olmanın yalnızca bir telefon uzaklıkta olduğunu belirten Doğan, "Bu durum, müşteriler için büyük bir konfor sağlarken öte yandan kağıt israfının da önüne geçilerek sürdürülebilir bir dünya için de önemli bir gelişmeye olanak tanıdı. Diğer yandan finansal hizmetlere erişim, sürdürülebilir bir ekonomik büyüme için oldukça önemli. Bu açıdan ülkelerin ekonomik gelişiminin, bireylerin finansal kaynaklara erişimi ile doğru orantılı olduğunu görüyoruz" diyor.

Dijital çağın ve pandeminin etkisiyle geleneksel iş yapış şekilleri, tüketici davranışları ve beklentiler hızla değiştiğine dikkat çeken Doğan, "Bu anlamda geliştirdiğimiz ürün ve hizmetlerle de müşteri deneyimini en üst seviyeye çıkarmayı hedefliyoruz. Uzaktan müşteri deneyimini yeni nesli daha iyi anlamamızı sağladığı gibi onlarla sağlayacağımız iletişimi kolaylaştıran bir araç gibi görüyoruz. Ayrıca çeşitli işlemler için kullanılan kâğıt oranını da azaltacağı için doğayla barışık uygulamaların önünü açacağını söyleyebiliriz" diyor.

Hızlı ve Güvenli

YAPI KREDİ, akış içerisinde NFC (Yakın Alan İletişimi), OCR (Optik Karakter Tanımlama) ve yapay zekâ destekli fotoğraftan biyometrik tanıma teknolojileri ile kullanıcıların kimlik doğrulamalarını kolay, hızlı ve güvenli şekilde gerçekleştiriyor.



Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı Yakup Doğan

MÜŞTERİLERİNE ÖZEL FAYDALAR SUNUYOR

GARANTİ BBVA, 2019'DA MOBİL UYGULAMASI ÜZERİNDEN BAŞLATTIĞI UZAKTAN MÜŞTERİ OLMA SÜRECİNİ, YASAL MEVZUATLA BİRLİKTE ARTIK TAMAMEN DİJİTAL OLARAK SUNUYOR.

GARANTİBBVA Genel Müdür Yardımcısı Mahmut Akten, "Garanti BBVA'da "Temassız Müşteri Olma Teknolojisi" adını verdiğimiz süreç, şube ağından bağımsız Türkiye'nin her noktasından daha fazla kullanıcıya ulaşmak için önemli bir başlangıç. Gerçek kişilerin tamamı (bireysel ve şahıs firması) bundan faydalanabilecek. Yeni tip kimlik kartı ve cep telefonlarında NFC özelliği olan kişiler Garanti BBVA Mobil'i indirip "Müşterimiz Olun" butonuna tıkladıktan sonra gerekli işlemleri tamamlayarak dakikalar içerisinde Garanti BBVA müşterisi olabilecekler" diyor. Banka bu hizmeti ilk aşamada resmi tatiller dahil haftanın her günü sunuyoruz. Gelen talebe göre süreleri artırmayı planlıyor. Akten, "Müşteri olma sürecini şubeye gitmeden veya kurye beklemeden altı dakikaya indiren bu teknolojiyle, müşterilerimize en iyi faydayı sağlayacağız.

Garanti BBVA olarak sunduğumuz ürün ve hizmetlerimizin yanında müşterilerimize finansal anlamda yol gösteren banka olarak rekabette öne çıkacağımıza inanıyoruz" diyor.

TÜM UYGULAMALARA ANINDA ERİŞİM

Akten, "Temassız Müşteri Olma Teknolojisi" adını verdiğimiz uygulamamızda müşterilerimizin uçtan uca güvenli ve bir o kadar da kolay bir deneyim yaşamalarını sağlamaya odaklandık. Yasal mevzuatların izin verdiği ölçüde sürecin deneyimini kolay, yalın şekilde tasarlamaya son derece özen gösterdik. Kullanıcılarımız uygulamayı indirip dakikalar içerisinde müşterimiz olduktan sonra tüm ürün ve hizmetlerimize mobil uygulamamız üzerinden diledikleri zaman ve istedikleri yerden erişme fırsatına sahip oluyor" diyor. Temassız Müşteri Olma Teknolojisi ile müşteri adaylarına şube çalışma saatlerinin dışında da hizmet veriliyor. Tüm ürünlere erişimler dakikalar içinde sağlanıyor. Müşteriler, kredi kartı başvuruları onaylandığı anda sanal kart oluşturarak, fiziki kartlarının kendilerine ulaşmasını beklemeden alışverişlerine başlayabiliyorlar. Kredi, vadesiz ve vadeli hesap gibi daha birçok bankacılık ürününe dijital kanallardan anında erişebiliyorlar.

Uzaktan müşteri olma sürecinin geleneksel yöntemlere kıyasla müşteriler için hızlı, zaman ve mekândan bağımsız bir deneyim sunduğunu vurgulayan Akten, "Aynı zamanda bankaların daha fazla müşteriye erişmesi ve hizmet vermesi açısından da çok değerli... Bu hem dijitalleşmeyi çok önemli ölçüde destekleyecek hem de finansal kapsayıcılığı artırarak dijital bankacılık hizmetlerinin yayılmasını kolaylaştıracak. Çok sayıda vatandaşımızın bankacılıkla tanışmasını kolaylaştırırken, sektörün ve ekonominin büyümesine de katkı sağlamış olacak" diyor.



Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Mahmut Akten

Güvenlik Tedbirleri

- **GARANTİ BBVA, müşterilerinin kişisel bilgilerini ve varlıklarını korumak adına en yeni ve en sıkı güvenlik standartlarını uyguluyor. Kullanıcıların başladığı akışı belirli bir süre içerisinde tamamlamasını zorunlu tutuluyor. Sürecin 7/24 izlenmesini sağlamak adına fraud karşıtı sistemlerle entegrasyon sağlayıp, bu sayede uygulamaya giren kullanıcıların genel davranış kalıpları dışındaki aksiyonlarını izleyerek risk oluşturabilecek durumları tespit edebiliyor ve işlemi engelleyebiliyor. Kullanıcıların müşteri temsilcilerimizle gerçekleştirdikleri görüntülü görüşmeler sırasında da yüz yüze kontrol ve kimlik tespiti yapılıyor.**

YENİ MÜŞTERİ BAŞVURUSU 2,5 KAT ARTTI

TÜRKİYE İŞ BANKASI, İŞCEP İLE UZAKTAN MÜŞTERİ OLMA HİZMETİ İLE GÜVENİLİR, HIZLI VE KOLAYCA MÜŞTERİ OLMA İMKÂNI SUNUYOR. TÜM BUNLAR İÇİN TEKNOLOJİNİN YANI SIRA İLAVE KONTROLLERLE GERÇEKLEŞTİRİLİYOR.

TÜRKİYE İŞ BANKASI Genel Müdür Yardımcısı Sezgin Lüle, "1 Mayıs'ta hayatımıza giren uzaktan müşteri olma süreci uzaktan iletişim araçları ve kimlik doğrulama yöntemleri kullanarak şubeye gitmeden ıslak imza atmadan bankalar ve müşteriler arasındaki ilişkilerin mekan bağımsız kurulabilmesini sağladı. İş Bankası ailesine katılmak isteyen müşteriler İşCep'i indirerek, diledikleri yerden 7-8 dakika içerisinde İş Bankası müşterisi olabiliyor ve dijital kanallarımızı hemen kullanmaya başlayabiliyor. Bu hizmetten bireysel müşterilerimiz yanı sıra gerçek kişi tacir müşterilerimiz de faydalanabiliyor, uzaktan kimlik tespiti ile ticari hesap açılışı yapabiliyor" diyor. Bankanın dijitalden yeni müşteri olma hizmetini günde bini aşkın kullanıcı deneyimliyor. Müşteri olma başvurusunda 1 Mayıs öncesine göre 2.5 katı aşkın artış yaşanmış.

DENEYİMLİ MÜŞTERİ TEMSİLCİLERİ

Lüle, "Müşteri olma sürecini tamamıyla dijitalleştiren uzaktan müşteri edinimi düzenlemesiyle birlikte bankacılıkta yepyeni bir döneme girdik ve tüm bankalar mevzuatın izin verdiği sınırlar çerçevesinde deneyimlerini tasarladılar ve müşterilerine sundular. Tüm bankalar, evinde ya da iş yerinde olan bir kişinin banka müşterisi olması için eşit mesafede. Bu ortamda finansal kapsayıcılığı artırarak bankacılığın, dijital bankacılık yoluyla tabana yayılmasını sağlamayı çok önemsiyoruz. Finansal kapsayıcılık anlamında ülkemizde İş Bankası müşterisi olmayan hiçbir vatandaşımız kalmasın istiyoruz. Tüm hazırlıklarımızı kusursuz ve kesintisiz bir müşteri deneyimi sunmak için yaptık. Müşterilerimiz evindeyse evinde, iş yerindeyse iş yerinde, her neredeyse bulundukları yerden İş Bankasını aradıkları anda cep telefonlarından bir banka hesabı açabilsin, müşterimiz olabilsin istedik. Bu bakış açısıyla, müşteri deneyimini en üst seviyede tutarak tüm başvuru sahiplerini kazanmaya çalışıyoruz. Özellikle, başvuru yapan ancak süreci tamamlayamayan tüm müşterileri arıyor ve NFC ve yüz tanıma teknolojilerine adaptasyon için destek veriyoruz. Aranan müşterilerin yüzde 50'sine arama esnasında çözüm buluyoruz. Önümüzdeki dönemde de müşteri olma sürecinin her adımında başvuru sahiplerinin yanında olacağız; bunun için güçlü altyapımız ve deneyimli müşteri temsilcilerimiz ile sektörde farklılaşacağımıza inanıyoruz" diyor.

Bankanın müşteri olmak istiyorum akışı şöyle özetleniyor: App store/Play store üzerinden İşCep indiriliyor. Ana sayfada bulunan "Müşteri Olmak İstiyorum" butonuna tıklanarak süreç başlatılıyor. Müşterilerin bilgi girişleri, tercihleri ve gerekli onayları alınıyor. NFC teknolojisi ile kimlik tarama işlemi ve yüz tanıma ile kimlik doğrulama işlemi gerçekleştiriliyor. Müşteri temsilcisi ile yapılacak görüntülü görüşme adımı ile güvenlik sorularını yanıtlayarak müşteri olma işlemi ve hesap açılışı tamamlanıyor.



Türkiye İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Sezgin Lüle

İşCep'ten 430 İşlem

TÜRKİYE İŞ BANKASI, sektörün en geniş işlem sayısına ulaşan ve 430'dan fazla işlem yapılabilen mobil bankacılık uygulaması İşCep, yurt genelinde 1200'e yakın şube ağı, 6.593 Bankamatik ve 7/24 hizmet veren yetkin bir çağrı merkezi kadrosu ile müşterilerine hizmet sunuyor. Bankanın hâlihazırda 9.5 milyona yakın dijital müşterisi var.

7 GÜN 24 SAAT AÇIK BİR BANKACILIK

TÜRKİYE FİNANS, UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNİMİYLE BAŞLAYAN YENİ DÖNEMDE DE İNSAN ODAĞINDAN AYRILMADAN SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜMEYİ ÖNCELİKLENDİRİYOR.

TÜRKİYE FİNANS Perakende Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Necati Özdeniz, "Türkiye Finans olarak, bu süreç içerisinde dijital kanallar üzerinden müşteri olma süresini 6 dakika gibi çok kısa bir süreye indirdik. Süreci adım adım anlatmak gerekirse; öncelikle cep telefonunuza Türkiye Finans Mobil Şube uygulamasını indirmeniz gerekiyor. Uygulamadan 'Müşteri Ol' bölümüne giriş yaparak başvuru işlemlerini hızlı ve kolay bir şekilde tamamlayabiliyorsunuz. Ardından çipli kimliğinizdeki bilgiler, NFC ve Otomatik Karakter Tanıma teknolojileri ile kontrol ediliyor; yüz doğrulama ve canlılık algılama uygulamaları ile de yüz biyometrisi doğrulanıyor. Bu kontrollerin ardından Müşteri İletişim Merkezimizdeki temsilcilerimiz ile yapılacak görüntülü görüşme sonrasında müşteri olma süreci tamamen dijital bir şekilde gerçekleşmiş oluyor. Süreci tamamlayan kullanıcılar anında Türkiye Finans müşterisi olabiliyor ve gönderdiğimiz dijital şifre ile tüm dijital kanallarımızdan ürün ve hizmetlerimize anında erişebiliyorlar" diyor.

Türkiye Finans Perakende Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Necati Özdeniz



Tüm Aşamalar Güvenli

BANKA uzaktan müşteri edinimi sürecinde kullandığı teknolojiler arasında Otomatik Karakter Tanıma ve NFC'nin yanı sıra biyometrik yüz doğrulama ve çapraz kontroller yer alıyor. Kullanılan bu teknolojiler ile hem kimliğin kopyalanmadığından hem de müşterinin beyan ettiği bilgilerin doğruluğundan emin olunuyor. Yüz doğrulama sayesinde de başvuruyu yapan kişi ile kimlik sahibinin aynı kişi olduğunu teyit ediliyor. Tüm kontrollerinin ardından bu konuda özel eğitim almış Müşteri İletişim Merkezi çalışanları güvenli müşteri edinimi sürecini tamamlamış oluyorlar.

YERİ VE ZAMANI OLMAYAN BANKACILIK

Özdeniz, "Bu dönemde bankalar açısından önemli olan bir nokta da müşterilerinin tasarruflarını korumak ve bu tasarruflar üzerinden finansman verebilmek. Bu nedenle tasarruf tarafında anında yeni yatırım araçları sunabilmek çok önemli. Uzaktan müşteri edinimi sayesinde rahatlıkla gece müşterimiz olup anında o tasarrufla ilgili yatırımınızı yapabileceksiniz" diyor.

Türkiye Finans, uzaktan müşteri edinimiyle başlayan yeni dönemde de insan odağından ayrılmadan sürdürülebilir büyümeyi önceliklendiriyor. Özdeniz, "Her şeyden önce müşterilerimizin 24 saate çıkan ihtiyaç anlarında yeri ve zamanı olmayan bankacılık anlayışıyla onların yanında olmayı sürdüreceğiz. Uzaktan müşteri edinimiyle bu stratejimiz çok daha görünür olacak. Şu an Türkiye'nin en büyük 12. bankasıyız. Dijitalleşme yatırımlarımızı artırarak Türkiye'nin en büyük ilk 10 bankası arasına girmeyi hedefliyoruz. Artık finansal ihtiyaçları karşılamanın yeri ve zamanının olmadığı yeni dönemle birlikte dijitalden edindiğimiz aktif yeni müşteri oranımızı yüzde 68'den yüzde 80 seviyelerine çıkaracağımızı ön görüyoruz. Çünkü sadece şubelerimiz aracılığıyla değil Türkiye'nin her yerinden bankamızın tercih edilme olasılığı artacak. Dolayısıyla normal müşteri edinim trendlerden daha yüksek bir artış bekliyoruz. Türkiye Finans olarak dijital alt yapısı kuvvetli ürün ve hizmetlerle daha önce katılım bankalarıyla çalışmamış yeni müşterileri bu sektöre kazandırmak konusunda sektörün büyümesine öncülük ediyoruz. Uzaktan müşteri edinimiinde de yenilikçi süreçler ortaya koyarak sektörün yüzde 15 olan pazar büyüklüğü hedefine katkıda bulunacağız" diyor.

Artık akıllı telefona ve çipli kimlik kartına sahip herkesin dijital kanallar üzerinden yer ve zamandan bağımsız olarak çok hızlı biçimde banka müşterisi olabildiğini belirten Özdeniz, "İnternetin çektiği her yerde sadece bir akıllı telefonla birkaç dakika içerisinde ihtiyaç duyulan tüm işlemler kolayca yapılabiliyor. Bu durum herkesin finansal hizmetlere erişiminde eşit olanaklara sahip olmasının önünü açtı" diyor.

DAKİKALAR İÇERİSİNDE BANKACILIK HİZMETİ

TÜRK EKONOMİ BANKASI (TEB), "UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNME" DÜZENLEMESİYLE İLGİLİ TÜM HAZIRLIKLARINI TAMAMLADI. DİJİTAL BANKACILIK PLATFORMU CEPTETEB, GÖRÜNTÜLÜ GÖRÜŞME İLE ANINDA MÜŞTERİ EDİNİM SÜRECİNİ BAŞLATIYOR.

CEPTETEB müşterisi olmak isteyen kişiler Türkiye Cumhuriyeti Kimlik Kartı ve NFC özellikle akıllı telefonları ile şubeye gitmeden birkaç dakika içinde CEPTETEB'li olabilecek. Türkiye Cumhuriyeti Kimlik Kartı'na sahip kişiler CEPTETEB mobil uygulamasını NFC (yakın alan iletişimi) özelliği bulunan akıllı cep telefonlarına yükleyip müşteri ol formunu dolduracak. Kimlik kartlarını telefona okuttuktan sonra banka temsilcileri ile görüntülü görüşme gerçekleştirip bankacılık sözleşmelerini dijital olarak onaylayacak. Süreci tamamlayan kişiler birkaç dakika içinde dijital kanalları kullanmaya başlayıp CEPTETEB'in tüm avantajlarından anında faydalanabilecekler.

TEB, uzaktan müşteri edinimi sağladığı ilk 20 bin müşteri için de fidan dikimi yapacak. "İyi ve Örnek Banka" anlayışıyla tüm paydaşları için sorumluluklarını yerine getirmek için çalışan TEB, böylelikle paydaşlarına değer katan, toplumda pozitif etki yaratan çalışmalardan birini daha hayata geçiriyor olacak.

YÜZDE 100 DİJİTAL SÜREÇ

TEB Bireysel ve Özel Bankacılık Kıdemli Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Mendi, "2015'ten bu yana CEPTETEB'li olmak isteyenlerin mobil uygulamamız ve kurumsal internet sitemiz üzerinden 'Müşteri Ol' formunu dolduruyordu. Biz de birkaç gün içerisinde kendilerini bulundukları yerde ziyaret edip bankacılık sözleşmeleri için ıslak imzalarını alarak hesap açılışlarını gerçekleştiriyorduk. Yeni süreçte ise CEPTETEB'li olmak isteyenler 'Müşteri Ol' formunu doldurduktan sonra kimlik kartını cep telefonuna okutup görüntülü görüşme yapacak ve bankacılık sözleşmelerini dijital olarak onaylayarak birkaç dakika içerisinde dijital bankacılık kanallarımızı kullanmaya başlayabilecek" diyor. Mendi, yüzde 100 dijital olan yeni süreç ile CEPTETEB'li olmak isteyenlerin dakikalar içerisinde mevduat hesabı açılışından kredi kartı başvurusuna, para transferinden kredi kullanımına kadar hali hazırda mevcut müşterilerimize dijital olarak sundukları birçok bankacılık işlemini internet ve mobil şubeleri üzerinden anında yapabileceklerini vurguluyor. Yüzde 100 dijital süreç ile müşteri ediniminin tamamlanmasını birkaç günden dakikalara indirdiklerinin altını çizen Mendi, hali hazırda bu işlemi tamamlayan mevcut müşterilerin ise kendilerine özel davet kodu ile yakınlarının anında CEPTETEB'li olmasını sağlayarak 'CEPTETEB'e Davet' kampanyasından anında faydalanabileceklerini söylüyor. Yüzde 100 dijital edinim sağlayacak bu süreç ile beraber artık dakikalar içerisinde uzaktan müşteri edinimi yapabileceklerini vurgulayan Mendi, "Burada maliyet avantajı elbette olacak ancak asıl önemli nokta potansiyel müşterilerimize dakikalar içerisinde bankacılık hizmeti sunmaya başlayabileceğiz" diyor.

Müşteriye Özel Avantajlar

CEPTETEB teknolojik gelişmeleri yakından takip ediyor. Müşterilerine kusursuz bir dijital bankacılık deneyimi sunmayı hedefliyor. Ücretsiz FAST, EFT ve Havale işlemleri, dijital platformlarda yüzde 50 indirim ve havalimanlarında ücretsiz hızlı geçiş ayrıcalığı gibi avantajlarıyla birlikte, 5/24 TEB FX, Finans Koçu, QR kod ile para çekme-yatırma ve Mobil Ödeme gibi yenilikçi bankacılık hizmetleriyle de müşterilerinin hayatını kolaylaştırmaya devam ediyor.



TEB Bireysel ve Özel Bankacılık Kıdemli Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Mendi



Kayseri Şeker

TÜRKİYE'NİN TARIMDA ÜRETEN GÜCÜ

AKILLI TARIM UYGULAMALARI İLE
SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM

TARIMIN SÜRDÜRÜLEBİLİR GELECEĞİ İÇİN
AR-GE ÇALIŞMALARI

DOĞA, İNSAN VE BİLİM EKOSİSTEMİ İLE
GÜVENLİ VE SAĞLIKLI GIDA

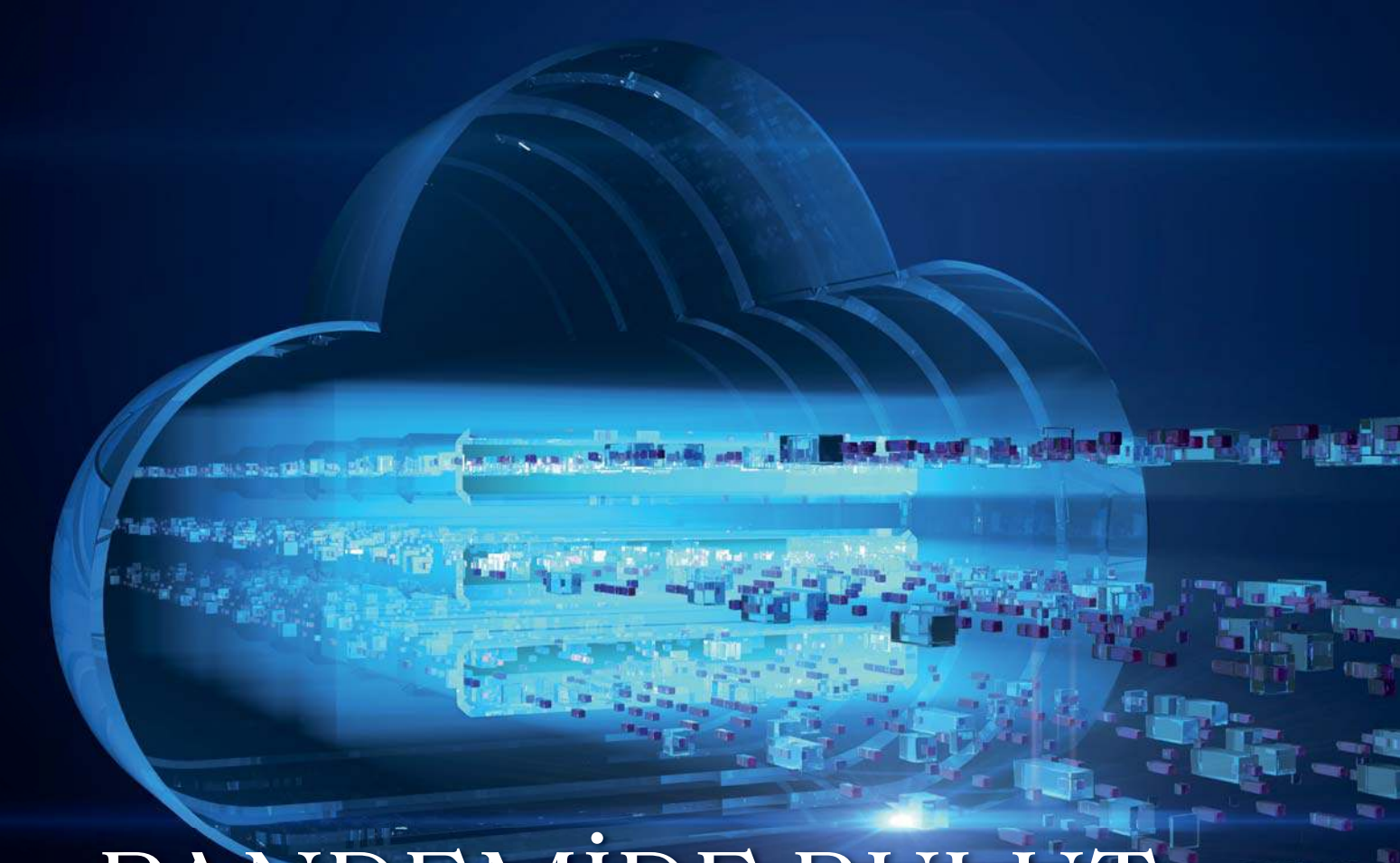
DOĞAL VE ÇEVRE DOSTU ÜRETİM İLE
DOĞAYA SAYGI

YERLİ TOHUM ÇALIŞMALARI İLE
MİLLİ TARIM GÜCÜNE DESTEK

DİJİTAL ENTEGRASYON VE İNOVATİF UYGULAMALARLA
TARIM 4.0

ÇİFTÇİYE FİNANSAL DESTEK İLE
TARIMSAL GELECEĞE YATIRIM

kayseriseker.com.tr



PANDEMİDE BULUT YAĞMURA DÖNDÜ

İçinde bulunduğumuz koşullarda pek çok kurum ve şirket, işlerinin devamlılığını sağlamak ve kaynaklarını en verimli şekilde kullanmak için buluta yöneldi. Daha önce bulut kullanmayanlar ilk kez bulutla tanışırken, halihazırda kullananlar genişletmenin yoluna bakıyor.

LEVENT DAŞKIRAN

2020'NİN İLK AYLARINDA pandeminin başlamasıyla birlikte, kurum ve şirketler evden çalışma başta olmak üzere salgınla mücadele için bazı önlemleri hayata geçirdiler. Bu da önemli bir dijitalleşme ihtiyacını beraberinde getirdi, çoğu kurumu ve çalışanı daha önce tecrübe etmedikleri yeni bir çalışma şekline zorladı.

İş bununla da kalmadı. Yeni çalışma düzeninin neden olduğu veri akışı ve e-ticaret gibi dijital hizmetlere yönelik artan talep, farklı kaynaklardan gelen verinin büyük ölçüde artmasına neden oldu. Kurumlar tüm bunların üstesinden gelebilmek için kaynakların verimli bir şekilde dağıtılmasına ve gerektiğinde hızla ölçeklenebilmesine olanak sağlayan bulut bilişim teknolojilerine yöneldiler. Elle tutulmayan, gözle görülmeyen bu kavram içinde bulunduğumuz dönemde adeta bir kurtarıcıya dönüştü.

KURUM İÇİNDEKİ KAYNAKLARI DEĞER ÜRETEN PROJELERE ODAKLAMAK

Cisco Türkiye Genel Müdürü Didem Duru, pandemi nedeniyle birçok şirket evde çalışmaya geçmesiyle şirketlerin ilk gündem maddesinin çalışanlarına güvenli ağ bağlantısı ve depolama alanları sağlamak olduğunu söylüyor. "Pandeminin birinci yılını geride bırakırken, uzaktan çalışmaya bağlı olarak bulut uygulamaları kullanımının şirket içi uygulamaları geçmeye başladığını görüyoruz" diyor Duru. "Bilgiye ve arşive her koşulda ulaşabilmek, işleri kesintisiz sürdürebilmek, iş gücünün uzaktan çalışabilmesini sağlamak

JUST SUPER / GETTY IMAGES TURKEY





◄ Cisco Türkiye Genel Müdürü **Didem Duru**



◄ HPE Türkiye Pointnext Teknoloji Servisleri Ülke Direktörü **Murat Baysal**

ve esnekliği korumak en önemli konular oldu. Uzaktan güvenli erişim, farklı birimler arasında olduğu kadar müşteriler ve şirketler arası bağlantının da kesintisiz ve güvenli olmasını, hizmetlerin evlerden aynı kalitede ve hızda sağlanmasını gerektiriyor. BT yöneticileri, bulut sistemlerinin sağladığı ölçeklenebilirlik, çeviklik, güvenlik ve otomasyon avantajını kullanarak operasyonlarını basitleştirebiliyor ve zaman kazanabiliyorlar. Tüm bunlar önemli bir maliyet tasarrufunu da beraberinde getiriyor."

Her şirket dijital dönüşüm sürecinde müşteri ve çalışan deneyimini iyileştirmek için teknolojiyi operasyonlarına ve karar süreçlerine entegre etmek zorunda. Bunun yolu da BT ortamlarından hız, çeviklik ve ölçeklendirmeye dair yetenekleri en iyi şekilde kullanabilecek şekilde yararlanmaktan geçiyor. HPE Pointnext Teknoloji Servisleri Ülke Direktörü Murat Baysal, şunları söylüyor: "Dijital dönüşümü başarıya ulaştırmak ve dijital bir işletmeye dönüşebilmek için teknolojinin, çalışanların, kısacası tüm kaynakların kurum içindeki stratejik girişimlere, değer üreten projelere odaklanması gerekiyor. Mevcut iş yüklerini ve altyapılarını yönetmek, operasyonel sürekliliği korumak için teknolojinin avantajlarını bulut deneyimiyle birleştirerek ihtiyaç ve tercihlerine göre kullanabilen şirketler pandemi koşullarından daha az etkilendi. Ancak şirketlerin birçoğu sahip olduğu uygulamalarla verinin büyük bir bölümünü henüz buluta taşıyamadı. Biz HPE olarak, bulutun bir varış noktası değil, bir deneyim olduğuna inanıyoruz. Önümüzdeki dönemde bulut deneyimini tüm şirketlere ulaştırmak ve dijital dönüşümün devamlılığını sağlamak en büyük hedefimiz."

TÜRKİYE'DE İŞLETMELERİN YÜZDE 80'DEN FAZLASI DİJİTAL DÖNÜŞÜM PROGRAMINI HIZLANDIRDI

Tabii şirketlerin bulutla yakınlaşması son dönemde hızlansa da yeni yeni ortaya çıkan şeyler değil. Dell Technologies Türkiye Genel Müdürü Işıl Hasdemir, "Pandemiden önce de şirketlerin zamana ayak uydurma ve dijital dünyaya taşınma çabası vardı" diyor. "Geçmişte bulut bilişimle ilgili konuşmaların çoğu, daha hızlı inovasyon, daha hızlı pazara sunma süresi ve maliyet optimizasyonu için modern altyapılara geçiş üzerineydi. İçinde bulunduğumuz dönem dijital dönüşümün hızlanmasını sağladı. Bulut bilişim teknoloji yeni normalin birer parçası oldu."

Hasdemir'in bu paylaştığı rakamlar da bu dönüşümü özetler nitelikte: "Pandemi esnek bilgi işlem gücü, olağanüstü durumdan kurtarma, yedekleme ve felaket kurtarmada daha düşük maliyet, iş süreci ve sürekliliği için uzaktan iş gücü yönetimi, işyerine güvenli dönüş gibi öncelikleri beraberinde getirdi. Akademetre ile gerçekleştirdiğimiz Dijital Dönüşüm araştırmasının sonuçlarına göre 2020 yılında Türkiye genelinde işletmelerin yüzde 82,9'u dijital dönüşüm programlarını hızlandırdığını gördük. Bulut altyapı hizmetleri için yapılan harcamalar yüzde 34 artış gösterdi, bulut hizmetlerine olan talep 3'te 1 oranında arttı. 2020 yılında her 3 işletmeden 1'i dijital dönüşüm programlarının büyük kısmını, 5 işletmeden 1'i ise dijital dönüşümlerini bütünüyle tamamlamış durumda. Bizim de en büyük hedefimiz bu zorlu süreçte şirketlerin yanında yer alarak dönüşüm süreçlerine yardımcı olmak."

Tabii bulut kullanımı denildiğinde işin bir de uygulama yönetim kısmı var. Bulut bilişim sayesinde her zaman erişilebilir hizmetlerin



◄ Dell Technologies Türkiye Genel Müdürü **Işıl Hasdemir**



◄ Red Hat Türkiye Genel Müdürü **Haluk Tekin**



◄ SAS Türkiye ve Orta Asya Müşteri Danışmanlığı Ülke Müdürü **Altan Atabarut**

öne çıkması, kurumların operasyonel modellerinde hibrit bulutun daha kilit bir rol oynaması anlamına geliyor. Ancak bunun için mevcut uygulamaları hibrit modele uyum sağlayacak şekilde dönüştürmek de önemli. Red Hat Türkiye Genel Müdürü Haluk Tekin, COVID-19'un kurumları daha fazla inovasyona ve müşteri taleplerini karşılamak için dijital dönüşüm çalışmalarını hızlandırmaya yönelttiğini söylüyor. Bunun çözümünün de konteyner teknolojisinde yattığı görüşünde. "Konteynerler bulut yerlisi uygulamalar geliştirmek için gereken teknolojiyi sunuyor" diyor Tekin. "Açık kaynak konteyner orkestrasyon platformu Kubernetes, dijital dönüşümün merkezinde yer alan bulut yerlisi uygulamaların temelini oluşturuyor. Kubernetes ile şirketler farklı kaynaklarda yer alan kurumsal uygulamaların birbiriyle uyum içinde çalışması için sağlanan kaynağı en üst seviyeye çıkartırken, donanımlardan en fazla verimin elde edilmesini sağlıyor. Ayrıca uygulamaların hizmete alımlarının ve güncellemelerinin kontrol ve otomasyonunu da üstleniyor."

Red Hat'ın 2021 yılı State of Enterprise Open Source Report araştırması, önümüzdeki 12 ay içerisinde şirketlerin yüzde 72'sinin konteyner kullanımını artıracağına ve şirketlerin yüzde 75'inde Kubernetes'in bulut yerlisi uygulama stratejilerinde önemli bir rol oynayacağına işaret ediyor. Görünen o ki şirketler de bunun farkında.

DAHA ÖNCE BULUT KULLANMAYANLAR KULLANMAYA BAŞLADI, KULLANANLAR KAPSAMI GENİŞLETTİ

Pandeminin etkisi belli sektörlerde ve çevrimiçi hizmetlerde önemli bir dalgalanmaya neden oldu. E-öğrenme, görüntülü konferanslar, sanal etkinlikler, uzaktan bakım, süreç otomasyonu ve ağa bağlı diğer hizmetlerde benzeri görülmemiş bir talep artışı ortaya çıktı. Bu da bulutu ve dijital dönüşümü şirketlerin ve bireylerin giderek daha sık duyduğu ve kullandığı terimlere dönüştürdü. Şimdiye kadar herhangi bir bulut hizmetinden faydalanmayan küçük işletmeler başta uzaktan çalışma olmak üzere yeni gereksinimlere ayak uydurmak için buluta yönelirken, diğerleri bulut kullanım alanlarını genişletme yoluna gitti.

Didem Duru, bunları şöyle örneklendiriyor: "Pandeminin etkisiyle eğitim kurumları, dersleri çevrimiçi ortamda video ve web konferans uygulamaları aracılığıyla yapmaya başladılar. Cisco Webex platformumuzda sanal öğrenme araçlarının kolayca sınıflar arasında paylaşabildiği, katılımı artıran ve öğrenmeyi kolaylaştıran yenilikleri hayata geçirdik. Sağlık sisteminde ise bulut sistemlerine geçiş uzaktan yani e-muayene kolaylığı, dijital görüntüleme, verileri depolama ve güvenli paylaşım gibi esneklikler sağladı. Petrol ve gaz işleyen şirketler için bulut sistemlerinin önemi, çalışma sahaları ve üretim tesislerini uzaktan görüntüleme ve kontrol edebilme kolaylığında öne çıktı. Bulutta depolanan veriler olası petrol ve gaz sahalarının keşfinde katkı sağladı."

Haluk Tekin, bulutun sağlık alanındaki kullanımına dair örnekler paylaşıyor: "Dünya genelindeki sağlık çalışanlarının hızla değişen ihtiyaçlarını karşılayabilmek için dijital kapasitelerini artırması gerektiğini fark eden Dünya Sağlık Örgütü, birlikte geliştirdiğimiz DevOps platformu sayesinde yanlış bilgilerle mücadele etmek için yeni bir öğrenme platformu oluşturdu. Arjantin Sağlık Bakanlığı yine bizim teknolojilerimizle 'Ulusal Dijital Sağlık Ağı'nı hayata geçirdi. Bakanlık bu ağ ile herkesi kapsayan sağlık güvencesi dahilindeki hizmetlerin ve inisiyatiflerin erişilebilirliğini büyük ölçüde derecede artırmayı hedefliyor."

DÖRT KOLDAN AKAN VERİYİ HIZLA DEĞERE DÖNÜŞTÜRMEK ŞART

Konu bulut olunca amaç sadece uzaktan çalışmaya dair ihtiyaçları karşılamaktan ibaret değil. Dijital dönüşümle birlikte hemen her şirketin BT şirketine evrildiği bu çağda işin bir de her yerden sürekli akan veriyi depolama, işleme, anlamlandırma tarafı var. SAS Türkiye ve Orta Asya Müşteri Danışmanlığı Ülke Müdürü Altan Atabarut, "Müşteri davranışlarından tedarik zincirindeki binlerce oyuncunun hareketine, planlama süreçlerinden üretim hatlarına ve sensörlere kadar inanılmaz miktarda bir veri akışı var" diyor. "Bu verilerin analiz edilip akıllı kararlara dönüştürülmesi gerekiyor. Bu süreçte irili ufaklı her şirketin yöneticisi uzun geliştirme ve devreye alma döngülerinden şikayetçi. Hızlı bir şekilde ayağa kalkmak ve koşmak yetmiyor. Değeri çok çabuk görmek, hayata geçirmek gerekiyor. Zaman alan yazılım yönetimi sebebiyle personel zamanının çoğunu para getiren aktiviteler yerine pazarlık, yönetim, bakım, destek ve yenilemelere harcıyorsa, hele inovasyon için gerekli yetkin insan kaynağını tekrar eden rutin işlere harcıyorsa verimlilikten söz etmek zor. Bu değişen iş ihtiyaçları karşısında

hem maliyet açısından etkin, hem yukarı ve aşağı ölçeklenmesi kolay olan bulutun artık kaçınılmaz olduğunu düşünüyoruz. Bu geçişin şirketlerin gözünde büyümesinin önüne geçmek için 2000 yılından beri çözümlerimizi bulutta barındırıyor ve yönetiyoruz."

PANDEMİDE KAZANILAN ALIŞKANLIKLAR KALICI OLMA EĞİLİMİNDE

Bulut teknolojileri kullanım kolaylığı ve ölçeklenebilirliği sebebiyle günden güne daha çok tercih edilmeye başladı. Işıl Hasdemir, pandemi bitse de artık bu teknolojinin sağladığı faydaların hayatımızda kalmaya devam edeceğini ve çok daha fazla gelişeceği görüşünde: "Modern bulut çözümleri, Infrastructure as a Service (IaaS), bağımsız SaaS (Software as a Service) uygulamaları, Data as a Service (DaaS), Platform as a Service (PaaS) veya Function as a Service (FaaS)'nin ayrı ayrı başarabileceklerinin ötesine geçiyor. Hepsini bir araya getirerek altyapıyı basitleştirip süreç akışlarını birbirine bağlıyor. Şirket sahipleri de esneklik, çeviklik, güvenlik, mobilite ve ölçeklenebilirlikten yararlanan bulutu mevcut süreçleriyle birleştirdiklerinde, işletmenin performans seviyesinin yeni bir boyuta taşıdığını görmüş oldu. Bu yüzden bulut artık vazgeçilecek veya göz ardı edilecek bir teknoloji değil. Aksine geliştirilerek farklı alanlarda da kullanılmaya devam edecek."

Didem Duru da aynı görüşte. "Pandemi döneminde zorunlu olarak gelişen bazı reflekslerin, kazanılan alışkanlıkların ve sağlanan hizmetlerin pandemi bittiğinde de süreceği kanaatindeyim" diyor Duru. "Bulut sistemlerinin sağladığı esneklik ve güvenlik sayesinde iş dünyasının geleceğinde hibrit ofislerin ve çalışma ortamlarının oluşacağını öngörüyoruz. Araştırmalarımıza göre pandemi sonrası dünya genelindeki iş gücünün sadece yüzde 9'unun tamamen ofise dönmesi bekleniyor. Uzaktan çalışma döneminde verimlilik artışı, maliyet azalması gibi etkenlerle büyük şirketlerin yüzde 53'ü, pandemi sonrası ofis alanlarında ve malzeme kullanımlarında küçülmeye gidecek. Çalışanlarda, teknik alt yapı ve akıllı teknolojilerle iyileştirdikleri bir hibrit çalışma ortamı beklentisi oldukça yüksek. Kuruluşlar, çok bulutlu bir dünyanın karmaşıklıklarını basitleştirmek ve hızla yenilik yapmak için doğru kişileri, süreçleri ve araçları bulmak zorunda. İşletmeler, bulut kullanımlarının sağladığı kolaylıklar, esneklik, aynı anda farklı şubeleri kontrol edebilme ve yönetebilme imkanları ve daha birçok avantajı kullanmaya devam edecektir." ■

2021'DE GENEL BULUT HARCAMALARI 300 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNE ÇIKACAK

- Genel bulut hizmetlerine yönelik dünya çapındaki son kullanıcı harcamalarının 2021'de **% 18,4** artarak toplam **304,9 milyar dolara** çıkması bekleniyor.
- Pandemi öncesi döneme göre ortama **4,7** kat fazla kişi düzenli olarak evden çalışıyor. Bu da güvenli uzaktan erişimi bulutta en önemli maddelerden biri haline getiriyor.
- Pandemi sonrası dünya genelindeki iş gücünün sadece **% 9**'unun tamamen ofise dönmesi bekleniyor. Uzaktan çalışma döneminde verimlilik artışı, maliyet azalması gibi etkenlerle büyük şirketlerin **% 53**'ü, pandemi sonrası ofis alanlarında ve malzeme kullanımlarında küçülmeye gidecek.
- Genel olarak dünyadaki kurum ve kuruluşların **% 92**'si bulut bilişim ortamına sahip. **% 88**'i iki veya daha fazla bulut servis sağlayıcısıyla çalışıyor.
- **% 69**'u çoklu bulut stratejisini oluşturmuş durumda, **% 50**'si bulut üzerinden uygulama kullanıyor, **% 28**'i ise tamamen bulut bilişim kullanıyor.
- İşletmelerin **% 35**'i dijital birer iş yerine dönüştüklerini söylerken, en çok yatırım yapılan teknolojiler arasında **% 33,8** ile çoklu bulut ortamı yer alıyor.
- Türkiye'deki departman yöneticilerine bulut kullanımıyla ilgili yaklaşımları sorulduğunda, **% 47**'lik bir bölüm işletmelerinde bulut kullanıldığını ifade ediyor. Bu oran kurumsal işletmelerde **% 59**, büyük ölçekli şirketlerde **% 51**, orta ölçekli şirketlerde **% 43**.
- Şirketlerin **% 24**'ü bulutu kullanmasa da planları arasına aldığını söylüyor. Bunların yarısına yakını bunu önümüzdeki 2 yıl içinde hayata geçirmeyi planlıyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN ANAHTARI KAYNAKLARI VERİMLİ KULLANMAK

BULUT BİLİŞİM, teknolojinin kullanımı değiştirdi. Artık kullanılan teknolojinin kurumlar için görünür olması gerekmiyor. Basit, hızlı erişilebilir ve kontrollü olmasının yanında kurumlara sunduğu maliyet avantajıyla da ön plana çıkıyor. HPE Pointnext Teknoloji Servisleri Ülke Direktörü Murat Baysal, "Teknolojiyi satın almak yerine hizmet modeliyle kullanmayı benimseyen kurumlar, dijital dönüşüm yolculuklarında hızla ilerlerken aynı anda sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşabilmek adına önemli konulara odaklanmak için zaman kazanıyorlar. Dijital dönüşümlerine odaklanan kurumlar verimliliklerini artırıp maliyetlerini düşürdükçe, karbon ve enerji kullanımının yanı sıra atıklarını da azaltarak sürdürülebilirlik profillerini ilerlettiklerini fark ediyorlar. Bulut bilişim kurumlara ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına doğru teknolojileri, süreçleri ve iş modelini belirleyebilmeleri için benzersiz bir deneyim sunuyor" diyor.

Cisco Türkiye Genel Müdürü Didem Duru, bulut bilişimin sürdürülebilirliğe katkısına dair görüşlerini şu sözlerle paylaşıyor: "Daha fazla insan evden çalışmaya geçti. Çevrimiçi alışveriş büyük ölçüde arttı. sinemalar kapalı olduğu için insanlar filmleri çeşitli platformlardan indiriyor ya da abone olarak izliyor. Bankalar mobil hizmetlere ağırlık verdi. Bulut bilişim sayesinde hayata geçen bu gibi örnekler, karbon izini azaltmada ve sürdürülebilir bir gelecek sağlama yolunda göz ardı edilemeyecek kadar önemli fayda sağladı."



İLK GOLÜ YİYEN **BU MAÇI KAYBEDER**

Pandemiyle birlikte değişen koşullara ve yeni çalışma alışkanlıklarına hazırlıksız yakalanan pek çok kurum, siber güvenliğe dair alışkanlıklarını yeniden gözden geçirmek zorunda. Bu zorlu mücadelede amaç sahadakilerin koşmasına engel olmadan topu kale çizgisinden uzak tutmak.

LEVENT DAŞKIRAN



COLIN ANDERSON PRODUCTIONS PTY LTD / GETTY IMAGES TURKEY

BİR SÜREDİR içinde bulunduğumuz pandemi koşulları pek çok kişinin hayatına mal olan büyük bir insani dramı beraberinde getirirken, pek çok alanda yaşam biçimimizin ve alışkanlıklarımızın değişmesine neden oldu. Milyonlarca sağlık çalışanı ile sağlık sistemi üzerine inanılmaz bir yük bindiren bu amansız hastalıkla mücadele ederken, dünyanın geri kalanı sistemi işler halde tutmak için çalışma şekli başta olmak üzere eski alışkanlıklarından hızla vazgeçmek zorunda kaldı. Bilgisayarlar evlere taşındı, önümüzdeki birkaç yıl için planlanan dijital dönüşüm projeleri hızlandırılarak öne çekildi, şirket ve kamu yöneticileri operasyonel ve finansal istikrarı sürdürebilmek için büyük bir yükün altına girdi.

Ama bunu yapmak için yüzleşmek zorunda kaldıkları tek zorluk pandemi koşullarından ibaret değildi. Siber tehdit aktörleri de bu değişime hızla ayak uydurdu. Çalışanların evlere kapanması ve IoT gibi yaygınlaşan teknolojiler sayesinde genişleyen tehdit düzeyini, insanların hastalığa karşı duydukları zaafi ve güvenli gelecek beklentilerini istismar etmek için hızla harekete geçtiler.

Kurumsal siber güvenlik çözümlerinin koruma şemsiyesinin dışına çıkan kişisel cihazların iş amaçlı kullanımı, ev tipi Wi-Fi bağlantılarının güvenlik zaafları, apar topar uzaktan çalışmaya zorlanan personelin siber güvenliğe dair bilgi eksikliği, kurumsal ve endüstriyel sistemlere girebilecekleri bir boşluk arayan siber saldırganlar için mükemmel bir fırsat anlamına geliyordu.

GENİŞLEYEN SALDIRI YÜZEYİ DAHA ÇOK FARKINDALIK GEREKTİRİYOR

Trend Micro Türkiye Ülke Müdürü Hasan Gültekin, pandemi sürecinde tüm dünyada uzaktan çalışmanın hızla yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan 'hibrit işgücü' adlı çalışma modelinin önümüzdeki dönem güvenlik eğilimlerine damga vuracağı görüşünde. "Birçok şirkette kalıcı olması beklenen bu yeni çalışma modeli, çeşitli güvenlik tehditlerini ve endişelerini beraberinde getirdi" diyor Gültekin. "Pandemi sürecinde kötü niyetli yazılım, fidye yazılımı ve oltalama saldırılarında büyük bir artış görüldü. Özellikle iş e-postalarıyla üst düzey yöneticiler ve kilit pozisyonda görev yapan kişilerin hedeflendiği saldırılar kamu, üretim ve sağlık sektörüne yoğunlaştı."

Siber saldırganların değişen koşulları büyük ölçekli saldırıları hayata geçirmek için fırsat olarak kullandığına vurgu yapan bir diğer isim Fortinet Türkiye, Gürcistan, Ermenistan, Azerbaycan ve Türkmenistan Bölge Direktörü Arzu Akkaya. Akkaya, saldırganların dijital saldırı zeminini merkez ağın ötesine taşıyarak uzaktan çalışanları, eğitim alanlarını ve dijital tedarik zincirini kapsayacak şekilde genişlettiklerine dikkat çekiyor. "Her cihaz, gözlemlenmesi ve korunması gereken yeni bir ağ sınırı oluşturuyor" diyor Akkaya. "Bu nedenle siber hijyen artık sadece BT'yi ve güvenlik ekiplerini değil, herkesi ilgilendiren bir konu haline geldi."



Trend Micro Türkiye Ülke Müdürü **Hasan Gültekin**



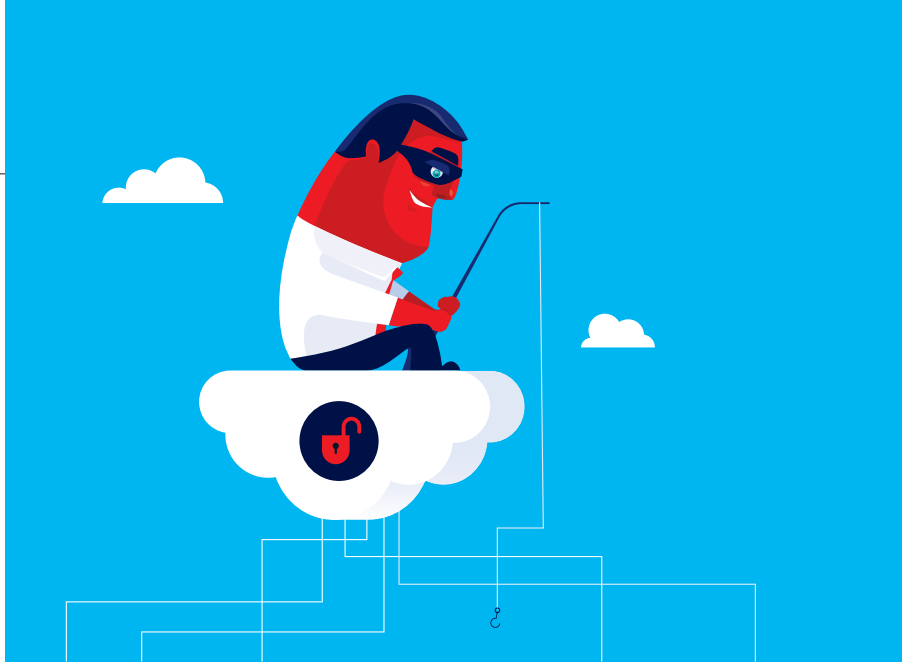
Fortinet Türkiye, Gürcistan, Ermenistan, Azerbaycan ve Türkmenistan Bölge Direktörü **Arzu Akkaya**

Ama sorun sadece çalışanların bu yeni döneme uyumunu sağlamaktan veya koruma altına almaktan ibaret değil. CheckPoint Türkiye Genel Müdürü Hakan Erkan, sorunun farklı bir kısmına dikkat çekiyor: "Günümüzde siber saldırılar nano ajan olarak adlandırdığımız IoT (Nesnelerin İnterneti) cihazlarını, küçük bilgi işlem platformlarını, hatta kimi zaman sadece belirli bir süreci hedef alabiliyor. Bu cihazlar kritik altyapılar başta olmak üzere insan hayatını doğrudan etkileyecek altyapıların omurgasını oluşturuyorlar. Bu bölgenin siber güvenlikte önemli bir mücadele alanına dönüştüğüne tanık olacağız."

İNATÇI TEHDİTLERİN YÜKSELME ÇAĞI

Günümüzde siber güvenlik kavramı söz konusu olduğunda sadece genişleyen tehdit yüzeyini değil, değişen tehdit yapısını da masaya koymak gerekiyor. Bunlardan biri de inatçı tehditler olarak bilinen, az bilinen veya yeni keşfedilmiş teknikleri kullanarak ağlara yerleşip uzun süre orada kalarak kuruma farklı açılardan büyük zarar veren saldırı çeşidi. Bu tür tehditler daha önce kaynak sıkıntısı yaşamayan, devlet destekli siber korsanlar tarafından askeri ve endüstriyel casusluk gibi amaçlarla kullanılırken, son dönemde giderek daha fazla sayıda saldırı grubu bu araçlara erişip kullanmaya başladı.

Bunda muhtemelen fidye yazılımları başta olmak üzere son dönemde gerçekleştirilen ve finansal açıdan getirisi yüksek saldırıların büyük payı var. Önceden fidye yazılımı saldırılarında halı bombardımanı tekniği kullanılırdı. Saldırıyı başlatacak olan grup dosyayı pek çok hedefe aynı anda gönderir, tuzağa düşenlerden 1.000 dolar 2.000 dolar ne gelirse toplamaya çalışırdı. Şimdiyse büyük şirketleri gözlerine kestiriyorlar. Bahsi geçen inatçı tehditlerle şirket ağına sızıyorlar,



BAŞARILI FİDYE YAZILIMI SALDIRILARI ARKASINDA BÜYÜK HASAR BIRAKIYOR

Dünyada fidye saldırılarının neden olduğu zarar şirket başına

1 milyon 850 bin $

Ödenen ortalama fidye bedeli

170 bin 404 $

Fidyeyi ödediği halde tüm verilerini geri almayı başaranların oranı

% 8

Türkiye'de fidye saldırılarının neden olduğu zarar şirket başına

582 bin 500 $

Türkiye'de son 12 ayda fidye saldırısıyla karşılaştığını söyleyenler

% 48

KAYNAK: SOPHOS - STATE OF RANSOMWARE 2021 ARAŞTIRMASI

haftalarca görünmeden içeride dolaşıp tüm kritik sistemlerin kontrolünü ele geçiriyorlar ve kurumu en çaresiz bırakacakları noktada saldırıyı eş güdümlü olarak hayata geçiriyorlar. Öyle ki, bazı şirketler yedeklerini kullanmaya bile fırsat bulamıyor. Bulsalar da bu kez haftalar boyu süren operasyonda gizlilik içinde ele geçirilen bilgilerin kamuoyuna veya rakiplere ifşa edilmesi şantajıyla yüzleşiyor.

FİDYE SALDIRILARININ NEDEN OLDUĞU ORTALAMA ZARAR 1,6 MİLYON DOLAR

Bu yolla elde edilen gelirler bir hayli yüksek. Siber güvenlik şirketi Sophos'un geçtiğimiz aylarda yayınladığı State of Ransomware 2021 araştırmasına göre fidye saldırısına maruz kalanların fidyeyi ödeme oranı geçtiğimiz yıl yüzde 32'ye yükselirken, olay başına ödenen ortalama fidye bedeli yaklaşık 170 bin dolar olmuş. Katılımcılardan 10 tanesinin işleri tekrar yerine koymak için ödediği fidye bedeli 1 milyon doların üzerinde, hatta bir tanesi işleri düzeltmek için 3,2 milyon doları gözden çıkarmak zorunda kalmış. Geçen ay Amerika Birleşik Devletleri'nde faaliyet gösteren Colonial Pipeline adlı enerji şirketinin uğradığı saldırıyla bu rakam 5 milyon dolara kadar yükseldi.

İşin kötüsü fidyeyi ödediğinizde işlerin yoluna gireceğinin de bir garantisi yok. Aynı araştırma fidye saldırısına uğrayan bir kurumun iş kesintileri, iptal edilen siparişler ve iyileştirme maliyetleri nedeniyle durumu düzeltmek için 1 milyon 850 bin doları gözden çıkarmak zorunda kalabileceğini gösteriyor. Fidyeyi ödediği halde tüm verilerini geri alabilen şirketlerin oranı ise sadece yüzde 8. Bunun çeşitli sebepleri var. Deşifre aracının düzgün kodlanmaması, saldırganların işi kendilerinin bile altından kalkamayacağı ölçüde karıştırması veya saf kötü niyet gibi. Mesela Colonial Pipeline olayında fidye karşılığı verilen deşifre aracı o kadar yavaş çalışıyormuş ki, şirket işleri yoluna koymak için yine kendi yedeklerine başvurmak zorunda kalmış.



CheckPoint Türkiye Genel Müdürü **Hakan Erkan**

SİBER GÜVENLİKTE YAPAY ZEKA TEHDİT Mİ FIRSAT MI

Güvenlik konusunda akla gelen kavramlardan biri de yapay zeka. Bunun da iki ucu var. Yapay zeka bir yandan birbirine benzer tehditleri algılayarak henüz keşfedilmemiş tehditleri dahi ortaya çıkarabilme potansiyeline sahipken, diğer yandan sosyal mühendislik çabalarında siber saldırganların ekmeğine yağ sürüyor. Örneğin yapay zeka yardımıyla yüzlerin ve seslerin taklit edildiği DeepFake uygulamaları sayesinde inandırıcılığı yüksek senaryolar geliştirebiliyorlar. Finans bölümünün telefonu çalıyor, şirketin CEO'su telefonda yeni bir iş anlaşması için hızlıca şu kadar bedelin şu hesaba transfer edilmesini istiyor. Özellikle deneyimsiz çalışanlar CEO'nun bu isteğini hızlıca yerine getirmesi gerektiğini düşünerek işlemi gerçekleştiriyor ve para dolandırıcıların hesabına aktarılıyor. 2019 yılında İngiltere'deki bir şirketi bu yolla 243 bin dolar dolandırmışlar.

ISTOCK

Özetle önünüzde duran sesin veya görüntünün gerçekliğinden emin olmak zorunda kalacağınız bir döneme giriyoruz. Bunun üzerine bir de sosyal mühendislik ve oltalama teknikleri eklendiğinde bu tür saldırılara karşı zincirin en zayıf halkası olan çalışanlar arasında farkındalık yaratmak, kişisel onay sistemlerinin akışını gözden geçirmek gerekiyor.

Ama yapay zeka bir tehdit olabildiği gibi, kurtarıcı görevi de görebilir. Fortinet Bölge Direktörü Arzu Akkaya, bunu şöyle açıklıyor: "Yeni uçların hedef alınması, yeni saldırı alanlarının oluşmasının yanında ele geçirilmiş cihazların birlikte çalışarak kişi ve kurumları 5G hızında hedef almalarına neden olabilir. Günümüzün küresel tehdit zemininde yaşanan saldırıların hacmini, hızını ve gelişmişliğini düşündüğümüzde, şirketlerin bu agresif saldırılara anında karşılık verebilmesi gerekiyor. Yapay zeka ve tehdit istihbaratında yaşanacak gelişmeler, bu savaşta kritik öneme sahip."

SİBER GÜVENLİĞİN YENİ EĞİLİMLERİ

Peki kurumlar bu yeni normale nasıl uyum sağlamalı, hangi önlemleri ve kavramları dikkate almalı? Kaspersky Türkiye, Orta Doğu ve Afrika'dan Sorumlu Genel Müdürü Amir Kanaan, dağılmış iş gücünü daha iyi korumak için bulut hizmetleri ve dış kaynak kullanımının öne çıkabileceği görüşünde. "Yaptığımız bir ankete göre her 10 şirketten yedisi önümüzdeki 12 ay içinde bir yönetilen hizmet sağlayıcısı (MSP) veya yönetilen güvenlik hizmet sağlayıcısı (MSSP) kullanmayı planlıyor" diyor Kanaan. "KOBİ'ler işletmelerini bu tür yeni ve gelişmiş tehditlerden korumak için BT güvenliği olgunluk düzeylerini karşılayan çözümleri tercih edebilirler. Kendi bünyesinde deneyimli güvenlik ekipleri olmayan kuruluşlar, EDR çözümlerine veya otomatik yönetilen algılama ve yanıt (MDR) hizmetlerine yatırım yapmayı düşünebilirler. İşletmeler altyapılarını daha esnek hale getirmek için buluta taşıyorlarsa, bulut koruma ve görünürlük çözümlerini değerlendirmeleri gerekir. Bulut keşif çözümleri ayrıca gölge BT'yi kontrol etmeye yardımcı olacaktır."

CheckPoint Türkiye Genel Müdürü Hakan Erkan, yeni çalışma düzeniyle birlikte sınır güvenlik prensibinin (perimeter security) geçerliliğini yitirdiğini düşünüyor. "Kurumlar COVID-19 nedeniyle 7 yılda gerçekleştirecekleri dijital dönüşümü 1 yıla sığdırmak zorunda kaldı" diyor Erkan. "2020 yılında yaşadığımız değişiklikler hayatımızın bir parçası olarak kalmaya devam edecek.

FİDYE SALDIRILARINDAN KORUNMANIN ALTI ALTIN KURALI

- **FİDYE YAZILIMLARININ SİZİ DE HEDEFLEDİĞİNİ VARSAYIN.** Hiçbir sektör, ülke veya kuruluş bu riskten muaf değil. Her an bu ihtimal gerçekleşecekmiş gibi hazırlıklı olun.
- **KÖTÜ AMAÇLI SALDIRILARA KARŞI BİR KURTARMA PLANI OLUŞTURUN.** Saldırı mağduru kuruluşlar, daha önce bir müdahale planına sahip olmaları halinde önemli mali kayıp ve kesintilerden kaçınabileceklerini genellikle geç fark ederler. Siz onlardan olmayın, erkenden önleminizi alın.
- **DÜZENLİ YEDEKLEME YAPIN.** Yedeklemede 3:2:1 yaklaşımını tercih edin. Yani üç set yedekleme yapın, iki farklı depolama ortamı kullanın ve yedeklerden birini çevrimdışı ortamda saklayın.
- **KATMANLI KORUMA KULLANIN.** Günümüzde çoğu fidye yazılımı saldırısı gasp unsurları da içerdiğinden, saldırganları mümkün olduğunca dışarıda tutmak her zamankinden daha önemli hale geldi. Saldırganların ağ içinde ilerlemesini ve daha derine ulaşmasını engellemek için katmanlı koruma kullanın.
- **BOYUNUZU AŞIYORSA YARDIM İSTEYİN.** Şirket içinde güvenlik ekibiniz yoksa uzman bir siber güvenlik şirketinin desteğini almaya bakın. Güvenlik Operasyon Merkezleri (SOC) artık her büyüklükteki kuruluşlar için gerçekçi bir seçenek haline geldi.
- **FİDYEYİ ÖDEMEYİN.** Fidyeyi ödediğinizde verilerinizi geri alacağınızın bir garantisi olmadığı gibi, bu işin arkasındakilere yeni saldırılar için kaynak sağlamış ve cesaretlendirmiş olursunuz.



Kaspersky Türkiye, Orta Doğu ve Afrika'dan Sorumlu Genel Müdürü **Amir Kanaan**

Bu dönemde ZTNA (Zero Trust Network Architecture) yaklaşımı önem kazanırken, kurumların artan uzak bağlantı ihtiyacını daha güvenli ve yönetilebilir hale getirmek için SASE çözümlerine yöneldiğini görüyoruz. Ayrıca oltalama saldırılarına karşı kimlik koruma çözümleri daha fazla öne çıkıyor."

Fortinet Bölge Direktörü Arzu Akkaya, geçen yıl yayınlanan Remote Workforce Cybersecurity raporuna göre dünya genelinde kurumların neredeyse yarısının Sanal Özel Ağa (VPN) ve bulut güvenliğine, yaklaşık yüzde 40'ının da kalifiye BT profesyonellerine veya ağ erişim kontrolüne (NAC) yatırım yaptığını söylüyor. Buna ek olarak şirketlerin yüzde 72'si yatırımlarında uç nokta korumasına ve EDR teknolojisine yer veriyor. "Güvenlikten ödün vermeden ağın günümüzün esnek ortamlarına ve geleceğin olası gereksinimlerine hazır olacak şekilde ölçeklenebilmesini sağlayan Güvenli SD WAN da en çok talep alan çözümler arasında" diyor Akkaya.

Sözün özü siber güvenlik söz konusu olduğunda kurumlar ilk golü yiyenin mağlup sayıldığı bir maçta top çevirmeye çalışıyor. Beraberliğin zafer sayıldığı bu mücadele asla sona ermiyor.





'25. YILIMIZDA 2021'İ, TEKNOLOJİ

KOÇTAŞ GENEL MÜDÜRÜ DEVRİM KILIÇOĞLU, "25. YAŞIMIZDA DİJİTAL GÜCÜMÜZLE GELECEĞE ADIM ATIYORUZ. ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEM, MÜŞTERİ DENEYİMİNE YATIRIM YAPMA, MÜŞTERİ İHTİYAÇLARINI ÇOK DAHA İYİ ANLAMA, VERİYE DAYALI KARARLAR ALMA, AYNI ZAMANDA HIZLI VE ÇEVİK OLMA DÖNEMİ" DİYOR. KILIÇOĞLU, AYRICA KOÇTAŞ'IN GÜNDEMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜMLE BİRLİKTE, ÇOKLU KANAL YAPILANMASI, FIX MAĞAZA YAYILIMI, YEREL MARKA VE İNSAN KAYNAĞININ OLDUĞUNA DİKKAT ÇEKİYOR.

ŞULE LALELİ

E-VGELİŞTİRME

perakendeciliğinde öne çıkan Koçtaş, sektörde 25. yılını kutluyor. Vehbi Koç'un liderliğinde girişimcilik ruhuyla sektöre öncülük eden şirket, 1955 yılında bir toptan satış şirketi olarak kuruldu. Koçtaş bugün, Türkiye geneline yayılan yüzlerce mağazası ve binlerce çalışanıyla sektöre yön veriyor.

Koçtaş'ın kaptan koltuğunda Genel Müdür Devrim Kılıçoğlu var. Kılıçoğlu özellikle Pandemiyle beraber farklılaşan iş koşullarına uygun stratejileri hayata geçiriyor. 2020 yılında sektörün pandemiyle yaşadığı olumsuzlukları değerlendiren Kılıçoğlu, ürün bulunurluğu, ham madde fiyat artışları, Çin'deki konteyner krizi tedarik zincirinin ciddi sıkıntılar yarattığına değiniyor. Bu sıkıntıların 2021 yılında da devam edeceğini öngörüyor. E-ticaretin yükselişi, kargo ve lojistik hizmetlerinin kritik öneme sahip olduğunun ise altını çiziyor.





YILI İLAN ETTİK'

Koçtaş Genel Müdürü Devrim Kılıçoğlu, "Belirsizlik ortamının en önemli kazanımı verilere dayalı hızlı karar alma yetkinliğimizi ve aksiyona geçebilme kabiliyetimizi artırmak oldu" diyor.

Kılıçoğlu; Koçtaş adına pandemide çalışanların sağlığı ve iş sürekliliğinin istihdamını devam ettirmek için stratejiler geliştirdiklerini söylüyor ve şöyle devam ediyor: "Koçtaş Sıfır Tolerans ilkeleriyle hareket ettik. Kısıtlamalar ve belirsizlik ilk günkü gibi devam ediyor. Ciro kaybına neden olan bu durum, kira giderleri, stok yönetimi, vardiya planlama ve tedarik zinciri yönetimine kadar tüm planlamalarımızda bizleri de zorluyor. Mağazalarımızın kapalı olduğu dönemde, merkezde de çalışma arkadaşlarımızla çok yoğun çalıştaylar yaptık. 'Koçtaş'ı şimdi kursaydık, nasıl yapılandırırdık?' sorusunu kendimize sorduk. Sıfır bazlı bütçeleme metodolojisiyle "Koçtaş 2.0" adıyla kapsamlı bir proje başlattık. Bu kapsamda ortaya çıkan 255 fikir değerlendirilerek 78 tanesi çevik takımlarımızın iş planına alındı."

Kılçoğlu bu hedeflerle beraber 2021'de ileri veri analitiği, sürdürülebilir ve karlı büyümenin temellerinin atıldığını, sıfır bazlı bütçelemenin ciddi faydalarını gördüklerinin altını çiziyor. Dijitalde ve mağaza yatırımlarında büyürken pazar paynın arttığı, katılımcı yönetim kültürünün güçlendiği 2021 yılını teknoloji yılı olarak ilan ettiklerinin altını çiziyor.

YEREL MARKALI ÜRÜNLER, 'KOÇTAŞ BASIC' İLE HİZMETE GİRECEK

Koçtaş'ın özellikle odaklandığı bir diğer nokta da dijital dönüşüm süreci. Dijital dönüşümle birlikte gündemde, büyüme stratejilerinin merkezinde yer alan çoklu kanal yapılanması, Fix mağaza yayılımı, yerel marka (private label) ve insan kaynağı var. Kılıçoğlu, Koçtaş Fix yayılımına hız vererek, 2020 yılında, pandemiye rağmen 48 yeni mağaza açtıklarını söylüyor. Bu seneki hedeflerinin ise 100 yeni mağaza olduğuna değiniyor. 2023'te toplam 600 mağaza ve buna paralel olarak yaklaşık 4 bin çalışan hedefleniyor. 2021 yılı için Kılıçoğlu, üzerinde çalıştıkları konunun, yerel markalı ürünler olduğunu söylüyor ve şöyle devam ediyor: "Koçtaş Basic adıyla çeşitli kategorilerde hayata geçirmeye hazırlandığımız ürünlerimiz yakında mağazalarımızda ve dijital kanallarımız aracılığıyla müşterilerimizle buluşacak. Koçtaş Basic, en iyi markaları en uygun fiyatlarla müşterimize sunma stratejimizin bir sonucu. Ayrıca bu yıl içinde e-ticaret aracılığıyla ihracat yapmak da planlarımız arasında."

Koçtaş, çoklu kanal deneyimi ile dijital dönüşüm sürecinin tam kalbinde yer alan örnek şirketlerden biri. Pandemi öncesi dijital satış oranı yüzde 8 iken pandemi sonrasında bu oran, Fix kanalında açılan mağazalarla yüzde 9,5'a kadar yükselmiş durumda. Mağazalaşma sürecinin de ivme kazandığı 2020 yılında, mobil, web ve kiosktan oluşan dijital kanallarda önceki yıla göre yüzde 70 artış sağlayan Koçtaş'ın 2021'deki hedefi dijital kanalda yüzde 75 büyümek.

Kılıçoğlu gelecek dönem stratejilerle ilgili olarak, fiyat, hızlı teslimat ve alınan hizmetin en önemli konular olacağını söylüyor. Çoklu kanal olan markaların, tüm kanallarda aynı pürüzsüz deneyimi sağlayabilmesinin en önemli unsurlardan biri olarak görüyor. Kılıçoğlu sözlerini şöyle sürdürüyor: "Tüm bu faktörleri göz önünde bulundurup, hızlı adaptasyon sağlayan şirketler rekabette daima öne çıkacaktır. Ancak bu baş döndürücü değişime ayak uyduramayan şirketlerin varlıklarını uzun süre devam ettirmesi ise pek mümkün görünmüyor."



Koçtaş Mali İşler ve Yatırımdan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Korkmaz



Koçtaş İnsan Kaynakları Direktörü Aylin Yazgan



Koçtaş Bilgi Teknolojileri Direktörü Uğur Serkan Taşkın

DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİ

Koçtaş Mali İşler ve Yatırımdan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Korkmaz da, 25. yılında Koçtaş'ın kur dalgalanmaları, ekonomik görünüm açısından stratejilerini belirlerken, kısa vadeli plan yapmanın zor olduğunu ancak Türkiye'nin orta ve uzun vadede potansiyeline inandıklarının altını çiziyor. Korkmaz, "En iyi savunma hücumdur anlayışıyla, ciddi bir yatırım ve büyüme dönemi içindeyiz. Öncelikli yatırım alanlarımız dijital dönüşüm, çoklu kanal yapılanması ve Koçtaş Fix format mağazalarımızda yayılım olacak. Rekabet gücünüzü korumak için finansal gündeminizde ise özellikle 2020 Eylül'den itibaren ciddi bir sıkılaşma söz konusu. Bu anlamda nakdi elde tutmak ve doğru yönetmek çok daha önemli. Koçtaş olarak biz zaten pandemi öncesinde en büyük nakit ihtiyacımızı yaratan işletme sermayemizi optimize etmek için bir proje başlatmıştık. Fit100 adını verdiğimiz bu proje sayesinde işletme sermayesi ihtiyacımızı ve nakit ihtiyacını ciddi oranda azalttık. Bu sayede içinde olduğumuz yatırım ve büyüme dönemini, yüksek faiz ortamında mümkün olduğunca öz kaynaklarımızla finanse ediyoruz" diyor.

Koçtaş'ın altını çizdiği bir diğer önemli konu da insan kaynakları. Bu konuda görüşlerini paylaşan Koçtaş İnsan Kaynakları Direktörü Aylin Yazgan da Koçtaş'ın İK stratejileriyle ilgili olarak; stratejik iş ortaklığı modelini hayata geçirdiklerini söylüyor. Şirket içinde Stratejik Planlama, Hedef Belirleme ve Kritik Karar Aşamaları ihtiyaçlarında çalıştaylar tasarlandığını, kurumda diyalog kültürü ve nitelikli tartışma çalışmaları yapıldığını söylüyor. Yazgan şöyle devam ediyor: "Koçtaş'ı 2023 stratejisine ulaştıracak yeni çalışma modelinde iş yapış biçimimizi hem çalışan profilimizin beklentisi hem de kurumun ihtiyaçlarını göz önüne alarak agile (çevik) kültür dönüşümü ana odağında konumlandırıyoruz. Yaklaşımın hayata geçirilmesi sürecine ilk olarak IT ekiplerimizle başladık. Kendi iç kaynağımızla sürdürülebilir bir organizasyon için iki Agile koçumuzu yetiştirdik. Agile koçlarımız hala 20 agile takımımıza koçluk yapmaya, gelişimlerine destek olmaya devam ediyor."

Koçtaş'ın gündemindeki bir diğer önemli konunun ise, Koçtaş S.T.E.P (Stajyer temel eğitim ve gelişim programı) olduğunu söylüyor. Farklı departmanlarda görev alan katılımcılar, perakende sektörünü ve Koçtaş'ı yakından tanıyarak deneyim kazanıyor. Eğitim ve gelişim programına katılmış oluyor. Yazgan, "Çalışma kültürünün tamamıyla değiştiği ve evrildiği bu ortamda onboarding sürecimizi projelendirerek 'Koçtaş Senin Evin' markası ile dijital bir platforma taşıdık. Yaklaşık 150 günlük periyotta şirkete alışma süreçlerini sık bildirimler, anket ve takip mekanizmasıyla daha konforlu geçirecekler. Koçtaş'a özel bir uygulama olan "Gücümüz Sensin" geliştirilerek personellerin giriş ve çıkış hareketleri parmak okutma cihazları yerine mevcut mobil telefonu ile lokasyon bilgisinden alınıyor. Aynı uygulama ile beraber personellerin sağlık bilgisi de takip ediliyor ve interaktif bir ortam sağlanıyor" diyor.

"2021 YILI PERAKENDEDE ORTAKLIK YAPILARININ DEĞİŞİM GÖSTERECEĞİ, MÜŞTERİ DENEYİMİ, İLERİ VERİ ANALİTİĞİ, TEDARİK ZİNCİRİ, LOJİSTİK AĞI VERİMLİLİK ÇALIŞMALARININ VE TEKNOLOJİ YATIRIMLARININ DAHA DA HIZLANACAĞI BİR YIL OLACAK."



Yazgan'ın altını çizdiği Agile yöntemlerin teknoloji ve dijital dönüşüm kapsamında ele alınışıyla ilgili olarak da Koçtaş Bilgi Teknolojileri Direktörü Uğur Serkan Taşkın da önemli bilgiler paylaşıyor. Koçtaş'ta dijital hizmetler boyutunda neler olduğuyla ilgili olarak Koçtaş Ar-Ge birimi olarak bu alandaki çalışmaları üç başlık altında topladıklarını söylüyor. Bunlardan ilki yapay zeka, analitik, veri bilimi. Bu konuda, şirketin analitik dönüşüm yolculuğunda öncelikli olarak verinin geliş kanallarının belirlenmesi, tek bir havuzda toplanması ve tüm kanalları besleyecek kaliteli veri oluşturma çalışmalarını gerçekleştirdiklerini söylüyor. İkinci olarak Görüntü İşleme ile üniversite ve sanayi işbirlikleri ile mağazalarda yerleşik güvenlik kameralarından alınan video kayıtları üzerinde görüntü işleme ile birlikte yapay zeka ve derin öğrenme gibi teknolojileri de kullanarak algoritmalar geliştirdiklerine değiniyor. Son olarak Perakende başlığı altında ise şu bilgileri veriyor: "Hijyen ve temizlik konularında ek geliştirmeler ve aksiyonlar gerçekleştirdik. Bunların başında özellikle MoNa (Montaj ve Nakliye) uygulamamızda geliştirme yaparak web sitemiz üzerinden hijyen satışı gerçekleştirerek pandemi ile mücadeleye katkı sağladık. Tüm bunlara ek olarak uzaktan çalışma döneminde mağazalarımızda fiziksel olarak bulunamayacak olan çalışanlarımızın da online uygulamalarla müşterilerimize yardımcı olabilmeleri için altyapı tasarımları geliştirmeye devam ediyoruz."

SELCAN PEKŞEN ÖZOĞLU, Koçtaş Çalışanı

KOÇ AKADEMİ'NİN GELİŞTİRİCİ YÖNÜ ÖNEMLİ

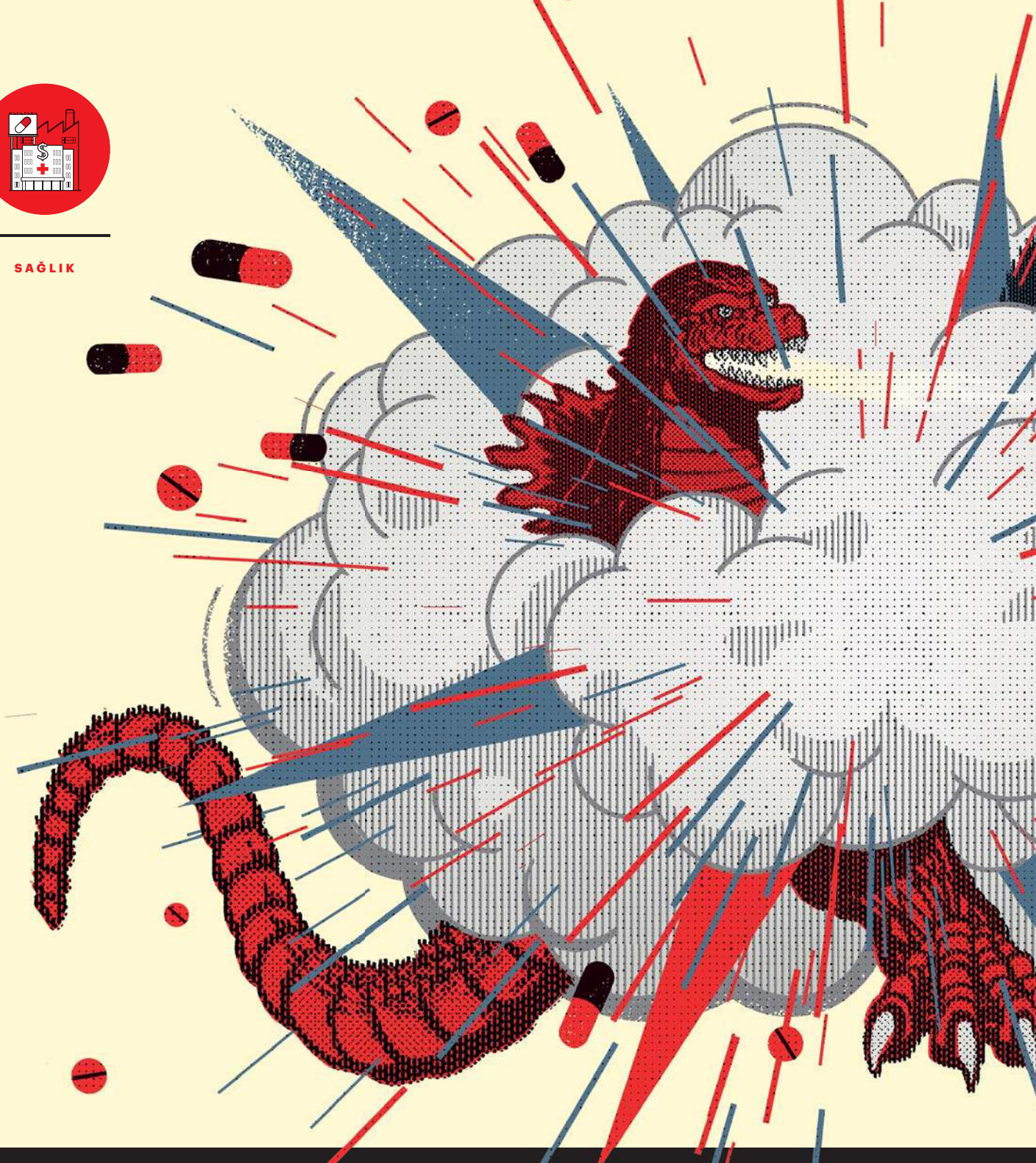
Ne kadar süredir Koçtaş'ta çalışıyorsunuz? Çalışanların iş fikirleri Koçtaş'ta nasıl hayata geçiyor?
Yaklaşık 3 yıldır Koçtaş'ta eğitim uzmanı olarak çalışıyorum. Koçtaş, çalışanlarının fikirlerine önem veren bir şirket. Bunun için "Uçuran Fikir" ismini verdiğimiz bir öneri sistemimiz var. Çalışanlar bu öneri sistemini kullanarak fikirlerini paylaşabiliyor. Paylaşılan fikirler komite onayından geçtikten sonra konunun sahibi olan ilgili birimlere iletilip hayata geçiriliyor. Pandemi döneminde pek çok uygulama çalışan önerileriyle hayata geçirildi. Gamification bunlardan biri.

Pandemiyle beraber iş yükü arttı. Koçtaş çalışanı olarak siz bu dönemi nasıl geçirdiniz?
İş yüküyle birlikte ev ve iş dengesini kurmak başlangıçta biraz zorlayıcı oldu ancak günlük işleri planlı ve doğru öncelikli hale getirdikten sonra süreci çok daha kolay ve sürdürülebilir hale getirdim.

Koçtaş'ta aldığınız eğitimler neler?
Koçtaş'ta her kademe için ayrı ayrı gelişim ve mesleki eğitim planlarımız var. Liderlik akademisi, satın alama akademisi, Koç diyalogları eğitim programı, gibi eğitimlerin yanında Koç Akademi de bizler için oldukça büyük ve güçlü bir kaynak sunuyor.

Marka olarak çalıştığınız kurumu birkaç cümleyle nasıl tanımlarsınız?
Koçtaş, güçlenerek büyüyen ve ev geliştirme sektörüne öncülük ederken, evini çok seven herkesin mağazalarına keyifle geldiği bir şirket.

SAĞLIK



Hastanelerle İlaç Şirketlerinin Düellosu



ABD'DE SAĞLIK ALANINDA REFORM TARTIŞMALARI BÜYÜRKEN, MALİYET ARTIŞINDA KİMİN SORUMLU OLDUĞUNA DAİR İKİ KESİM ARASINDAKİ KAVGA DA GİTTİKÇE ALEVLENİYOR. BU DURUM KÖKLÜ BİR DEĞİŞİKLİĞE YOL AÇABİLECEK Mİ?

GEOFF COLVIN

AMERİKAN HASTANELER BİRLİĞİ'NDE kamusal politikadan sorumlu grup başkan yardımcısı Molly Smith, "Bu korkunç bir durum" diyor. Bahsettiği konu, Amerika İlaç Araştırmacıları ve Üreticileri'nin (PhRMA) yeni bir raporuyla ilgili. Raporla ilgili basın bülteninde, "Hastanelerdeki Uygulamaların Hastalar ve Hastane Sahipleri açısından Maliyeti Artırdığı"na dikkat çekiliyor; ilaçların hükümet programı çerçevesinde toplumun en yoksun kesimine uygulanmasının, ilacı üreten ilaç şirketine kıyasla hastanelerin iki üç kat daha fazla kâr etmesine yol açtığı vurgulanıyor.

Ancak bu rapora ateş püsküren Smith, rapordaki yazılan hiçbir şeyin doğru olmadığını söylüyor. "Program, yalnızca ve yalnızca ilaç üreticileri tarafından belirlenen yüksek ilaç fiyatları nedeniyle ortaya konulmuştu" diyor. "Ancak şirketler bu programın kendilerinin fahiş fiyat uygulamaları nedeniyle oluşturulduğunu gördüklerinde hayal kırıklığına uğradılar ve durumu izlemeye aldılar. Bu ilaç şirketleri fahiş kârlar elde ediyor. Ama biliyorsunuz, herhangi bir şey kârlarına zarar verdiğinde..."

Amerikan hastane ve ilaç sektörlerinin 2019 yılındaki toplam satış geliri 1,6 trilyon dolardı; ancak her iki kesim

İLLÜSTRASYON **DAN PAGE**

kamuoyu önünde gittikçe daha fazla birbirine diş bilemekten çekinmiyor ve bunun için de kendilerine göre haklı gerekçeleri var. Halen tek bir siyasi parti yasama ve yürütme birimlerini kontrol ediyor. Bu tür durumlarda ve özellikle de yeni bir Başkan'ın ilk iki yılında genellikle büyük değişimlere tanık olunur. Nitekim Başkan Trump döneminde Vergi Kesintileri ve İş Kanunu, Başkan Obama döneminde de Hesaplı Sağlık Hizmetleri Yasası bu şekilde kabul edilmişti. Şimdi ise Başkan Biden ve Kongre'de çoğunlukta olan Demokratlar, ABD sağlık sisteminde reform yapma ve sürekli artan maliyeti düşürme gibi iddialı planlarla gündemdeler; bu da, hem büyük hastaneleri hem de ilaç şirketlerini konunun tam da merkezine oturtmak demek.

İşte, planın ekseninde de bu iki taraf arasındaki sürtüşme var. Hem ilaç şirketleri hem de hastaneler, Washington'dan bir şekilde bir reform planı çıkacağını biliyorlar. Ancak burada asıl soru, bu darbenin ne kadar sert olacağı ve onların gözünde, hangi tarafın daha fazla etkileneceği. Böylece, detant sayılabilecek uzun bir sürecin ardından sağlık sektörünün iki devi Godzilla ve Kong gibi karşı karşıya geliyor; ağızlarından alevler çıkıyor, göğüslerini dövüyor ve kendilerini yıllarca sürecek halkla ilişkiler ve lobicilik faaliyetlerine hazırlıyorlar. Her iki taraf da diğerini yasamada bir numaralı hedef yapmak istiyor.

Kamuoyu ise her iki tarafın da bugünkü sağlık sektörü sorunlarından eşit derecede sorumlu olduğu görüşünde. Gallup'un bir anketine göre, Amerikalıların yüzde 76'sı, aldıkları sağlık hizmetinin niteliğine kıyasla ödedikleri paranın çok fazla olduğunu düşünüyor. Kaiser Aile Vakfı'nın anketine göre de, pahalı hizmetin iki nedeni ilaç fiyatları (yüzde 78) ve hastane masrafları (yüzde 71). Pek çok anket, insanların büyük bir bölümünün hükümetin hem ilaç hem de hastane fiyatlarını kontrol etmesini istediğini gösteriyor.

Sağlık konusunda radikal adımlar atmak isteyen Biden için tam zamanı. Başkan yeni ilaç fiyatlarını ve fiyat artışlarını sınırlamak, Medicare'in ilaç fiyatları için ilaç şirketleriyle pazarlık etmesini sağlamak ve potansiyel olarak da büyük hastane, ilaç ve sağlık sigortası şirketlerinin bazılarını bölmek istiyor.

Biden'ın Sağlık ve İnsani Hizmetler Bakanı Xavier Becerra ise daha radikal önlemleri savunuyor; kendisi uzun süre, devlet tarafından ödenen sağlık sigortası sistemini ve Senatör Bernie Sanders'in "Herkes için Medicare" önerisini destekledi. Tabii ki kendisi tek başına tüm bunların gerçekleşmesini sağlayamaz. Becerra, bakanlık görevinin onaylanmasından önce Senato komitesindeki bir toplantıda da, Biden'ın ajandasının "görevi olacağını" söyledi. Ancak tercihleri sektörde alarm zillerinin çalmasına yol açıyor.

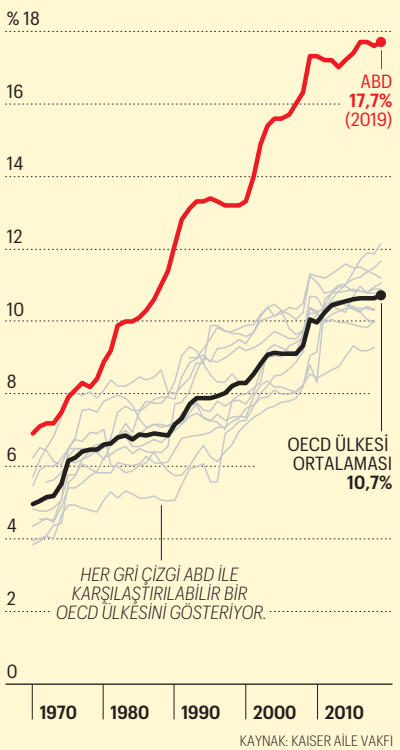
Tüm bu gelişmelere bir bütün olarak bakıldığında, hastanelere ve ilaç üreticilerine meydan okuyan bir tablo söz konusu olsa da aynı zamanda bu durumu dengeleyici bir diğer faktör olan pandemi var. Hastane çalışanları son 13 ayda kelimenin tam anlamıyla kahraman oldular; salgınla mücadelede bazen hayatlarını riske attılar. Öte yandan, her fırsatta hakaret edilen büyük ilaç şirketleri tıp tarihindeki en büyük başarılardan birine imza atarak, 10 yıl yerine 10 ayda son derece etkili COVID-19 aşılarını geliştirdi ve bunları hızla büyük miktarda üretti. Kâr amacı gütmeyen araştırma kuruluşu Health Care Cost Institute'un CEO'su Niall Brennan, konuyla ilgili olarak şunları söylüyor: "İlaç şirketleri yüksek ahlaka sahip olduklarını ortaya koydular." Peki Amerika'nın cezalandırmak istediği sektör bu mu?

Pandemi ve siyasetin bileşimi, 11 yıl önce Uygun Fiyatlı Bakım Yasası'nın kabulünden beri hiç sağlık konusunu bu derece öne çıkarmamıştı. Sağlık sigortası olmayanların nüfusa oranı yasa yürürlüğe girdiğinde yüzde 15,5'ken, 2019 yılında yüzde 9,2'ye geriledi. Ancak yine de büyük resme bakıldığında şimdiye kadar maliyet eğrisini aşağıya doğru çekemedi. Yasanın yürürlüğe girdiği 2013 yılından itibaren kişi başı toplam ulusal sağlık harcamaları yüzde 18 oranında arttı; oysa bundan önceki altı yılda artış oranı yalnızca yüzde 7'ydi.

Bu maliyetin niçin bu derece dizginlenemez olduğunu anlamak, bu sorunun nasıl ele alınacağıyla ilgili ulusal düzeyde yeni bir hararetli tartışmanın başladığı bugünlerde kritik önemde. Bu konu ise tabii ki her şeyden çok, dünyanın en büyük ekonomisinin en büyük sektörünün en büyük oyuncuları olan hastaneleri ve ilaç şirketlerini ilgilendiriyor.

SAĞLIKLA İLGİLİ POLİTİKALAR akademik makalelerle yönlendirildiği için insan psikolojisiyle de iç içe geçmiş durumda. Bir ekonomist, maliyetin GSYİH'den daha fazla büyüyemeyeceğini söyleyerek alarm zillerini çalabilir. Ancak siyasi anlamda bunun pek bir ağırlığı yok. Seçmenler bu büyük makroekonomik trendleri kendi hanelerini etkilemeyen soyut rakamlar olarak görme eğilimindedirler. İnsanlar daha çok kendi durumlarıyla ilgilenirler. Bu durum sağlık için de geçerli denilebilir; yine de burada, öngörülenden biraz daha faklı bir durum söz konusu.

SAĞLIK HARCAMALARININ GSYİH'DEKİ PAYI



KAYNAK: KAISER AİLE VAKFI



▲
İlaç şirketlerinin CEO'ları, Şubat 2019'da Senato finans komitesinde ilaç fiyatlarıyla ilgili ifade verdiler.

Örneğin, reçeteli ilaçlara yıllık kişi başı cepten harcamaları inceleyelim. Teorik olarak insanlar, kendi cüzdanlarından çıkan parayla ilgilenirler. Ancak hükümetin Ulusal Sağlık Harcamaları verilerinin yaklaşık 20 yıldır hemen hemen düz bir seyir izlediğini gösterdiğini öğrendiklerinde muhtemelen çok şaşıracaklar. Amerikalılar ortalama olarak, 2003 yılına göre daha sonraki yıllarda ceplerinden daha fazla para harcamadılar; nitekim, 2019 yılında ilaçlar için ceplerinden çıkan para (164 dolar) 2006 yılındakine (189 dolar) göre daha azdı. Peki niçin Amerikalıların büyük bir bölümü ilaç harcamalarına tepkili ve hükümetin bunları kontrol etmesini istiyor?

Bu sorunun yanıtı, sağlık ekonomisi ve özellikle de sağlık politikası hakkında önemli bir gerçeği yansıtıyor: Uç noktadakiler genellikle ortalamadan daha önemlidir ve sağlık da uç noktadakilerin dünyasıdır. Kaiser Aile Vakfı'na göre özel sağlık sigortası olan kesimin yalnızca yüzde 3'ü ilaçlara cebinden yılda bin dolar üzeri bir para harcıyor; fakat bu ilaç harcamaları, cepten yapılan toplam harcamaların yüzde 40'ını oluşturuyor. Daha geniş bir açıdan bakmak gerekirse, Amerikalıların yüzde 5'inin harcamaları, toplam sağlık harcamalarının yaklaşık yüzde 50'sini oluşturuyor. KFF araştırmacısı Cynthia Cox'un gözlemlediği gibi, hepimiz "bir gün bu yüzde 5'in içinde yer alabiliriz."

Ortalamalar Amerikalıları ilgilendirmiyor. Onlar yüzde 5'in içinde yer almaktan korkuyorlar. Sinir cerrahı ve Missouri, Springfield'deki Mercy Health System'ın eski başkanı Alan Scarrow, "Tüm bunlar endişeleri tüketicilerden alıp başka birilerine yöneltmekle ilgili" diyor. Kendisi aynı zamanda ABD sağlık sistemiyle ilgili *Hope over Experience* adlı kitabın yazarı.

Tüketiciler, hayatlarını kurtarabilecek ilaç için varını yoğunu harcayan ya da devasa hastane harcamaları nedeniyle yoksulluğa sürüklenen insanlarla ilgili yazılar okuyorlar. Sık sık ilaç fiyatlarıyla ilgili yazan, Mayo Clinic'ten doktor Vincent Rajkumar, "Bir insan 25 yıl boyunca, yılda 50 bin dolar kazanabilir ama bir kez hastalandı mı, her şeyini kaybeder" diyor.

İşte her iki partiden politikacılar ve yasa koyucular, bu konuda insanların endişelerini gidermek istiyorlar; ya da kendi lehlerine kullanmak istiyorlar da diyebiliriz.

1,6 TRİLYON $

▲ HASTANELERİN VE İLAÇ ŞİRKETLERİNİN 2019 YILI TOPLAM SATIŞ GELİRİ, **ABD SAĞLIK SİSTEMİNDEKİ EN BÜYÜK İKİ OYUNCU**

WIN MCNAMEE—GETTY IMAGES

Mucizevi İlaç İçin Fiyat Belirlemek

ABD'NİN EN PAHALI İLACININ BU PARAYA DEĞMESİNİN NEDENİ.

Zolgensma'nın topluma tam olarak yararı nedir? Amerika'nın en pahalı ilacının tek bir tedavi seansının bedeli 2,1 milyon dolar. İlaç devi Novartis'in ürettiği gen tedavi ilacı, çocuklarda görülen nadir bir hastalık olan spinal kas atrofisinin tedavisinde kullanılıyor. Ulusal Sağlık Enstitüleri'nin bilgilendirmesine göre, hastalığın en kötü halinde, "etkilenen çocuklar ne oturabiliyor ne de ayakta durabiliyor" ve "çoğu da 2 yaşından önce genellikle solunum yetersizliğinden ölüyor."

Şimdi doktorlar, bir defalık Zolgensma tedavisiyle bu çocukların yetişkin olabileceğini öngörüyor. Peterson Sağlık Merkezi Başkanı Jay Want, "Yalnızca o da değil, bu çocuklar aynı zamanda yürüyecek de" diyor. "Bir çocuğun yürümesine ve yaşayabilmesine yardımcı olmak için ne kadarlık bir bedel ödemeye hazırsınız?" diye soruyor.

Bu tür sorular cevaplanamaz gibi gözükebilir ancak Institute for Clinical and Economic Review (ICER) bunlara cevap bulmaya çalışıyor; ilaçların satış fiyatlarına değip değmeyeceğini araştırıyor. ICER her ne kadar resmi makamlardan bağımsız, kâr amacı gütmeyen bir kurum olsa da, analiz ettiği ilaçların yalnızca yüzde 25-30 kadarının üzerindeki fiyata değdiğini, Zolgensma'nın da bunlardan biri olduğunu söylüyor. "Bu fiyat/yarar oranı dengeli" diyor.

"Daha az pahalı gözüken başka ilaçlar da var ama bizim açımızdan bakıldığında, sistem için pek değerli değiller. Zolgensma'nın daha geniş kesimlere ulaşabilmesi için de bu fiyatların biraz inmesi gerekiyor." —G.C.

HASTANELERLE İLAÇ ŞİRKETLERİ arasındaki ağız dalaşında, tüm bu gürültü patırtı arasında genellikle gözden kaçan bir şey var; o da, daha geniş çaplı olarak bakıldığında, sistemin temelden bozuk olması... ABD sağlık sistemi çok büyük maliyetle, üstün sayılmayacak sonuçlar ortaya koyuyor. Medicare and Medicaid Services (CMS), ABD'nin 2019 yılında GSYİH'sinin yüzde 17,7'sini sağlığa ayırdığına dikkat çekiyor. Hiçbir ülke bu oranın yanına bile yaklaşamadı. OECD'ye göre, ABD harici 11 zengin ülkeden oluşan grubun ortalaması yalnızca yüzde 10,7; bununla birlikte, bu ülkelerin çoğu sağlıkta pek çok açıdan daha iyi sonuçlar ortaya koyuyor ve bazı durumlarda, ABD aralarında en kötü performans sergileyeni olarak göze çarpıyor. Örneğin, Amerika'nın tüm yaş gruplarında çeşitli nedenlerle ölenlerin oranı en yüksek düzeyde. Bu grupta sağlığa en az harcayan Avustralya (GSYİH'sinin yüzde 9,3'ü, Amerika'nınkinin yarısından biraz fazla) en düşük ölüm oranlarını bildiriyor. ABD'de prematüre ölüm oranları ve hamilelikte ölüm oranları da açık ara en yüksek düzeyde.

ABD bazı başka kriterlerde ise fena sayılmaz. Ancak servetimizin çok büyük bir bölümünü sağlığa harcadığımıza göre, sonuçta tüm dünyanın gıpta edeceği şeyler ortaya koyabilmemiz gerekmiyor mu? Oysa her iki taraf da bu konuda suçu diğerinin üzerine atarak, sorumluluk almaktan kaçınıyor.

Konuyla ilgili analistler ve her iki sektörle ilişkisi olan kesimler farklı cevaplar veriyorlar. Bazıları ABD'nin dünyanın en iyi sağlık sistemine sahip olduğunu söylüyor; milyarderler ve krallar ciddi bir tıbbi bakıma ihtiyaç duyduklarında, özel uçaklarının rotaları hep ABD'ye doğru oluyor. Yine de bu tablo, elde edilen pek çok sonucun yetersiz olmasını açıklamıyor. Buna verilecek daha mantıklı bir cevap ise, sağlıktaki başarısız sonuçların çoğunun sağlık sistemi dışındaki sorunlardan kaynaklandığı olabilir. ABD'lilerin harcamalarının yüzde 75 kadarı kalp damar hastalıkları, diyabet, bazı kanser türleri gibi yaşam tarzından kaynaklanan hastalıklar olarak bilinen sağlık sorunlarının tedavisine harcanıyor. Amerika OECD ülkeleri arasında en şişman ülke ve bu da sağlık sisteminin hatası değil.

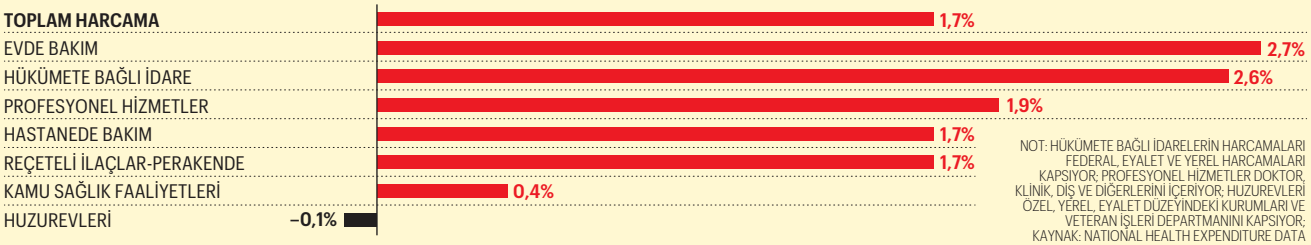
Öteki zengin ülkelerden bazıları ise ABD'den daha az obez olabilir ama çoğu daha fazla sigara ve alkol kullanıyor ve sağlığa da daha az harcıyor ancak yine de bütüne bakıldığında, daha sağlıklı. O halde, evet, bir sorun var. Ama bunda kim suçlu?

Soruyu yalnızca hastaneler ve ilaç şirketleriyle sınırlayacak olursak, ABD'nin 2019 yılında kişi başı yaklaşık 11 bin dolar harcadığını, bunun da diğer karşılaştırılabilir 11 ülkenin hemen hemen iki katı olduğunu görürüz. Hastaneler ABD ve diğer ülkelerde açık ara en büyük maliyeti oluşturan kesim. Reçetelendirilen ilaçlar ABD'de ikinci en büyük harcama kalemini oluştururken, uzun süreli bakımın ikinci sıradaki en büyük harcama olduğu diğer karşılaştırılan ülkelerde, reçeteli ilaç segmenti üçüncülüğe yerleşiyor.

Kısacası, ABD'nin maliyet sorununu hastaneler ila ilaç şirketleri olarak sınırlamak doğru bir saptama olacak. KFF analisti Cynthia Cox'un değerlendirmesi şu şekilde: Hastane masrafları ABD'nin toplam sağlık harcamalarının yüzde 33'üyken, "eczanelerde satılan reçeteli ilaçlar sağlık harcamalarımızın yaklaşık yüzde 10'unu oluşturuyor; bundan dolayı, bu masrafları yarı yarıya azaltsak bile, yine de ABD'deki harcamalarla diğer ülkelerdeki harcamalar arasındaki büyük açığı kapatamayız."

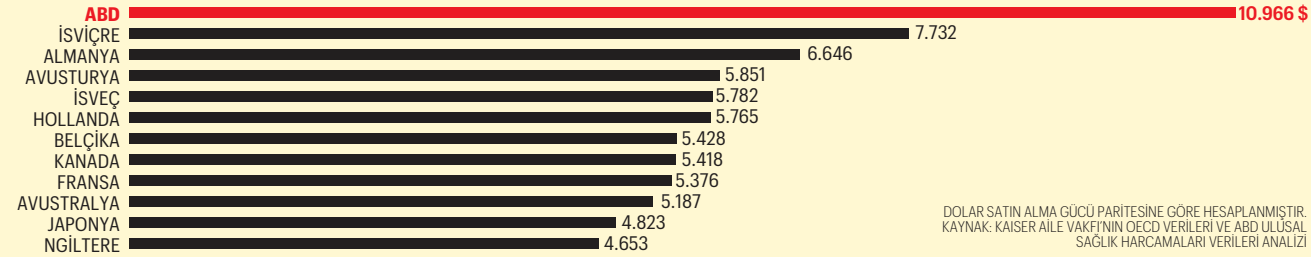
Aslında hastaneleri suçlamak da haksızlık gibi gözükebilir. Modern sağlık sisteminin doğası gereği, hastane harcamaları ülkelerin en büyük maliyet kalemini oluşturuyor; bundan dolayı, çok az bir artış bile kolaylıkla sistemin herhangi bir kalemindeki daha büyük bir yüzde artışının üzerine çıkabilir. Ancak daha yakından bakıldığında, ABD hastane harcamalarındaki yüzde artışının hiç de azımsanmayacak olduğu görülüyor. Kongre'deki komiteler ve medya büyük oranda artan ilaç fiyatlarına odaklanırken, CMS hastane harcamalarının 2018 yılına kadar olan altı yıllık sürenin dört yılında ilaç harcamalarından çok daha hızlı büyüdüğünü gösteriyor (verilerin mevcut olduğu en son yıl) ve gelecek beş, altı yılda daha da

ABD SAĞLIK HARCAMALARINDA YILLIK ARTIŞ (2010-2019, KİŞİ BAŞI, ENFLASYONA GÖRE AYARLANMIŞ)



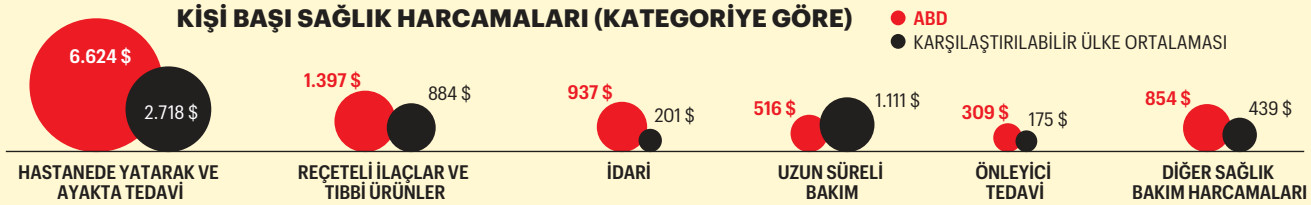
NOT: HÜKÜMETE BAĞLI İDARELERİN HARCAMALARI FEDERAL, EYALET VE YEREL HARCAMALARI KAPSIYOR; PROFESYONEL HİZMETLER DOKTOR, KLİNİK, DİŞ VE DİĞERLERİNİ İÇERİYOR; HUZUREVLERİ ÖZEL, YEREL, EYALET DÜZEYİNDEKİ KURUMLARI VE VETERAN İŞLERİ DEPARTMANINI KAPSIYOR; KAYNAK: NATIONAL HEALTH EXPENDITURE DATA

2019 YILI KİŞİ BAŞI SAĞLIK HARCAMALARI



DOLAR SATIN ALMA GÜCÜ PARİTESİNE GÖRE HESAPLANMIŞTIR. KAYNAK: KAISER AİLE VAKFI'NIN OECD VERİLERİ VE ABD ULUSAL SAĞLIK HARCAMALARI VERİLERİ ANALİZİ

KİŞİ BAŞI SAĞLIK HARCAMALARI (KATEGORİYE GÖRE)



2018 YILI VERİLERİ: KARŞILAŞTIRILABİLİR ÜLKELER: AVUSTURYA, BELÇİKA, KANADA, FRANSA, ALMANYA, HOLLANDA, İSVEÇ, İSVİÇRE VE İNGİLTERE.

KAYNAK: KAISER AİLE VAKFI OECD SAĞLIK İSTATİSTİKLERİ ANALİZİ

hızlı bir büyüme kaydetmesi bekleniyor.

Ya da şu şekilde düşünelim. CMS, hastane masraflarının yalnızca ilaç masraflarından değil aynı zamanda gelecek beş ya da altı yılda genel olarak sağlık harcamalarından da daha hızlı artmasını bekliyor. İlaç harcamalarında da bu sürede yalnızca iki yıl daha büyük bir artış bekliyor. Hastaneler sağlık harcamalarını yukarıya doğru çeken lokomotif gibi gözüküyor.

Ama durun bir dakika...Hastaneler artan maliyet için bir günah keçisi buldular: İlaç şirketleri! Genel olarak sağlık harcamalarındaki artıştan dolayı hastanelerin haksız yere suçlanıp suçlanmadığı sorulduğunda, Amerikan Hastaneler Birliği'nden (AHA) Molly Smith, "Sanırım böyle bir tespit yanlış olmaz" diyor. Hastanelerin ilaç fiyatlarının "katlanarak arttığını" belirterek, "Bir hastane hasta tedavisinde kullanılmak üzere bir ilacı satın aldığında, bu ulusal kayıtlara hastane masrafı olarak geçiyor. İlaç harcamaları olarak yazılmıyor" diyor.

Molly Smith haklı. Hükümetin Ulusal Sağlık Harcamaları rakamları yalnızca reçetelendirilmiş ilaç maliyetini içeriyor; hastanelere satılan ilaçlar ise toplam hastane harcamalarına dahil ediliyor. Ancak AHA, ABD'li hastanelerin gerçekte ilaçlara ne kadar harcadıklarını hiçbir zaman bildirmedi ve bu verileri de kamuoyuna açık hükümet istatistiklerinde bulmak mümkün değil. KFF'den Cox, "Bu büyük bir kara kutu" diyor. "Biz bu analizi ortaya koyduktan kısa süre sonra, hastane sektöründen bir analistin 'Reçeteli ilaçlar harcamalarımızı artırıyor' diyerek, tam da bu konuya parmak bastığını fark ettim. Ben de bunun üzerine, 'Eğer reçeteli ilaçlar için size uygulanan indirimlerle ilgili verileri ve fiyatları ne kadar artırdığınızı paylaşırsanız, bunları memnuniyetle analizimize ekleriz' diye cevap verdim. Ancak bana geri dönüş olmadı."

SEKTÖRÜN FONLADIĞI ARAŞTIRMALARLA istatistiksel veriler arasındaki tartışma hiç bitmiyor ancak bu konuda tek bir tarafa yüklenmek de bizi fazla ileriye taşıyamaz. ABD sağlık sistemi sıradan bir gözlemci için anlaşılmazdır. Oy verenler genellikle olan biteni tepeden izlemeyi ve bir yanda kahramanlar

diğer yanda kötü adamlar olarak değerlendirmeyi severler; iki sektörün lobicileri de konuyla ilgili tarafları bu şekilde yönlendiriyor.

Ancak rakamlardan, tartışmalardan uzaklaşıp da bizzat sahadaki işlere bakıldığında, tıpkı pandemide ön saftaki sağlık çalışanları gibi, kahramanlar görüyoruz. Tabii ki, halen cezaevinde olan Martin Shkreli gibi ilaç fiyatlarını şişiren, az sayıda kötü niyetli kimseler de var. Ancak genel olarak çoğu, rasyonel davranan iş adamlarından oluşuyor.

İşte bizim de buraya bakmamız gerekiyor. Bu kargaşada hastanelerin ve ilaç şirketlerinin rolünü, yeni yasaların ve düzenlemelerin potansiyel olarak onlar için ne anlama geldiğini bilmek istiyorsak, sistemin en büyük iki oyuncusunu ve aslında herkes için gerçekte nasıl işlediğini de incelemekte yarar var.

Uzmanlar, Amerika'nın dünya rekoru kıran sağlık harcamalarını konuya vakıf olmayan birilerine anlattıklarında, sıklıkla kullanılan cümle "ters etki yaratan hamleler" oluyor.

Bir ilaç şirketiyle bir hastane arasındaki tipik işlemle başlayalım. İlk önce, ilaç üreticisi ilacı liste fiyatı üzerinden toptancıya satıyor. Bu bir kemoterapi ilacı ya da hastanenin klinik bölümünde uygulanan başka bir ilaç olabilir. Diğer sektörlerdeki toptancılardan farklı olarak, ilaç toptancıları daha sonra ilacı liste fiyatından daha düşük bir fiyata hastaneye satabiliyorlar. Çeşitli hastaneleri ve diğer satın alanları bir grup altında toplayan GPO (Group Purchasing Organization) bu fiyat için imalatçıyla pazarlık ediyor. İmalatçı daha sonra, toptancının ilaçtan dolayı uğradığı zararı telafi ediyor, artı ufak bir ücret de ödüyor. İmalatçı aynı zamanda GPO'ya da bir ücret ödüyor; bu, pazarlık yapılan fiyatın yüzde 3'ü kadar bir şey olabilir.

Bu ödemeler, ilaç üreticisinin kâr marjını aşağıya çekiyor ve zaten süreç de bununla sınırlı değil.

Hastane daha sonra ilacı hastaya uyguluyor ve hastanın sigorta şirketine de işlem için önceden pazarlık yapılan fiyat üzerinden faturalandırıyor. Poliçeye göre, diyelim ki sigortacı hastaneye masrafın yüzde 80'ini, hasta ise yüzde 20'sini ödeyecek. Son aşamada ve daha da önemlisi, ilacın

%76

▲ SUNULAN SAĞLIK HİZMETİNİN NİTELİĞİYLE KARŞILAŞTIRILDIĞINDA, **ÇOK FAZLA HARCAMA YAPTIKLARINI DÜŞÜNEN AMERİKALILARIN ORANI** (GALLUP ANKETİNE GÖRE)

üreticisi olan şirket sigorta şirketine tedavide kullanılan ilacın maliyetinde iskonto yapıyor. Bu da ilacın liste fiyatının yüzde 20'si ya da bazı durumlarda daha da fazlası olabiliyor. Ancak diğer indirimlerden farklı olarak, bu indirim tüketiciye yansımıyor.

Şimdi biraz ara verin ve alnınıza soğuk bir kompres uygulayın.

Bu eziyetli sürecin sonunda, Amerika Farmasötik Araştırma ve Üreticileri'nin (PhRMA) iddia ettiği gibi, hastane ilaç şirketinin aldığı paradan daha fazlasını alıyor; ancak bu noktada PhRMA'nın, ilacın uygulanması için hastanenin bir tesis, ekipman ve personel tedarik ettiğini göz ardı ettiğini de not edelim. AHA'ya gelince, grup PhRMA'nın rakamlarını tartışmıyor ancak bunların hastanelerin zarar ettiği Medicare ya da Medicaid hastalarına değil, yalnızca özel sağlık sigortası olan hastalara uygulandığını söylüyor.

İşte bu noktada asıl sorulması gereken soru gündeme geliyor: İlaç dağıtım sistemi niçin bu derece karışık? Sorunun cevabı bir kez daha, teşviklerle ilgili. Yukarıdaki örnekten çok daha karışık olan perakende dağıtım sisteminde, ilaç üreticileri reçeteli ilaç kârlarını yönetenlere (ABD'de reçeteli ilaçlardan elde edilen kârları sağlık sigortası şirketleri, Medicare programı, büyük ilaç şirketleri ve ödemelerde bulunan diğer kesimler adına yöneten kurumlar; örnek olarak, Caremark, Express Scripts, Optum Rx...) önemli iskontolar sağlıyorlar; bu kurumlar da indirimleri (bundan ayrıca belli bir ücret de düşülüyor) nihayetinde ilaçların ödemelerini yapan sigorta şirketlerine uyguluyor. Buna karşılık, sağlık sigortası şirketleri de ilaçları poliçelerinde olabilecek en uygun fiyatla etiketliyor; böylece, hastalar bu indirimli ilaçları tercih etmeye yönlendiriyor.

Peki, ilaç şirketinin önce yüksek bir fiyat belirleyip sonra iskonto yapmak gibi dolambaçlı yollar tercih etmek yerine doğrudan sigorta şirketine indirim yapması daha mantıklı ve basit olmaz mı? Belki ama bu olmuyor çünkü sisteme dahil olan diğer taraflar liste fiyatına bağlılar. Yüksek oranda indirimler sunan sigorta poliçelerine sahip olan hastalar-ki bunların sayısı hızla artıyor-indirim uygulanana kadar ilaçlar için liste fiyatından ödeme yapıyorlar. İlaç kârlarını yöneten kurumlara ve grup satın alma organizasyonlarına yapılan ödemeler, genellikle pazarlık yapılan indirim miktarına göre belirleniyor.

Böylece, ilaç üreticileri daha yüksek liste fiyatları belirliyor daha sonra bu ilaç fiyatları üzerinden indirim yapıyorlar; son yıllardaki uygulamaları tam da bu... Bir düşünce ve araştırma kuruluşu olan Peterson Sağlık Merkezi'nin başkanı Jay Want, "Pek çok gözlemci, rakibinden daha düşük fiyatla sahaya çıkan herhangi bir ilaç üreticisinin kârlılıktan söz edemeyeceğine inanıyor" diyor. "Ancak yüksek bir fiyatla pazara girip, daha sonra ilacın ait olduğu segmentte pazar payına sahip olabilmek için daha büyük bir indirime gittiğinizde kârlı oluyorsunuz." Vanderbilt Üniversitesi'nden araştırmacı Stacie B.Dusetzina ve Memorial Sloan Kettering Center'dan araştırmacı Peter B.Bach şu sonuca varıyorlar: "Mevcut indirim sistemi tedarik zincirinde ters etki yaratan teşvikler içeriyor ve hem hastalar hem de vergi mükellefleri için maliyeti artırıyor." Bunun için ilaç üreticilerini mi yoksa onları yönlendiren teşvikleri mi suçlamalıyız?

Bunun için İlaç Fiyatlama Dersine Giriş- Başlangıç Seviyesi yeterli ama bazı kritik durumlar PhD düzeyinde uzmanlık da gerektiriyor. 2018 yılında, üç hepatit B ilacı üreticisi normal stratejiyi tersine çevirdi; buna göre, indirim yapmayı durdurdular ve bunun



Los Angeles'taki Harbor-UCLA Tıp Merkezi'nde ikinci yılında olan stajyer doktor Dr. Christine Choi, Ocak ayında bir COVID-19 hastasıyla ilgilenirken görülüyor.

yerine, liste fiyatında yüzde 60 ya da daha fazla bir indirime gittiler anca bu kamuoyunda pek duyulmadı. Bu kategoride yer alan ilaçların çok büyük bir bölümü hükümetin indirim listesinde; dolayısıyla teşvikte tersi bir durum söz konusu. Pew Charitable Trusts'taki araştırmacıların bu kafa karıştırıcı matematik denklemiyle ilgili araştırması, ilaç üreticilerinin sıra dışı stratejisinin gelirlerini 182 milyon dolar artırdığını buna karşılık, tedaviye ihtiyaç duyan kişilere hizmet veren sağlık kurumlarının gelirini de aynı oranda düşürdüğünü ortaya koydu. Peki bunun için ilaç şirketlerini mi yoksa onlara sunulan teşvikleri mi suçlamalıyız?

BU TÜR YANLIŞ TEŞVİKLER sistemin her yerinde mevcut ve çoğu zaman da hastaların bundan haberi yok. Institute for Clinical and Economic Review'dan (ICER) başkan yardımcısı David Whitrap, AbbVie'nin Humira'sı, Angen'in Enbrel'i ve Johnson & Johnson'ın Remicade'i gibi otoimmün ilaçlara dikkat çekiyor. Bunlar romatoid artrit, kronik plak psoriazis, Crohn's hastalığı, kolit gibi geniş bir yelpazeye yayılan enflamatuvar rahatsızlıkları kapsıyor. Bu ilaçlar çok geniş spektrumlu olduğu için bunları üreten herhangi bir şirket, sağlık sigorta şirketiyle pazarlığa oturup, tüm bu hastalıkları kapsayacak şekilde indirim önerebiliyor ve bu indirim oranı da çoğu zaman son derece cazip olabiliyor. Liste fiyatının yüzde 50'sine varan indirimler görülebiliyor. Buna karşılık, sigorta şirketi de ilacı poliçede hastalara en cazip gelecek segmentte sunabiliyor. Ama diyelim ki Crohn's hastalığının tedavisinde daha etkili ya da daha bütçeye uygun başka bir ilaç gündemde olabilir. Ancak bu ilaç ön planda yer alamadığından, tedavi için ilaç seçiminde öncelikli olmayacak. Whitrap konuyla ilgili olarak şunları söylüyor: "Hastaların romatoid artrit ilaç pazarında perde arkasında yapılan indirimlerden dolayı daha iyi ya da daha uygun fiyatlı ilaçlara erişemedikleri bir durum yaratıyoruz. Bu sağlık sistemi için iyi bir şey değil."

Tüm bunlar ilaç şirketleri, hastaneler ve tüm sağlık sektörü için çok daha derinlerdeki bir soruyu ortaya çıkarıyor: Herhangi bir tedavinin ya da cihazın maliyeti ne kadar? Diğer

> **"HASTALARIN, ARKA PLANDA GERÇEKLEŞEN BAZI İNDİRİMLER NEDENİYLE DAHA ETKİLİ YA DA DAHA UYGUN FİYATLI İLACI ALAMADIKLARI BİR DURUM YARATIYORUZ."**
>
> **DAVID WHITRAP,**
> INSTITUTE FOR CLINICAL AND ECONOMIC REVIEW'DA BAŞKAN YARDIMCISI

AL SEIB—LOS ANGELES TIMES VIA GETTY IMAGES

pek çok sektörde pazarın bu konularda karar vermesini sağlıyoruz ancak Peterson Sağlık Merkezi'nden Want, "Sağlık söz konusu olduğunda pazar bu soruyu yanıtlamayacak" diyor. Bunun nedeni sağlığın yalnızca zindelik, hastalık, yaşam ve ölümle ilgilenmesi. Hatta bizimki gibi büyük ölçüde pazara dayalı bir sistemde, neyi ödeyeceğimiz ve neyi ödemeyeceğimiz gibi can sıkıcı sorulardan kaçınamayız.

Fiyat yarar ilişkisinin paralel ilerleyip ilerlemediğinin dikkatlice incelenmesi sadece ilaçları değil, en pahalıları da dahil sağlığın tüm unsurlarını değerlendirebilmemizi sağlar. Örneğin, organ nakillerinin maliyeti 1 milyon doların üzerinde. Belli başlı bir hastanenin yoğun bakımında bir aylık yatışın faturası milyonlarca dolar olabiliyor. Peki buna değer mi? Fiyatlarla ilgili bir yargıya varmaya çalışırken, ne aldığımızı, karşılığında nelerden vazgeçtiğimizi hesaplamalı ve bunun yerine ne alabilirdik diye düşünmeliyiz. Ekonomistler bunu fırsat maliyeti olarak adlandırıyor. Pennsylvania Üniversitesi ve İngiltere'deki York Üniversitesi'nden araştırmacılar ABD'de dolar cinsinden sağlık bakım maliyetini hesapladılar.

Bu değerlendirme, kaliteye göre ayarlanmış yaşam yılına (QALY, quality-adjusted life year) dayanıyor; yaşamın niteliği ve niceliği dahil olmak üzere genel bir hastalık yükü ölçüsü olarak tanımlanabilir. Bu yöntemle ilk önce, bir tedavinin ömrü ne kadar uzatacağı tahmin ediliyor; bu daha sonra 0 ila 1 arası bir çarpanla çarpılıyor; 1 tüm bu yıllar boyunca mükemmel sağlığı, 0 ise ölümü simgeliyor. Elde edilen sonuç da daha sonra tedavi masrafıyla karşılaştırılıyor ve böylece QALY'ye göre tedavinin maliyeti hesaplanıyor. Sağlık ekonomistleri bu rakamı artan maliyet etkililiği olarak tanımlıyorlar. Biraz daha matematik işlemi yaptığınızda bir eşiğe ulaşacaksınız; böylece, QALY'ye göre maliyetin üzerine çıkan herhangi bir rakam çok yüksek bir harcama anlamına geliyor; kısacası paranın başka şeylere, daha maliyet tasarruflu tedavilere harcanması gerekiyor. Araştırmacıların bulgularına göre, ABD'de QALY'ye göre maliyet 100 bin ila 150 bin dolar arasında.

Yaşama fiyat biçmek barbarca mı? Yoksa bu kaçınılmaz mı? Hesaplı Sağlık Hizmetleri Yasası'nın maddelerine göre, Medicare'in QALY'ye göre maliyeti hesaplaması yasak ancak Veteranlar İdaresi sigorta kapsamındaki ilaç fiyatlarını belirlemek ve QALY'ye göre 100 bin dolar-150 bin dolar eşiğini aşan fiyatlar üzerinde pazarlık yapmak için bundan yararlanıyor. Caremark hangi ilaçların kendi rehberine gireceğine karar verirken bundan yararlandı; New York Eyaleti İlaç Kullanımı Gözden Geçirme Kurulu da kistik fibroz tedavisini değerlendirmek amacıyla bunu kullanıyor. Diğer ülkeler de rutin olarak bu yöntemden yararlanıyorlar ve ABD'den daha cimri davrandıkları söylenebilir. Örneğin, İngiltere'de Ulusal Sağlık ve Bakım Mükemmelliği Enstitüsü, 20 bin paund - 30 bin paund aralığından (28 bin-41 bin dolar) daha yüksek maliyetli tedavilerin hem İngiltere hem Galler bölgesinde Ulusal Sağlık Hizmeti tarafından karşılanmamasını öneriyor.

Fiyat ve değeri, pazarı belirlemek için genellikle yararlanılan yöntem büyük ölçüde yetersiz olduğundan ülkelerin çoğu bu tür akrobasilere zorlanıyor. Hatta ABD'de bile, insanların çoğu hemen hemen piyasa mekanizmasının bütünüyle dışında. Çoğu sağlık poliçesini kendisi almıyor; işvereninden ya da federal hükümetten alıyor. Toplam sağlık harcamalarında cepten yapılan harcamaların oranı yalnızca yüzde 13; bir başkası faturanın geri kalan yüzde 87'sini ödediğinden pek çok kişi ilaç alışverişinde cömert davranmaktan çekinmiyor. Ekonomik açıdan bakıldığında, asıl tüketici olan hasta bu dramada biraz oyuncu konumunda sayılır.

Bu trendde tersine bir yönelim gözükmediğinden, özellikle de Biden yönetimi sırasında atılan adımların önemi göz önüne alındığında, ABD'nin bir tür evrensel sigorta sistemine yönelebileceğine dair kritik konu gündeme geliyor. Beyin ve sinir cerrahı ve eski hastane yöneticisi Alan Scarrow, "Sanırım gittikçe daha fazla, hükümet yönetiminde bir sağlık sistemine doğru gidiyoruz" diyor. Peterson Merkezi'nden Jay Want da aynı görüşte. Want, "Kanımca bir tür evrensel sağlık güvencesinden söz etmek yanlış olmaz" diyerek devam ediyor. "Bu da ülke olarak değerlerimizle uyumlu. Bu yeni düzenlemenin de tek bir yere bağlı kalmayıp, farklı sağlık kurumları için sigorta hizmeti sunacağını düşünüyorum."

Öte yandan, PwC Sağlık Araştırma Enstitüsü'nün başkanı Benjamin Isgur ise farklı düşünüyor. "Bizi memnun edecek yöntemi bulduk" diyor. "Bize özgü, özel ve kamunun iç içe geçtiği bir sistem var ve bu da her zaman iyi işlemiyor. Ancak Amerikan halkının psikolojisi açısından bakıldığında, herkesi eşit derecede memnun ve eşit derecede hoşnutsuz kılıyor. Sanırım bu nedenle de kalıcı olacak."

Tartışma sürüp giderken, bir şeyler yanlış olduğu için ilaç sektörüyle hastane sektörü birbirinin gırtlağını sıkmaya devam ediyor. Bunu düzeltmek ise çok zorlu bir süreç. Birbirini suçlamaktan çok daha zor.

"SANIRIM BİR TÜR EVRENSEL KAPSAMLI SİGORTA SİSTEMİNE YÖNELİYORUZ. BUNUN DA ÜLKE OLARAK, DEĞERLERİMİZLE ÖRTÜŞTÜĞÜNÜ DÜŞÜNÜYORUM."

JAY WANT,
PETERSON SAĞLIK MERKEZİ BAŞKANI

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

TUTKULAR



TASARIM

Zamansız Yapılar Uzmanı

Heavenlymade Tasarım Ofisi yeni, trend ya da moda olandan etkilenmeyen mimari projeleriyle dikkat çekiyor. Şirke, kullanıcı ihtiyacına yetecek kadar ve sürdürülebilir öğeleri barındıran projeler tasarlıyor.

ERSAN TAYLAN ÇIPLAK

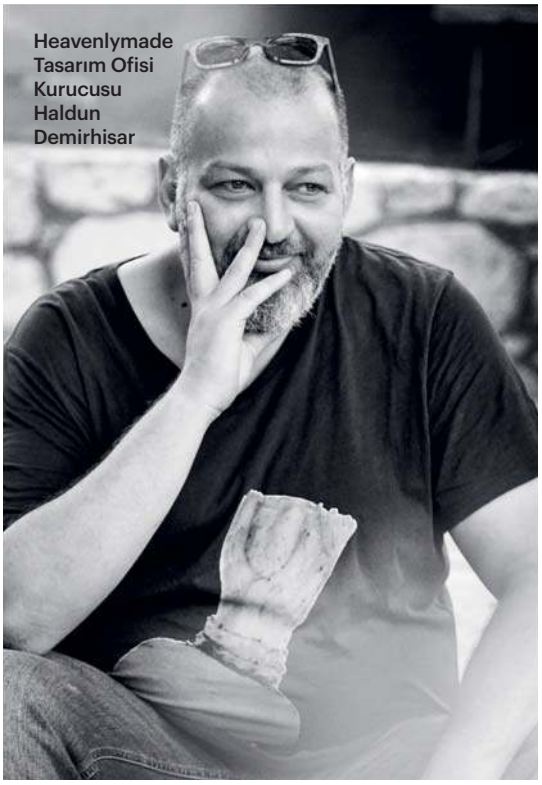
HEAVENLYMADE Tasarım Ofisi Kurucusu Haldun Demirhisar, "Mimarinin ulaşması gereken en üst seviyenin "hiçbir şey" yapmamak olduğunu düşünüyoruz. Her projeye bu anlayışla adım atıyoruz. İşlevine yetecek kadar öğeler barındıran tasarımlar planlıyoruz" diyor. Heavenlymade'in Türkçe karşılığı "cennet yapımı". Dünyadaki iyi huylu tüm malzemelerin, eşyaların, yapıların geri ve ileri dönüşerek hayatlarına devam etmesini destekleyen bir anlayışla çalışıyor.

ÖRNEK BİR UYGULAMA

Demirhisar, "Varolan fakat artık işlevini kaybetmiş binalara yeni işlevler kazandırıyoruz. Biz bu binalardan, gerçek hikayelerini ve gerçek ihtiyacını dinliyoruz" diyor. Şirketin Alaçatı'da yaptığı Stay Otel'de bu anlayışın ürünü. Burası eski bir depoydu. Demirhisar, "Bu deponun içine kutu formatıyla odalar koyduk. Ortada çok geniş bir alan bıraktık. Böylece yeni işleviyle hayatına devam etmesini



sağladık. Tasarlarken, hem odaları hem de ana binanın konstrüksiyonunu tamamen sökülüp-takılabilir şekilde yaptık. Yani bundan 30-40 yıl önce bira deposu iken bugün işlevini kaybeden bu bina, belki de bundan 50-100 yıl sonra otel olarak da işlevini kaybedebilir. Belki o lokasyonda o otelin varlığı kullanışsız hale gelebilir. O zaman bütün bina sökülüp farklı bir yere taşınabilir. Ya da ihtiyaca göre odaları çıkarılıp farklı bir işlev için kullanılabilir.



Heavenlymade Tasarım Ofisi Kurucusu Haldun Demirhisar

MEGA YAT LİMANI TASARLIYOR

HEAVENLYMADE'İN geri dönüşüm atölyesini kurma süreci Alaçatı'daki eski Rum evlerinin restorasyonlarıyla başladı. Buradaki ikonik, 150-200 yıllık Rum Evleri'ni restore edilerek Alaçatı'da pek çok yeni ev ve mekan yaratıldı.

The Stay Warehouse Alaçatı, şirketin yaptığı çok önemli bir "sürdürülebilir" mekan projesi olarak kabul ediliyor. Ordu Port, dikkat çeken projelerinden biri. Heavenlymade ayrıca Sabancı Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'ni bir hangar şeklinde oluşturdu. Şirket şu an Göcek'te STFA'nın yatırımı olan bir mega yat limanı tasarlıyor.

Heavenlymade olarak bizi diğer markalardan farklı kılan en önemli özelliğimiz bence bu" diyor.

ESKİ MALZEMELER YENİ İŞLEVLER

Binalara yeni işlevlerini verme sürecinde yeni bir ihtiyaç doğdu: Bu binalarda kullanılacak malzemeler... Bu ihtiyaçlarda aynı anlayışla tedarik ediliyor. Mobilya ve kullanılan ahşaplar geri dönüştürülebilir olması fikri, sürecin ve tasarım felsefesinin karşı konulamaz bir parçası oldu. Karadeniz, Gürcistan, Yugoslavya'daki ve Anadolu'daki yıkılmak üzere olan evlerin ağaçları toplamaya başlandı. Demirhisar, "Bu ağaçlar normalde hamamlarda ya da fırınlarda yakılıyor. Çünkü çok sağlam oldukları için çok uzun süre yanıyorlar. Biz ise, onların hayatlarına kaldıkları yerden, hayata geldikleri şekilleriyle ama yeni işlevleriyle devam etmelerini istiyoruz. Kimi yerde bir duvar kaplaması, kimi yerde bir masa, bir sandalye olarak. Yıkılan, yıkılmak üzere olan eski Anadolu evlerinin tuğlaları da aynı şekilde şu an otelimizin cephesinde hayata devam ediyor. Havuzumuzun içindeki cam mozaikler, yıllarca işletmelerimizde biriktirdiğimiz şişelerin geri dönüştürülmüş camlarından oluşuyor.

Yani mimari anlayışımızda sadece binalara yeni işlevlerini vermek değil, binaya hayat veren, onu oluşturan malzemelerin de yeni işlevlerine kavuşmuş olması bizim için önemli ve tamamlayıcı" diyor.

"Binalara yeni özellikler kazandırırken onu oluşturan malzemelere de yeni işlevler kazandırıyoruz. Bunlar, mimari anlayışımızın temel unsurları."



No:81 Hotel Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Pamir Karakaya





BUTİK OTEL

No:81 Yaza Hazır

Bodrum'da yaz sezonunu açan butik otel No:81'de, pandeminin misafirlerin sosyal hayatlarına olan etkisini hafifletmek için yatırımlara devam ediliyor. Coğrafyanın doğal güzelliklerini, sanatsal dokunuşlarla birleştirme misyonuyla hareket eden No:81'de hedef, 2021 yılında yüzde 25'lik bir büyümeye ulaşmak. **BEGÜM NUR ALKIŞ**

PANDEMİNİN etkisinin en çok hissedildiği sektörlerin başında gelen turizmde, yaz sezonunun 2021 yılında geçen yıla kıyasla daha olumlu geçmesi bekleniyor. Dünya Turizm Örgütü, sektördeki olası toparlanma senaryoları için temmuz ve eylül ayları üzerinde dururken, ülkelerin pandemi tedbirleri ve aşılama oranlarındaki artışlar sağlıklı bir turizm sezonu geçirilmesi için oldukça önemli. Sektördeki kemikleşmiş kimi markaların bu süreçte kalıcılıklarını korumak için yatırım yapmaya devam ettiklerini, kimilerinin ise bir seneden fazladır kapalı kalan mekanlarının prestijini insanlara unutturmamak için pop-up opsiyonunu kullandığını belirten No:81 Hotel Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Pamir Karakaya, 2021 yılının Bodrum için çok yoğun geçeceğini söylüyor.

Altı yıl önce faaliyetlerine Bodrum'da başlayan No:81, Milas-Bodrum Havaalanına 45 ve şehir merkezine ise 20 dakikalık bir mesafede konumlanıyor. Markanın kuruluş vizyonu olan dinamizm, uzun vadeli yatırımlarla hayat buluyor. Karakaya, markanın sabit bir yatırım ile ortaya koyulan tek düze turizm anlayışından bağımsız olduğunu dile getirirken, yeniliğe ve global dünyanın getirdiği değişimlere açık bir felsefesi olduğunu da sözlerine ekliyor. Pandemi kaynaklı kısıtlamalara rağmen 2021 yılına güzel başladıklarını ve bu yıl için yüzde 25'lik bir büyüme hedeflerinin olduğunu söyleyen Karakaya, sektöre yönelik güncel aşılama sürecinin ve seyahat sınırlamalarının etkisiyle yerli turistin yoğun olacağı bir sezon geçirileceğini düşünüyor.

No:81'de, yedi farklı tipte deniz veya bahçe manzaralı 49 oda yer alıyor. Modern bir tasarım anlayışının hâkim olduğu evcil hayvan dostu otelde, toplantı ve organizasyonlar için deniz manzaralı ve teraslı özel alanlar bulunuyor. DAZE markası ile otelin restoran, plaj ve bar operasyonu yönetiliyor. 2019 yılında İstanbul'da gerçekleştirdikleri restoran yatırımı DAZE Akaretler'in pandemi sebebiyle faaliyete geçmediğini söyleyen Karakaya, "Önümüzdeki dönemde koşulların düzelmesiyle birlikte DAZE'i İstanbul'da misafirlerin hizmetine açmak öncelikli gelecek planımız" diyor.

Grup ayrıca geleceği tehdit eden küresel iklim krizine yönelik de tedbirler konusunda çalışmalar yürütüyor. No:81'e yarım saat mesafede yer alan Değirmen81'in uzun vadede gerçekleştirmek istedikleri yüzde 100 sürdürebilirlik hedefinin ilk adımı olduğunu sözlerine ekleyen Karakaya, "Değirmen81, 55 dönüm üzerine kurulu ekolojik bir çiftlik. Bünyesinde narenciye bahçelerini, yeşil seraları, büyük baş hayvanları, egzotik balıkları ve daha birçok canlı türünü barındırıyor. Bunu yaparken de elektriğini kendi üretiyor, suyunu sirküle ediyor ve atıklarını gübre olarak ileri dönüştürüyor. Amacımız karbon ayak izimizi minimuma indirmek ve bunu yaparken kendi yaklaşımlarımızı da adapte ederek misafirlerimize aktarmak" diyor. Sürdürülebilir tarım faaliyetlerinin gerçekleştirildiği Değirmen81'deki ürünler, No:81 mutfağında da yer bulunuyor. Sürdürülebilirlik ilkesi ile hareket eden markalarla iş birlikleri de yapılıyor. Sektörde farkındalık yaratmak ve karbon ayak izini sıfıra indirmeye yönelik yatırım ve faaliyetlere önümüzdeki süreçte de devam edilmesi hedefleniyor.



SAAT

Longines Spirit Şimdi Yeşil Tonlarında

Bodrum'da yaz sezonunu açan butik otel No:81'de, pandeminin misafirlerin sosyal hayatlarına olan etkisini hafifletmek için yatırımlara devam ediliyor. Coğrafyanın doğal güzelliklerini, sanatsal dokunuşlarla birleştirme misyonuyla hareket eden No:81'de hedef, 2021 yılında yüzde 25'lik bir büyümeye ulaşmak.

LONGINES SPIRIT koleksiyonundaki siyah, gümüş ve mavi rengi şimdi de yeşil takip ediyor. Yeşil, serinin ruhunu yansıtan ve modaya uygun renkler taşıyan modellerde hayat buluyor. Longines saatleri ve cihazları, güvenilirlikleri, hassasiyetleri, güçleri ve yenilikleri sayesinde bir dizi öncü başarıya katkıda bulundu. Bilinmeyen kıyılara yapılan keşif gezilerine eşlik etti, olağanüstü hava koşullarına direndi, denizleri aştı. Yeni uçuş güzergahları keşfedilirken ve havacılık rekorları kırılırken oradaydı. Birçok maceracı gökleri, denizleri ve yeni diyarları keşfederken Longines'in bilgi birikiminden faydalandı.

Longines Spirit serisi bu zengin mirasa yeni bir soluk getiriyor. Pilot saatlerinin geleneksel özelliklerini, modern bir çizgi ve estetik kodlarla birleştirerek son derece çağdaş ve titiz bir görünümle sunan bu seri, tarihi yenilikle bir araya getiriyor.

Koleksiyonun, 40 ve 42 milimetrelik iki farklı boyda sunulan en yeni üç ibreli/takvimli modelleri zarif yeşil kadranlara sahip. Super-LumiNova® bej ile bir arada sunulan yeni renk, modele klasik bir dokunuş kazandırırken, kadranın kum desenli yüzeyi modaya uygun metalik bir parlaklık sunuyor. Geçmişle bugünü zarif bir şekilde yan yana getiren bu saatlerin kadranı, Longines'in tüm tarihi boyunca olduğu gibi, mekanizmasının kalitesini yansıtan beş aplike yıldız taşıyor.

Kendilerinden öncekiler gibi en ileri teknolojiyle donatılan bu modeller de özel otomatik kalibre (L888.4) ve silikon pandüle sahip. Son derece hassas bu modellerin her biri İsviçre Resmî Kronometre Test Enstitüsü (COSC) tarafından verilen kronometre sertifikasını taşıyor ve 5 yıl garantili. El yapımı olarak özenle üretilen paslanmaz çelik kasa, zarif bir çelik bilezik veya bej deri kayışla ve Longines'in özel değiştirilebilir kayış sistemiyle geliyor. Kanatlı kum saati, Longines Spirit serisinin zengin mirasının meşruiyetini, markaya büyük bir güven duyan efsanevi öncülere dayandırmaktan duyduğu gururu yansıtıyor. Longines Spirit, karşılığını Mükemmellik Arayışı ifadesinde bulan çağdaş bakış açılarına sahip geçmişin bu kahramanlarına saygı duruşunda bulunuyor. ■



Kripto Varlıkların Başı (Yine) Belada



ŞANT MANUKYAN
İş Yatırım Uluslararası Piyasalar – Hisse Senedi ve Türev Müdürü

FİNANSAL PİYASALAR AÇISINDAN fazla hareketli geçmeyen Mayıs ayında sürüden ayrılan tek varlık sınıfı kripto varlıklar oldu

Kripto para yerine kripto varlık tanımını özellikle kullandım zira ortada yaklaşık 10 bin kripto varlık var ve bunların çok büyük kısmı tanım olarak paranın taşıması gereken özellikleri taşımıyor. Bu nedenle para değil daha geniş bir tanım olarak varlık adı altında sınıflandırmak daha doğru olacaktır. Mayıs ayında yaşanan satışa benzer pek çok satış yaşandığı için kripto yatırımcılar bu hareketi her zamanki gibi doğal karşıladı. En son 2017/18 yılında 20 bin dolara kadar yükselen Bitcoin 4000 doların altına kadar gerilemişti. Ancak bu defa satışın "kodları" biraz daha farklı. Öncelikle , haklı olarak, "eski para sisteminde" birkaç kişinin, mesela merkez bankası başkanının, aşırı güçlü olduğunu ve tüm sistemin bir kişinin dudaklarından çıkacak kelimelere bağımlı olduğu tezi ile kripto varlıklara felsefi destek veren görüş Elon Musk'ın birkaç twiti ile tüm piyasayı sarsması neticesinde boşa düştü. Kripto dünyasının teoride merkeziyetsiz fiyatların ise pratikte ise hala kişilere bağımlı hareket ettiğini gördük. Bunun en önemli nedeni de neye yatırım yaptığına bakmadan sadece birkaç "fenomenin" twitleri ile yatırım yapanların çokluğu. İkinci ve daha önemli bir dinamik Bitcoin madenciliğinin karbon ayak izi üzerine kopan fırtına. Yine Elon Musk'ın bir twiti üzerine Bitcoin'in aslında cevre için zararlı olduğu anlaşıldı! Musk birkaç ay önce ticarete konu edeceğini açıkladığı Bitcoin'in bu özelliğini aniden! öğrenince aldığı karardan vazgeçti. Ancak bu adım piyasada ve madenciler arasında yeşil-kara tartışmasını da tetikledi. ESG yani çevre standartları konusunun son derece öne çıktığı bu dönemde madenciler gerçekleri anlatmakta yetersiz kalırsa piyasada yeşil ve kara olmak üzere iki tip Bitcoin fiyatı oluşacak. Belki de devletler tarafından yeşil sertifika verilmiş olan madencilerin ürettiği "çevreci" ve dolayısı ile daha değerli Bitcoin'e karşılık kara yani ıskontolu işlem gören Bitcoin. Diğer bir gelişme ise Çin'in madencileri uyarması ve faaliyetlerini kısıtlayacağı açıklamasıydı. Piyasa her yıl gelen bu açıklamayı , doğal olarak ciddiye almadı. Ancak bu kez kritik bir fark var. Çin geçtiğimiz yıl dijital merkez bankası parası olarak dijital yuanı piyasaya sürdü. Bu noktadan sonra alternatif sistemlere karşı daha katı bir tavır takınması şaşırtıcı olmayacaktır. Çin kadar sert önlemlere başvurulmasa da dijital merkez bankası denemesi yapan tüm ülkeler benzer bir tavır alabilir. Kısa vadede Çin'in madencilerin aktivitesini kısıtlaması hash gücünde ve buna bağlı olarak zorluk oranında düşüş anlamına gelir. İşlemlerin güvenilirliği, hızı ve ücretlerin seviyesi konusunda soru işaretleri oluşur ancak bir süre sonra elbette başka ülkelerde Çin'den boğacak boşluk doldurulur. Öte yandan Bitcoin ve kripto varlıkların genelinde görülen 50-75% arası bir haftaya sığdırılan satışlar Bitcoin'in uzun vadeli hikayesini veya imajını da zora soktu. Enflasyona karşı koruma ve değer saklama aracı olarak öne sürülen Bitcoin'in bu kadar sert hareketler yapması reel sektör şirketlerinden gelecek talep açısından negatif bir durum. Hiçbir hazine şirket yönetimine ve hissedarlarına bu kadar volatil bir varlığı güvenli bir yatırım olarak açıklayamaz. Kısacası Bitcoin'de aslında alışa gelmiş bir satış yaşanmış olsa da çözülmesi gereken bazı sorunların da açığa çıktığını görüyoruz. BTC'nin arkasından çok değerli ve kolektif bir beyin olduğundan bu sorunlar da çözülecek ve fiyatlar yeniden yükselecektir. Şu anda yapılacak en büyük hata bu sorunları görmezden gelmek veya eleştirileri ad hominem argumanlarla geçiştirmek olacaktır.



Finansman Gider Kısıtlaması Başladı



LEON ASLAN COŞKUN
Mazars Denge Yönetim Kurulu Başkanı, YMM

FİNANSMAN GİDER KISITLAMASI düzenlemesi 15 Haziran 2012 tarihli Resmi Gazetede yayımlanmasına rağmen, kısıtlamada uygulanacak oran belirlenmediği için bu güne kadar uygulama alanı bulamamıştı. Cumhurbaşkanınca oranın %10 olarak tespit edilmesiyle birlikte, 2021 yılı itibariyle Finansman Gider Kısıtlaması işletmelerin yaşamına girmiş oldu.

Değerli Fortune okuyucularım bu yazımda finansman gider kısıtlaması düzenlemesi hakkındaki değerlendirmelerimi sizinle paylaşmak istiyorum.

Bilindiği gibi finansman gider kısıtlaması 6322 sayılı kanun ile firmaların finansman ihtiyaçlarını borçlanma yerine özkaynakları ile finanse etmelerini teşvik etmek amacıyla 15 Haziran 2012 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmişti. Söz konusu düzenlemeye göre kredi kuruluşları, finansal kuruluşlar, finansal kiralama, faktoring ve finansman şirketleri dışında, kullanılan yabancı kaynakları öz kaynaklarını aşan işletmelerin, aşan kısma münhasır olmak üzere, yatırımın maliyetine eklenenler hariç, kullanılan yabancı kaynaklara ilişkin gider ve maliyet unsurları toplamının %10'unu aşmamak üzere Cumhurbaskanı'nca kararlaştırılan kısmı kurum kazancının tespitinde gider olarak dikkate alınamayacaktır. Gelir Vergisi Kanunu'nda da benzer bir düzenleme mevcuttur.

Bugüne kadar Cumhurbaşkanı'nca oran konusunda herhangi bir karar alınmaması nedeniyle finansman gider kısıtlaması uygulanmamakta idi. Ancak 3490 Sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile 2021 yılında uygulanmak üzere finansman gider kısıtlaması oranı %10 olarak belirlenmiştir. Buna göre işletmelerin yabancı kaynak tutarının özkaynak tutarını aşan kısmına ilişkin faiz, komisyon, vade farkı, kâr payı, kur farkı ve benzeri adlar altında yapılan gider ve maliyet unsurlarının %10'u kanunen kabul edilmeyen gider olarak dikkate alınacaktır.

Finansman gider kısıtlaması her bir geçici vergi dönemi için ve yıllık olarak da ayrı ayrı uygulanacak ve 1.1.2013 tarihinden sonra sağlanan yabancı kaynaklara ilişkin olacaktır.

Konu ile ilgili kamuoyuna sunulan tebliğ taslağını incelediğimizde, finansman gider kısıtlamasına tabi borçlar ile finansman gider kısıtlamasına tabi tutulacak giderlerin belirlenmesinin oldukça karışık ve tartışmaya açık olduğu görülmektedir. Örneğin hesaplamada göz önüne alınan kısa ve uzun vadeli yabancı kaynakların tamamının, herhangi bir ayırım yapılmaksızın, hesaplamaya konu edilmesi önemli bir sorun teşkil etmektedir. Çünkü birçok firma söz konusu hesaplarda, yabancı kaynak ile ilgisi olmayan, karşılık ve benzer kalemleri de takip etmektedir.

Ayrıca her bir geçici vergilendirme döneminin son günü itibarıyla finansman gider kısıtlaması öncesi, bilanço esas alınmak suretiyle öz kaynak ve yabancı kaynak mukayesesi yapılarak finansman gider kısıtlamasına tabi olunup olunmadığının tespit edilmesi, bugüne kadar geçici vergi dönemlerinde bilanço çıkarmayan şirketlerin tıpkı yıl sonlarında olduğu gibi bilanço çıkarmalarını gerektirecektir. Bunun da şirketlere ek çalışma yükü getireceği açıktır.

Yine finansman giderlerinin yanı sıra finansman geliri de elde etmiş olan mükelleflerin bu gelir ve giderleri (kur farkları hariç) birbirleri ile mahsup edememeleri gündeme gelen önemli sorunlardan biridir.

Finansman Gider Kısıtlamasının sıkıntılı bir dönemde gündeme gelmesinin yanı sıra, uygulamanın bu derece karmaşık bir şekilde ele alınmasının da gerek işletmelere gerekse meslek mensuplarına gereksiz zaman kaybına sebep olacağı düşüncesindeyim. Bahse konu tüm sorunların giderildiği, daha basit ve daha uygulanabilir bir tebliğ sorunun çözülmesine yardımcı olacaktır.





Turkish Cargo'dan yeni kargo uçuş ağı

Global hava kargo taşıyıcıları arasında hızla büyüyen hava kargo markası Turkish Cargo, kurduğu hava kargo köprüleriyle uçuş ağını güçlendiriyor. Turkish Cargo, Frankfurt'tan sonra Almanya'nın ekonomi metropolü olan Münih'i de direkt kargo uçuşu gerçekleştirdiği destinasyonlar arasına ekledi. Turkish Cargo, 7 Mayıs 2021 tarihinde Munih'e başlattığı kargo seferleri ile direkt kargo uçuşu gerçekleştirdiği destinasyon sayısını arttırmaya devam ediyor.



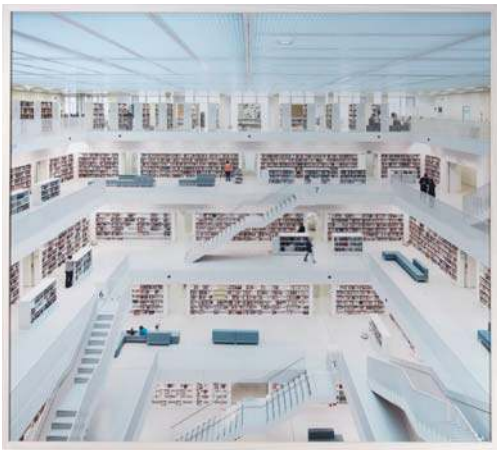
Yaz sezonuna hazır

İstanbul Boğazı'nın manzarasına ev sahipliği yapan Four Seasons Hotel Bosphorus, yaz aylarını lezzet ve müzikle iç içe karşılamaya hazırlanıyor. Şehirden uzaklaşmadan, resort deneyimi sunan konaklama paketleriyle, ferah terasında konumlanan restoranlarında zengin yeme-içme seçenekleriyle, Boğaz'ın maviliklerine karşı yüzme keyfi sunan açık havuzuyla otel, misafirlerine yaz anılarında unutulmaz izler bırakacak zamanlar yaşatıyor.



GIRARD-PERREGAUX VE ASTON MARTIN İŞ BİRLİĞİ

İngiliz lüks otomotiv üreticisi Aston Martin'in resmi saat ortağı Girard-Perregaux ilan edildi. İki marka sınırlı üretim saatler için iş birliği yapacak. Girard-Perregaux marka çalışması, Aston Martin Cognizant Formula OneTM Team aracının ve takımın üniformaları üzerinde yer alacak. Girard-Perregaux ve Aston Martin iş birliğinin ilk saati 2021'de çıkacak.



Sanat eserleri tarihi dokuyla birleşiyor

Contemporary Istanbul Vakfı (CIF) ve Borusan Contemporary iş birliğinde düzenlenen "Hareket Eden Anılar" sergisi, 27 Mayıs- 6 Ağustos 2021 tarihleri arasında, Fişekhane bünyesinde yer alan sanat alanı Cocoon'da izleyiciyle buluşuyor. Borusan Çağdaş Sanat Koleksiyonu'ndan 16 esere yer veren sergi, teknolojinin sanat üzerindeki etkisinin giderek arttığı bir çağı, İstanbul gibi metropollerin yaşam deneyimi üzerinden anlatıyor. Çok katmanlı kentlerin barındırdığı duygular, hatıralar, sosyokültürel geçmiş, doğanın kentsel dokuyla uyumu gibi konular üzerinde düşündüren sergide yer alan güncel sanat eserleri Fişekhane'nin tarihi dokusu ve mimarisi ile bütünlük kuruyor.



Mazars Denge'den 2. entegre raporu

Mazars Denge, ikinci entegre raporunda COVID-19 salgınını ve "önce insan" yaklaşımını merkeze alıyor. Raporda, paydaş anketleri sonuçlarına göre belirlenen öncelikli konulara ilişkin 1 Ocak – 31 Aralık 2020 dönemine ait performans, entegre düşünce yaklaşımını temel alarak paydaşlarla paylaşıldı. Mazars Denge CEO'su ve Sürdürülebilirlik Elçisi Dr. İzel Levi Coşkun, raporun sunuşunda "Mazars Denge olarak, 2020 yılında ön hazırlıklarını yaptığımız üzere karbon emisyonları ölçüm sistemi başta olmak üzere birçok parametrede otomatik veri elde edebileceğimiz bir altyapı kurduk. 2021 yılı içinde B-Corp olmayı ve finansal olmayan verileri performans değerlendirme sistemimize dahil etmeyi hedefliyoruz" dedi.



▲

BODRUM'DA AYRICALIKLI DENEYİM

Bodrum ve Bitez koyu arasında bulunan Asarlık Mevkii'de konumlanan uluslararası otel zinciri Marriott International'ın, The Luxury Collection bünyesinde yer alan Bodrum'daki ilk resort oteli Caresse, a Luxury Collection Resort & Spa, Bodrum, misafirleri ile yeniden buluşuyor. Caresse Bodrum bünyesinde Tıp ve Ayurvedik Dr. Buğra Öktem iş birliği ile yapılacak "Dharma" Detoks Klinik, misafirlerine ruhen ve bedenen yenilenme ve aydınlanma fırsatı sunan uzun dönem bir program olacak. Ruhu ve bedeni arındırmaya yönelik gerçekleşecek yaşam sanatı programı detoks, spa, doğa aktiviteleri, Ayurvedik eğitimler ve yoga çalışmalarını kapsayan detaylı bir program olarak misafirleriyle buluşacak.

Evde antremanın keyifli yolları

Technogym'in son teknoloji ev tipi ekipmanları arasında dikkat çeken ürünlerden biri olan MyRun, koşu için yeni kişiselleştirilmiş bir çözüm sunuyor. MyRun, tabletiniz ile entegre çalışabilen Technogym LIVE antrenman uygulaması kişiselleştirilmiş antrenman programları sunuyor. Evde antrenman için etkin bir çözüm sunan bir diğer ekipman ise Technogym Bench. Toplam vücut egzersizi yapmanızı sağlayacak elastik direnç bantları, farklı ağırlıklara sahip dambıllar, ağırlıklı mafsalları ve bir antrenman matı kompakt bir tasarım ile birleşiyor.



Faber'den hediye seçenekleri

Faber-Castell'in yeni kalemi Hexo, en iyi hediye seçeneklerinden biri... İlhamını tüm dünyanın tek ortak dili olan müzikten alan Faber-Castell'in yeni kalemi Hexo, "yaratıcılık için yazın" temasıyla, yazmanın yaratıcı gücünü vurguluyor. Hexo, yazı, karalama ve eskizlere çarpıcı olduğu kadar şık bir bakış açısı da getiriyor. M, F, EF ve B gibi çeşitli çizgi genişliklerindeki, kısmen siyah ve paslanmaz çelik uçlu Hexo Dolma Kalem, rahat kavrama sunan tasarımıyla hem sağ hem de sol elini kullananlar için ideal bir yapıya sahip.





Doğa ile lüksün uyumu

Gezmek, görmek, keşfetmek üzerine yerleşen seyahat algısı, yeni nesil seyahat anlayışıyla birlikte tamamen değişikliğe uğradı. Misafirler için sadece lüks bir otelde konaklamak değil, bunun ötesine geçen deneyimler yaşamak da artık daha önemli. Doğaya saygılı mimarisi ile dikkat çeken Maxx Royal Kemer, kişisel tatil asistanı (Maxx Assistant) hizmeti ile misafirin profiline, tatilden beklentisine ve isteğine göre tüm tatili yönlendirebiliyor. Maxx Assistant, restoran rezervasyonlarından yastık seçimine, spor takviminizi hazırlamaktan özel taleplere kadar her detayı gerçekleştiriyor.



SUV TRENDİYLE GELEN FIRSATLAR

Bugün Avrupa'da en çok satan her on araçtan üçü SUV. Çok tercih edilen daha büyük ve daha çok yönlü SUV'lere özel lastik teknolojisi her geçen gün daha da artıyor. Goodyear'ın "EfficientGrip 2 SUV" lastiği, bu ihtiyaçları karşılamak adına üretildi. Goodyear Teknik Proje Yöneticisi Thomas Gesenhoff'un konuyla ilgili olarak; "SUV'lerin yaygınlaşması, Goodyear'ın lastik teknolojisini sergilemesi için yeni fırsatları beraberinde getirdi. Goodyear EfficientGrip 2 SUV gibi lastikler, özellikle bu araçlar için geliştirildi" dedi.



Michael Kors'tan yeni model

Günlük zarafetin somut bir örneğini temsil eden Michael Kors'un yeni modeli, klasik tarzdan ödün vermeyenler için şık bir tercih oluyor. Altın rengi saatin sedef kadranı, ışıltılı taşlarla süslenen bir bezele tamamlanıyor. Tek başına ya da farklı mücevherler ile bir arada kullanabilecek model, maksimum şıklık vaat ediyor.



Vespa'dan 75 yılda 19 milyon Scooter

75. yaşını kutlayan motosiklet dünyasının ikonik markası Vespa, aynı zamanda büyük bir üretim başarısını da kutluyor. 1946 yılından bu yana üretimini sürdüren Vespa, sadece son 10 yılda 1 milyon 800 binin üstünde olmak üzere, toplam 19 milyon adet scooter üretimine imza attı. Vespa'nın bantlardan inen 19 milyonuncu motosikleti ise 75. yıl özel koleksiyonundan GTS 300 oldu. İtalya, Hindistan ve Vietnam olmak üzere Vespa, dünyada üç üretim tesisinden çıkan ürünlerini 83 ülkede satışa sunuyor.

ESET:
TOP PLAYER*

ESET Radicati 2021 Advanced Persistent Threat (APT) Market Quadrant'ta üst üste ikinci yıl Top Player (En İyi Oyuncu)

Radicati, En İyi Oyuncuları "sunduğu ürünlerin özelliklerinin hem çeşitliliği hem de işlevsellik derinliğiyle ve **gelecek için sağlam vizyonuyla** mevcut pazar lideri olan üreticiler" olarak tanımlar. En iyi oyuncular teknoloji ve stratejik vizyonlarıyla piyasayı şekillendirir.

Daha fazla bilgi için QR kodu taratarak raporun bir kopyasını indirin.

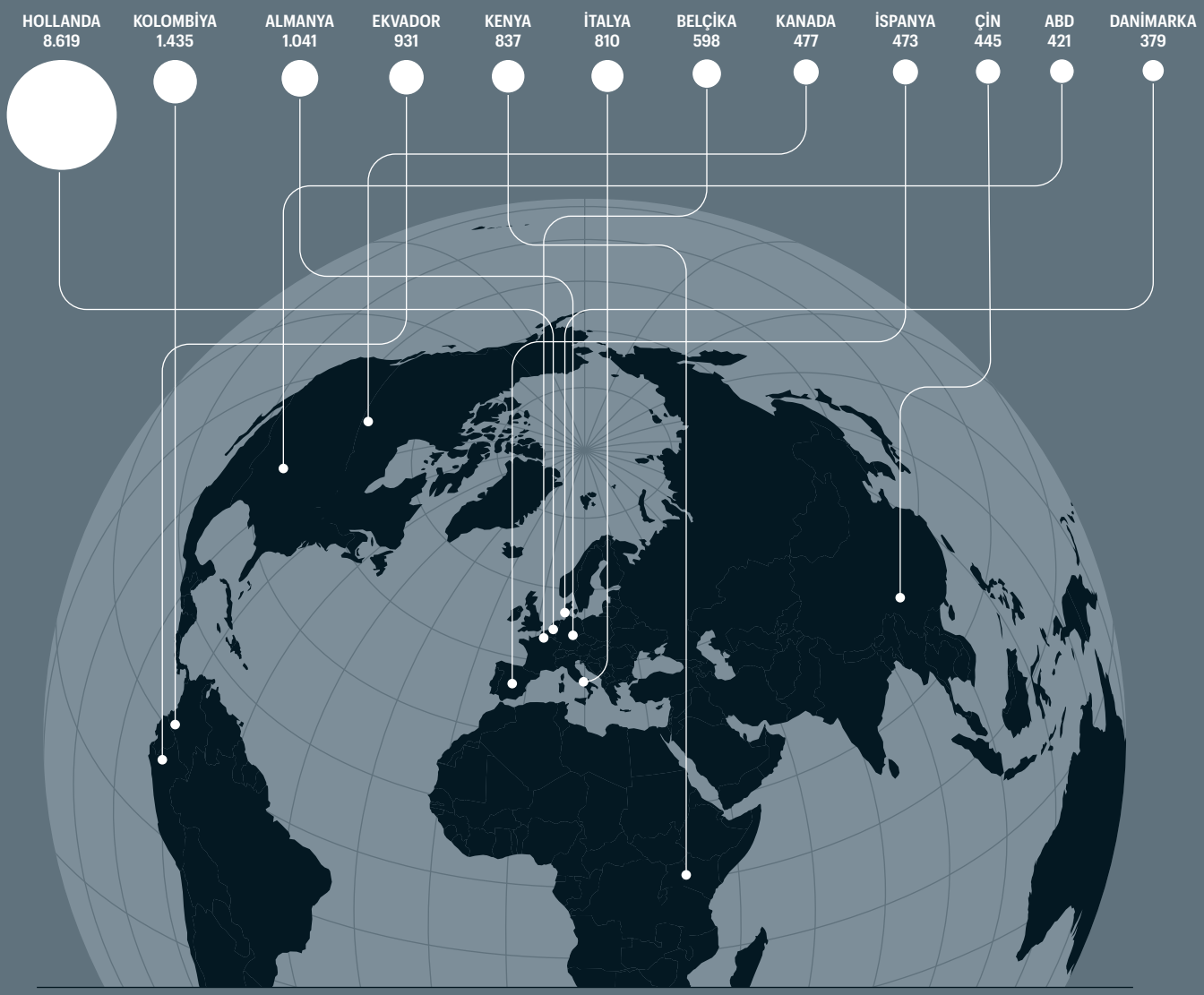
ESET'in süreç ve komut dosyası yürütme ve kapsamlı iyileştirme/müdahale yeteneklerini de içeren, gerçek zamanlı veri raporlama gibi güçlü **uç nokta tespit ve müdahale (EDR)** yetenekleri övgüyle karşılanan özelliği oldu.

ENJOY SAFER TECHNOLOGY™

WWW.ESET.COM.TR

ESET® çok uluslu bir yazılım güvenliği ortağıdır. Dünya çapında 110 milyondan fazla kullanıcıyı koruyoruz ve Avrupa Birliği'ndeki 1 numaralı küresel uç nokta güvenliği ortağıyız. ESET, yatırımcı baskılarından uzak özel bir şirkettir. Bu sayede yalnızca güvenliğe odaklanabiliyoruz. Dünya çapında 13 Ar-Ge Merkezi tarafından desteklenen ESET, 30 yılı aşkın bir süredir en güncel teknolojik yenilikleri sunuyor ve 100 Virus Bulletin VB100 ödülü kazanan ilk IT güvenlik şirketidir.

BAŞLICA ÇİÇEK İHRACATÇISI ÜLKELER (MİLYON $)



COVID-19 ÇİÇEK PAZARINI DA SOLDURDU

ÇİÇEK VE SÜS BİTKİLERİ, doğaya özlemi her gün daha da büyüyen şehir insanının adeta vazgeçilmezi. Ancak COVID-19 ile beraber hayatın adeta durması, düğün, sosyal etkinlikler, event'ler gibi organizasyonların iptali kuşkusuz çiçek satışlarını da olumsuz etkiledi. Nitekim dünyanın bir numaralı çiçek ihracatçısı olan Hollanda'da, günde 100 bine yakın çiçek alım satım işlemi gerçekleştiren ve dünyadaki çiçeklerin yüzde 40'ı kadarının işleminin yapıldığı dört büyük müzayede sitesinin sahibi Royal FloraHolland, geçen yıl Mart ayında elindeki güllerin yüzde 70'inden fazlasını atmak zorunda kaldı. Şirket pandemi nedeniyle 2 milyar dolarlık bir zarara uğradığını tahmin ediyor. Gül üretiminde dünyada önemli bir ülke olan Kenya'da ise yüz bini aşkın işçi işsiz kaldı. Bununla birlikte, pandeminin ortadan kalkması ve normalleşmeyle hayata güzellik katan çiçek ve süs bitkilerinin yeniden revaçta olacağını söylemek yanlış olmaz. COVID-19 pandemisinin kasıp kavurduğu 2020'de 29,2 milyar dolarlık bir değere sahip olan global kesme çiçek pazarının, Bisouv Network'e göre 2021-2025 yılları arasında ortalama yüzde 6,3'lük bir büyüme sergilemesi bekleniyor. Pazar 2024'te tahmini 57 milyar dolarlık bir değere ulaşacak. Küresel çiçek ve süs bitkileri pazarı pandemiden önceki 2019'da ise 42 milyar dolarlık bir değere ulaşmıştı. —**ANAHİD HAZARYAN**

KAYNAK: COMTRADE, UN - 2019 YILI VERİLERİ


TÜRKİYE'NİN
81 İLİNDE
HER İLÇESİNDE
A·101
HARCA
HARCA
BİTMEZ
A·101
HARCA
HARCA
BİTMEZ
A·101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

omegawatches.com



SPEEDMASTER CANOPUS GOLD™

İlk olarak 1957'de tanıtılan Speedmaster, takma adını 1969'da Ay'da kullanılan ilk saat olduğu zaman kazanmıştır. Yeni model, kronografın klasik tasarım ögelerini korumaya devam ederken; nadiren kullanılan güneş ışını desenli, fırçalanmış şeritli kadrana sahiptir ve OMEGA'nın özel 18K Canopus Gold™ kasası içine yerlestirilmistir. Yüksek parlaklığa sahip, eşsiz beyaz altın alaşımı ismini, yüzyıllardır kaşifler için önemli bir referans noktası olan ve bugün de hala uzay ajansları tarafından kullanılan, son derece parlak bir güney yıldızından almıştır. Bu çarpıcı saat aynı zamanda bir Master Chronometer'dir. Dünya'da ve uzayda en yüksek hassasiyet, performans ve üstün manyetik direnç seviyesini garanti etmek üzere İsviçre Federal Metroloji Enstitüsü (METAS) tarafından bağımsız olarak sertifikalandırılmıştır.

OMEGA

OMEGA Boutique Abdi İpekçi Cad. No: 65/A Maçka İstanbul Tel: +90 212 230 06 71

DİJİTAL DÖNÜŞÜM

FORTUNE
TÜRKİYE
HAZİRAN 2021



DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRACAK TEKNOLOJİLER

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN İŞ HAYATINDAKİ RADİKAL YANSIMALARINA ŞAHİT OLUYORUZ. İÇİNDE BULUNDUĞUMUZ DÖNEM BÖYLE BİR DÖNEM. BU DÖNÜŞÜM VERİ YOĞUN SEKTÖRLERDE ÇOKTAN BAŞLADI VE HIZLA DEVAM EDİYOR. ŞİMDİ DİĞER SEKTÖRLERDE MUAZZAM BİR DÖNÜŞÜM YAŞANIYOR.



VAVACARS ARACINIZI SATMANIN YENİ NESİL YOLU!

VavaCars ile aracınızı hızlı, kolay ve güvenli şekilde satmanın keyfini yaşayın.

Vava.cars'dan ön teklifinizi alın ve randevunuzu oluşturun. Ücretsiz ekspertiz sonrası aracınızı anında alalım, paranızı hesabınıza yatıralım.

Sizin yanınızda
www.vava.cars

VAVACARS

Petrol Ofisi
işbirliği ile

4
DİJİTAL DÖNÜŞÜM İVMELENİYOR

5
KUVEYT TÜRK DİJİTAL DÖNÜŞÜME ÖNCÜLÜK EDİYOR

6
E-DÖNÜŞÜM SAYESİNDE 4 MİLYAR TL TASARRUF

7
'LİLA GROUP OLARAK HEDEFİMİZ, VERİMLİLİĞİ ARTIRMAK'

8
DİJİTAL DÖNÜŞÜM YATIRIMLARI DEVAM EDİYOR

12
VİTEL: 'PUSULAMIZ GELECEK'

14
'DÜNYAYA ÖRNEK OLACAK PROJELERE ODAKLIYIZ'

16
'VERİNİN KORUNMASI VE YÖNETİLEBİLMESİ GEREK'

18
DİJİTAL EĞİTİM ÖĞRENCİ VE VELİLERİN HAYATININ BİR PARÇASI

19
'AR-GE YATIRIMLARIMIZ BÜYÜYEREK DEVAM EDECEK'

21
SCHNEIDER ELECTRIC DEĞİŞİME ÖNCÜLÜK EDİYOR

22
DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRACAK TEKNOLOJİLER

26
KOBİ'LERE DİJİTAL DÖNÜŞÜM REHBERİ



İMTİYAZ SAHİBİ
GROUP MEDYA VE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ A.Ş. ADINA: NEVZAT ÇALIŞKAN
YAYINCI
BİGE DARUGA ÇALIŞKAN

TÜRKİYE
GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Şule Laleli / sulel@groupmedya.com
ART DİREKTÖR
Kemal Toğanç / kemalt@groupmedya.com
BORSA EDİTÖRÜ
Zeynep Aktaş / zeynepa@groupmedya.com
DIŞ HABERLER EDİTÖRÜ
Anahid Hazaryan / anahidh@groupmedya.com
FİNANS EDİTÖRÜ
Ersan Taylan Çıplak / ersanc@groupmedya.com
HABER MERKEZİ
Begüm Nur Alkış / beguma@groupmedya.com
SAYFA SEKRETERİ
Adem Samet Tonbul / ademt@groupmedya.com

DİJİTAL
DİJİTAL DİREKTÖR
Seda Özcan / sedao@groupmedya.com
DİJİTAL İÇERİKLER DİREKTÖRÜ
Nurdan Gündoğdu / nurdang@groupmedya.com
FORTUNE TÜRKİYE İNTERNET İÇERİK EDİTÖRÜ
Celal Eren Yılmazer / ereny@groupmedya.com

DİJİTAL REKLAM SATIŞ VE PAZARLAMA
DİJİTAL PROJELER SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Ömer Itıl / omeri@groupmedya.com

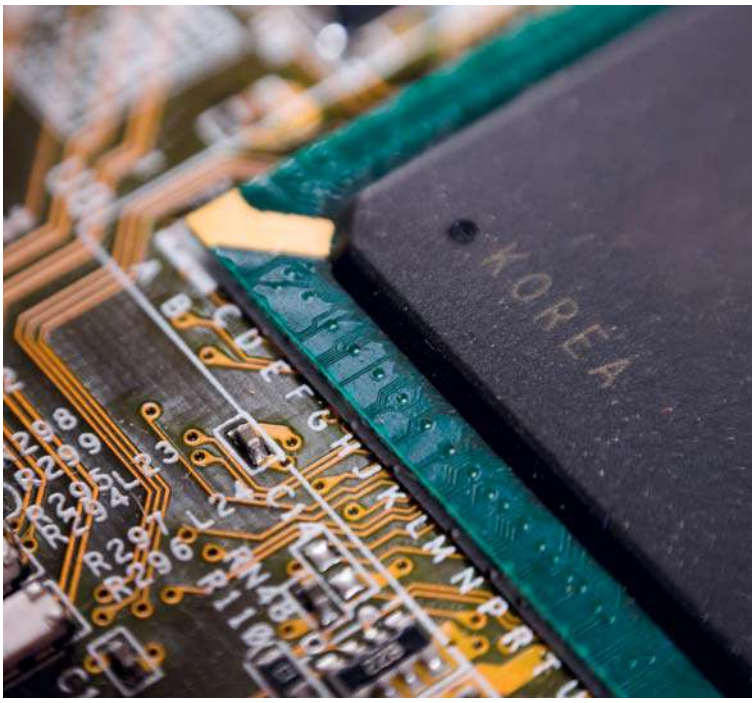
REKLAM SATIŞ VE PAZARLAMA
GROUP MEDYA VE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ A.Ş.
REKLAM GRUP BAŞKANI
Gürhan Gezer / gurhang@groupmedya.com
REKLAM GRUP BAŞKAN YARDIMCILARI
Funda Gökgündüz / fundag@groupmedya.com
İsmail Küçük (Bölgeler) / ismailk@groupmedya.com
REKLAM GRUP DİREKTÖRLERİ
Göktuğ Bedri Evren – goktuge@groupmedya.com
Nurol Ceylan / nurolc@groupmedya.com
Deniz Toz / denizt@groupmedya.com
REKLAM DİREKTÖRLERİ
Yeşim Aksoy / yesima@groupmedya.com
Nilüfer Araç / nilufera@groupmedya.com
REKLAM KOORDİNATÖRLERİ
Mehtap Yıldırım / mehtapy@groupmedya.com
Eren Enes (Bölgeler) / erene@groupmedya.com
Seyhan Erat / seyhane@groupmedya.com
EVENT VE PROJELER SATIŞ KOORDİNATÖRLERİ
Gökhan Gülsoy / gokhang@groupmedya.com
EVENT VE PROJELER OPERASYON DİREKTÖRÜ
Ebru Döner / ebrud@groupmedya.com
REZERVASYON MÜDÜRÜ
Ender Parlar / enderp@groupmedya.com
REKLAM TEKNİK MÜDÜRÜ
Mesut Öztürk / mesuto@groupmedya.com
ABONE VE ESKİ SAYILAR
Betül Gökçe / betulg@groupmedya.com
DERGİ ABONELİĞİ HESABI: GROUP MEDYA BİLGİ VE TEKN. TİC. A.Ş.
TEB - KAĞITHANE ŞB. TR96 0003 2000 0000 0023 5443 61
KURUMSAL ABONELİK FİYATI: 26 TL

YÖNETİM YERİ VE YAZIŞMA ADRESİ
Balmumcu Mahallesi Mustafa İzzet Efendi Sok. No: 9 Kat: 3
Beşiktaş / İSTANBUL
TEL: +90 212 224 93 30 / **FAX:** +90 212 224 86 46
YAYIN TÜRÜ Yerel Süreli
BASKI YERİ İstanbul
BASKI TARİHİ Mayıs 2021
BASKI WPC Matbaacılık San. Tic. A.Ş. / Tel: 0212 886 83 30
DAĞITIM Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

GROUPMEDYA

DÜNYANIN EN BÜYÜK YONGA ÜSSÜ

Güney Kore, önümüzdeki on yıl içinde dünyanın en büyük yonga üretim üssünü inşa etmek için yaklaşık 450 milyar dolar harcayacak. Samsung Electronics ve SK Hynix, Başkan Moon Jae-in'in yönetimi tarafından tasarlanan ulusal bir plan kapsamında 2030 yılına kadar yarı iletken araştırma ve üretimine 510 trilyon won'dan (G.Kore resmi para birimi) fazla yatırıma liderlik edecek. İcra Kurulu Başkanı Park Jung-ho, Samsung'un 2030'a kadar harcamalarını yüzde 30 arttıracak ve 151 milyar dolara çıkacağını belirtti. Hynix, Yongin'deki dört yeni tesis için 106 milyar dolarlık planına ek olarak mevcut tesislerde 97 milyar dolar genişleme taahhüt ettiğini bildirdi. Yatırım ABD, Çin ve Avrupa Birliği'nin küresel çapta bir yonga kıtlığının yalnızca bir avuç Asyalı üreticiye olan bağımlılığını ortaya çıkardıktan sonra gerçekleşti. Bu yatırım ayrıca pandemi sürecindeki yaralı ekonomileri onardı. Yonga kıtlığı şimdi otomobillerden akıllı telefonlara ve ekranlara yayılıyor. Yarı iletken sorunu Washington'dan Brüksel'e oradan da Pekin'e kadar uzanıyor. Söz konusu durum yapay zekadan otonom araçlara ve bağlantılı evlere kadar çığır açan ilerlemelerin temelini oluşturan bir teknoloji. ABD'nin güvenlik müttefiki ve Çin'e büyük bir ihracatçı olan Güney Kore, kendi üretim gücünü artırıyor.





BİLİŞİMCİLER TÜRKİYE'NİN DİJİTAL PARASINA ODAKLANDI

Türkiye Bilişim Derneği (TBD) Genel Başkanı Rahmi Aktepe, arkasında fiziksel bir varlığın bulunduğu, normal para piyasalarında satılabilir, Türk lirası para birimini baz alan bir dijital paranın milli kabiliyetlerle geliştirilmesinin ülkenin dijital ekonomisinin geliştirilmesi için önemli olduğunu bildirdi. Düzenlemelere tabi olmayan dijital platformlarda yapılan tüm işlemlerin aracısız, kişinin kendi kontrolünde gerçekleştirildiğini vurgulayan Aktepe, "Klasik borsalarda olduğu gibi Sermaye Piyasası Kurulu, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu gibi benzeri bir düzenleyici kurum yok. Bu nedenle de hatalı, spekülatif işlemler yapıldığında ve dolandırıcılık işlemleri sonrasında kişilerin başvuru yapabilecekleri bir otorite de bulunmuyor." diye konuştu. Aktepe, dijital para borsaları üzerinden güvenilir dijital para yatırımı yapabilmenin önemli olduğunu bildirdi.

KUVEYT TÜRK DİJİTAL DÖNÜŞÜME ÖNCÜLÜK EDİYOR

TÜRKİYE'NİN KATILIM FİNANS KURULUŞU KUVEYT TÜRK, TEKNOLOJİ VE İNOVASYON ODAKLI ÜRÜN VE HİZMETLERİYLE DİKKAT ÇEKİYOR. DİJİTAL KANALLARIN YANI SIRA FİZİKSEL ŞUBELERİNİ DE DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN BİR PARÇASI OLARAK GÖREN **KUVEYT TÜRK**, "ROTAMIZ DİJİTAL, ODAĞIMIZ İNSAN" ANLAYIŞINDAN ÖDÜN VERMİYOR.



Kuveyt Türk Strateji ve İnovasyon Grup Müdürü Dr. Selman Ortaköy

DİJİTAL PLATFORMLARIN hayatımıza girmesinin doğal bir sonucu olarak banka müşterilerinin beklentileri zamanla değişti. Müşteriler artık diledikleri finansal işlemi, diledikleri yerden en güvenilir ve en hızlı şekilde yapmak istiyor. Tüm bunları yaparken de mesafesiz, masrafsız ve kolay şekilde yapabilecekleri çözümler talep ediyor.

Türkiye'nin katılım finans kuruluşu Kuveyt Türk de seçkin finansal ürün ve hizmetlerini tasarruf sahipleri ve yatırımcılarla etkin şekilde buluşturmakla yetinmiyor, aynı zamanda teknoloji ve inovasyon yolunda attığı adımlarla dijital dönüşüm yolculuğunda da sektördeki öncü konumunu pekiştiriyor.

FİZİKSEL ŞUBELERİ DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN BİR PARÇASI OLARAK GÖRÜYOR

Dijital kanallardaki geliştirmelerin yanı sıra Türkiye'nin dört bir yanında hizmet veren 438 fiziksel şubesini de dijital dönüşümün önemli bir bileşeni olarak ele alan Kuveyt Türk, fiziki şubelerin "dijital çağda müşteri beklentilerini en iyi şekilde karşılayacak merkezler" olması gerektiğini düşünüyor. Kuveyt Türk, bu kapsamda, başta kâğıtsız bankacılık ve mobil onay olmak üzere birçok projeyle şubelerdeki dijital dönüşüme hız verdi. Dijital dönüşüm programı kapsamında hayata geçirilen projelerin de desteğiyle Kuveyt Türk, fiziki şube kanallarını gelecekte, müşterilerinin nitelikli ve uzmanlık gerektiren işlemler için ziyaret ettiği temas noktalarına dönüştürmeyi amaçlıyor ve geriye kalan tüm işlem setlerinin dijital kanallar vasıtasıyla hızlı ve güvenilir bir şekilde gerçekleştirilebileceği bir yapıyı kurguluyor.

DİJİTALDE MÜŞTERİYE EN İYİ DENEYİMİ SUNUYOR

Kuveyt Türk, müşterisi olmak isteyenlere sadece fiziki şubelerde değil artık Kuveyt Türk Mobil'de de hizmet veriyor. 1 Mayıs 2021'de yürürlüğe giren yasal düzenlemeyle birlikte görüntülü görüşmeyle uzaktan müşteri olma dönemini hızla hayata geçiren Kuveyt Türk, şubede olduğu gibi dijital yolculuklarında da müşterilerine en iyi deneyimi sunmaya büyük önem veriyor. Türkiye'de ikamet eden 18 yaşından büyük Türk vatandaşlarının başvuruda bulunabildiği uzaktan görüşmeyle müşteri olma sırasında, başvuru sahiplerinin yeni tip T.C. kimlik kartlarını ve NFC özellikli telefonlarını yanında bulundurması yeterli oluyor.

SELİM, DİJİTAL DÜNYADA MÜŞTERİLERİN YANINDA

İnovatif ürün ve hizmetleriyle dikkat çeken Kuveyt Türk, yeni dijital asistanı Selim ile internet ortamında müşterilerine hızlı ve verimli bir deneyim sunuyor. Selim, doğal dil işleme ve anlamlandırma özellikleri sayesinde müşterilerin ifadelerinden ne demek istediklerini anlayarak sorularını yanıtlıyor, finansal hesaplamalar yapıyor ve dijital kanalların işlemlerle ilgili menülerine yönlendirme fonksiyonlarını yerine getiriyor. Ayrıca Selim, dijital kütüphaneyle her gün öğrenmeye ve sürekli kendisini geliştirmeye de devam ediyor. Web sitesi, internet şube, mobil şube ve WhatsApp platformlarında müşterilere yazılı şekilde hizmet veren dijital asistan Selim, ilerleyen dönemde konuşarak da müşterilere yardımcı olacak.

FİNANSAL İŞLEMLERİ KOLAYLAŞTIRAN PROJELERE AĞIRLIK VERİYORUZ

Kuveyt Türk Strateji ve İnovasyon Grup Müdürü Dr. Selman Ortaköy "Finans sektöründe temassızlık, ulaşılabilirlik, kolaylık ve hız müşterilerin talep ettiği olmazsa olmaz unsurlar arasında yer alıyor. Bu beklentileri ancak dijital teknolojilerle karşılamak mümkün.

Güçlü teknolojik altyapımız sayesinde inovatif uygulamaları müşterilerimizin hizmetine hızlı şekilde sunan bir finans kuruluşuyuz. Dijital dönüşümün önemini salgından çok önceleri fark ederek 10 yılı aşkın süredir dijital alanda birçok projeyi hayata geçirdik. Dijital dönüşümde 'rotamız dijital, odağımız insan' anlayışından ödün vermeden, müşterilerimizin finansal işlemlerini kolaylaştıran bir deneyim yaşatmaya devam edeceğiz."

E-DÖNÜŞÜM SAYESİNDE 4 MİLYAR TL TASARRUF

TÜRKKEP GENEL MÜDÜRÜ OLCAY YILDIZ "2021 YILI İÇİN HEDEFİMİZ BU YIL OLDUĞU GİBİ EN AZ YÜZDE 60 BÜYÜME" DERKEN, BEŞ YILLIK SÜREÇTE UZAKTAN KİMLİK DENETİMİ, GÜVEN HİZMETLERİNİN DEVLETLER ARASI ÇALIŞABİLİRLİĞİ VE YENİ ORTAK ALTYAPILARIN GELİŞTİRİLMESİ GİBİ AR-GE KONULARINI DA HAYATA GEÇİREREK BENZER BÜYÜME TRENDİNİNİN OLACAĞINI SÖYLÜYOR.



TÜRKKEP Genel Müdürü Olcay Yıldız

E-DÖNÜŞÜM pazarının en önemli hizmet sağlayıcılarından TÜRKKEP'in Genel Müdürü Olcay Yıldız, pandemi sürecinde şirketlerin, Kobi'lerin ve bireylerin e-dönüşüm hizmetlerinden yararlanma oranlarının önemli oranda arttığını, KEP (Kayıtlı Elektronik Posta) satışlarında yüzde 50 büyüme yaşandığını ifade etti.

TÜRKİYE'DE 16 YAŞINA GİREN E-DÖNÜŞÜM SEKTÖRÜNDE E-İMZA SAYISI 5.5 MİLYONU, E-FATURA MÜKELLEF SAYISI 420 BİNİ GEÇTİ...

Türkiye'de e-dönüşüm sektörü, 2005 yılında ilgili kanun ve mevzuatın onaylanmasının ardından e-İmza ile start verdi. Yasal olarak ıslak imza ile bire bir aynı geçerliliğe sahip bu uygulama ile sözleşmeler, evraklar dijital olarak imzalanmaya başladı ve sektörde bugün 5.5 milyon e-imza rakamına ulaşıldı. KEP (Kayıtlı Elektronik Posta) uygulamaları ise hayatımıza 2013 yılında giriş yaptı. Bu e-imza ile imzalanmış evrakların alıcısına güvenli ve ispatlanabilir bir şekilde ulaştırılması anlamına geliyordu, bir diğer deyişle "dijital iadeli taahhütlü ileti" ile tanıştık. KEP'in gelişmesine paralel olarak e-yazışma sistemi gelişmeye başladı.

TÜRKKEP 2021'DE DE YÜZDE 60 ORANINDA BÜYÜYECEK...

TÜRKKEP 2008 yılında kuruldu, 2013 yılında Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) tarafından KEP Hizmet Sağlayıcısı ve Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) tarafından da e-Fatura Özel Entegratör'ü olarak yetkilendirildi. TÜRKKEP, KEP (Kayıtlı Elektronik Posta), e-Yazışma, e-Fatura, e-Arşiv Fatura, e-Defter ve e-Saklama hizmetlerini kurumsal ve bireysel müşterilerine yetkili hizmet sağlayıcı olarak tek noktadan sağlayabilen ilk özel şirket olma özelliği taşıyor. TÜRKKEP, ayrıca e-İmza, e-Defter ve KEP Mutabakat çözümleri ile KEP İK, ve entegrasyon hizmetleri ile de kurumsal müşterilerine uçtan uca katma değerli çözümler ve hizmetler sağlıyor. Toplamda 170'e yaklaşan bayi sayısı ile Türkiye'nin hemen her ilinde hizmet veriyor.

Pandemi şartlarının büyük etkisiyle 2020'yi yüzde 60 büyüme ile 48 milyon TL ciroya ulaşarak kapattıklarını ifade eden TÜRKKEP Genel Müdürü Olcay Yıldız "2021 yılı için hedefimiz bu yıl olduğu gibi en az yüzde 60 büyüme. 5 yıllık süreçte uzaktan kimlik denetimi, güven hizmetlerinin devletler arası çalışabilirliği ve yeni ortak altyapıların geliştirilmesi gibi AR-GE konularını da hayata geçirerek benzer büyüme trendini sürdüreceğini düşünüyoruz. Maliyet avantajları, sanal dünyanın giderek yaygınlaşması, dijitalleşmede yaşanan artış, güvenlik ve saklama ihtiyacı, özellikle kamu kurumları başta olmak üzere kurumlar arası elektronik yazışmaların artması yeni regülasyonlarla e-dönüşüm pazarı Türkiye'nin en hızlı büyüyen pazarlarından biri olacaktır. KEP üzerinden bordro, izin, ihtar, uyarı vb. gönderilmesini sağlayan KEP İK uygulamamızla sektördeki bir ilki gerçekleştirmiştik ve geçtiğimiz yıl en çok tercih edilen ürünlerimizden biri oldu. Şu ana kadar 1000'e yakın şirkette kullanımda. 10 çalışan ile 100 bin çalışan arası her sektörden ve büyüklükte şirkete çözüm sağlayabiliyoruz. " dedi.

KEP, E-FATURA, E-TEBLİGAT, E-YAZIŞMA VB. DÖNÜŞÜM SAYESİNDE 4 MİLYAR TL'NİN ÜZERİNDE TASARRUF SAĞLANDI.

E-dönüşüm çözümleri ile kişisel hataların minimize edildiğini ve şirketlerde özellikle arşivleme, gönderim, kağıt, insan kaynağı maliyetlerinde yaklaşık yüzde 80'e varan tasarruf sağlandığının altını çizen Yıldız 'Fatura, sözleşme, bordro vb değerli kağıtların geleneksel yöntemlerle alıcısına iletilmesi, mevzuatlar ve yasal yükümlülükler gereği on yıllarca saklanması ile oluşan arşiv maliyetleri, buna bağlı olarak lojistik ve insan kaynakları maliyetleri şirketlere ciddi yük bindiriyor. Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından 2010 yılından bu yana uygulanan ve sürekli geliştirilen e-belge uygulamaları sayesinde yaklaşık 28 milyarın üzerinde belge elektronik ortamda düzenlendi. Böylece kağıt, postalama ve arşivleme gibi işlemlerde yaklaşık 2,8 milyar lira maliyet tasarrufu sağlandı. 5 yılda toplam 49 milyon tebligat elektronik ortamda gönderildi. KEP, e-fatura, e-tebligat, e-yazışma vb. dönüşüm sayesinde 4 milyar TL'nin üzerinde tasarruf sağlandı. E-tebligat kullanımı nedeniyle kağıttan tasarruf edilmesiyle 29 bin 512 ağaç korunmuş oldu bu süre içinde. Kağıt kullanımından vazgeçilmesiyle de 628 milyon TL tasarruf edildi. E-dönüşüm sistemi sürdürülebilir yaşama ve ekonomik kalkınmaya da ciddi katkı sağlıyor" dedi.

‘LİLA GROUP OLARAK HEDEFİMİZ, VERİMLİLİĞİ ARTIRMAK’

LİLA GROUP, DEĞİŞİME HIZLA UYUM SAĞLAYAN, ÖNGÖRÜLEBİLİR, AKILLI OTOMASYON İLE VERİMLİ, ÇALIŞAN DENEYİMİNİ VE YETKİNLİĞİNİ ARTTIRAN STRATEJİLERE ODAKLI.



Lila Group CEO’su Alp Öğücü

TEMİZLİK KAĞITLARI ÜRETIMI yapan Lila Group, veri stratejisiyle veriden değer üreten, çalışan deneyimini ve yetkinliğini arttıran bu sayede de müşteri beklentilerini anlayan, karşılayan çevik bir şirket olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Lila Group CEO’su Alp Öğücü ile şirketin önceliklerini, dijitalleşmeyi, yatırımlarını ve yeni projelerini konuştuk.

Dijital dönemin her alanda değiştirdiği iş yapış şekillerini düşünürsek genel olarak bu yeni dünyayı yakalamak adına gerekli dönüşümü nasıl sağlıyorsunuz?
“Kağıt üretim iş alanımızdaki yeni tesisimizin makineleri son teknoloji ile donatılmış makineler. Yeni üretim hattımıza göre şu anda kullanmakta olduğumuz makinelerimizi de teknolojik olarak güncelledik. Tüm bu güncelleme çalışmalarıyla birlikte enerji tüketiminde toplamda %15 tasarruf sağlayacağız. 2020’nin son çeyreğinde tekstil alanında faaliyet gösteren boyahanemize yaptığımız 55 milyon TL değerindeki yatırımımız sayesinde ise boyahane tesisimizi modernize çalışmalarımızla verimliliğimizi %100 artırmanın yanı sıra yılda yüzde 30 enerji tasarrufu ve yüzde 25 su tasarrufu sağlamayı hedefliyoruz.”

Yeni dönem için belirlediğiniz temel stratejiniz nedir?
“Hedefimiz, değişime hızla uyum sağlayan, öngörülebilir, akıllı otomasyon ile verimli, veri stratejisiyle veriden değer üreten, çalışan deneyimini ve yetkinliğini arttıran, bu sayede de müşteri beklentilerini anlayan, karşılayan çevik bir şirket olmak.”

Firmanız iş süreçlerini akıllı hale nasıl getiriyor?
“Tükiye’nin önemli sanayi şirketlerinden biri olarak TPM (Total Productive Maintenance) yaklaşımını benimsemiş bir şirketiz. OEE (Overall Equipment Effectiveness) verilerini ve buradaki kayıpları azaltmayı hedefliyoruz. Bu amaçla “Fabrika Üretim Zekası” adını verdiğimiz bir dijital dönüşüm projesini başlattık. Sahadaki tüm, hatlardan OPC(Open Platform Communications sistemine, MES (Manufacturing Execution System) sistemine ve ERP sistemine uçtan uca otomasyon çözümü oluşturabileceğimiz yazılımlara karar verdik ve altyapı çalışmaları tamamlandı. Tüm hatlarımızdaki PLC (Programmable Logic Controller) verilerine yani endüstriyel cihazlarla makineler, hatlar, sensörle veri haberleşmesi sağlayan sistemlere erişebiliyoruz.”

Bulut, mobil, büyük veri, yapay zeka teknolojileri iş yapış şekillerini baştan sona değiştirirken yeni teknolojilerden nasıl yararlanıyorsunuz?
“SAP ERP sistemimizle süreçleri geliştirirken mobiliteye önem veriyoruz. Veriyi süreç içinde kontrol ediyoruz. İş ve onay akışlarında ise SAP Fiori ürününü kullanıyoruz. Tüm verilere tüm platformlardan ve mobil erişim imkânı veriyoruz. Çalışanların veriye anlık ve her yerden erişimini sağlıyoruz. İş zekâsı çözümleri ile etkili karar destekleri oluşturmaya çalışıyoruz. Çalışan deneyimini arttırmaya dönük LMS sistemleri, görüntülü görüşme ve haberleşme sistemleri, Jira proje yönetim uygulamaları, bulut tabanlı optimizasyon programları gibi projeleri gerçekleştirdik.”

Son olarak şirket profili, ürün ve hizmetleriniz hakkında bilgi verir misiniz?
“Türkiye’nin önde gelen sanayi şirketlerinden biri olarak tekstil, enerji, hızlı tüketim ve kâğıt üretim olmak üzere 4 farklı alanda faaliyet gösteriyoruz. 2019 yılının son çeyreğinde toplam yatırım bedeli 450 milyon TL olan yeni tesis yatırımımızı duyurmuş, 2020 yılının mart ayında da bu yeni tesisimizi devreye almıştık. Bu yeni tesisimizin de etkisiyle 2020 yılını 1,3 milyar TL ciro ve yüzde 25’in üzerinde bir büyüme ile kapattık. Yine yeni tesisimizin devreye alınmasıyla mevcut bobin kâğıt üretim kapasitesini %50 artırarak yılda toplam 220 bin ton kapasiteye ulaşmamızın yanı sıra konverting yani markalı ürün kapasitemizi de yılda 100 bin tondan 120 bin ton kapasiteye ulaştırmış olduk. Sofia, Maylo, Berrak ve Nua markalarımızla tuvalet kâğıdı, kağıt havlu, peçete, mendil ve muayene masa örtüsü gibi ev dışı ürünlerinde de ürünlerimizi tüketicilerimizle buluşturuyoruz.”

DİJİTAL DÖNÜŞÜM YATIRIMLARI DEVAM EDİYOR

CARREFOURSA CEO'SU KUTAY KARTALLIOĞLU, "DÜNYA PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN TECRÜBELİ MARKASI ORTAĞIMIZ CARREFOUR GRUP'UN DENEYİMLERİNE VE TÜRKİYE'NİN SABANCISI SABANCI HOLDİNG'İN İŞ DÜNYASINDAKİ GÜCÜNE SAHİBİZ. BU İKİ FAKTÖR DOĞRULTUSUNDA KAYNAKLARIMIZI VERİMLİ KULLANIYOR, UZMAN EKİPLERLE ÇALIŞIYOR VE ANALİTİK SÜREÇ PLANLARI IŞIĞINDA ÇALIŞMALARIMIZI GERÇEKLEŞTİRİYORUZ" DİYOR.



CarrefourSA CEO'su Kutay Kartallıoğlu

CARREFOURSA, dijital dönüşümü sürdürülebilir hale getirip tüm süreçlere entegre ediyor. Erişilebilirliği önemsiyor, doğru ürün ve doğru hizmete erişebilmeleri adına market yatırımlarını sürdürüyor. CarrefourSA, yatırım planlarının üçte birini dijital dönüşüm üzerine kurguluyor.

Dijital dönemin her alanda değiştirdiği iş yapış şekillerini düşünürsek genel olarak bu yeni dünyayı yakalamak adına gerekli dönüşümü nasıl sağlıyorsunuz?
CarrefourSA olarak Yeni Neslin Sabancısı vizyonuyla dijital dönüşüm çalışmalarımıza devam ediyoruz. Dijital dönüşüm sürecinde marketlerimiz, e-ticaret alt yapımız, müşteri deneyimi yönetimimiz, lojistik ve tedarik zincirimiz dahil tüm çalışma alanlarımızda gelişimlerimizi sürdürüyoruz. Dijital dönüşümü bir bütün olarak görüyor, tüm süreçlerimizi bu doğrultuda oluşturuyoruz. Süreçleri dijitalleştirme çalışmalarımız kapsamında marketlerimizdeki alışveriş deneyimini daha kolay bir hale getirebilmek adına hızlı kasa, temassız ödeme sistemleri gibi uygulamaları yaygınlaştırdık. CarrefourSA Online Market çerçevesinde 17 şehirde 57 operasyon mağazamızla hizmet veriyoruz. Pandemiyle birlikte "Öncelikli Teslimat", "Alo Sipariş" ve "Markette Hazır" hizmetleri sunuyoruz. Müşterilerimizin erişebileceği noktalara market yatırımları gerçekleştirmemizin yanı sıra webden, cepten ve tabletten CarrefourSA Online Market'e ulaşım sağlıyoruz.

Bunu nasıl organize ediyorsunuz?
Dünya perakende sektörünün tecrübeli markası ortağımız Carrefour Grup'un deneyimlerine ve Türkiye'nin Sabancısı Sabancı Holding'in iş dünyasındaki gücüne sahibiz. Bu iki faktör doğrultusunda kaynaklarımızı verimli kullanıyor, uzman ekiplerle çalışıyor ve analitik süreç planları ışığında çalışmalarımızı gerçekleştiriyoruz. Bu çerçevede dijital dönüşümümüzü sürdürülebilir hale getirip tüm süreçlere entegre ediyor, her zaman daha doğrusunu müşterilerimize sunmak için çalışıyoruz.

Dijital hizmetlerinizi nasıl geliştiriyorsunuz?
Geçen sene müşteri ilişkileri yönetimi konusunda altyapı değişikliğine giderek müşteri verisini tekilleştirdik, veri zenginleştirme çalışmaları yaparak kişiye özel öneriler ve kampanyalar geliştiriyor müşterilerimize mağaza,



e-ticaret, alo sipariş olmak üzere çoklu kanal hizmeti sunuyoruz. Veri analitiği konusunda uzman ekiplerimizle müşteri ilişkileri yönetimine ilişkin data analiz çalışmaları gerçekleştirerek müşteri tüketim alışkanlıklarını inceliyor, müşteri deneyimlerinden yola çıkarak beklentilere uygun kampanyalar düzenliyoruz. Dijital dönüşüm sayesinde CarrefourSA.com aylık ziyaretçi trafiğimiz 13,4 milyon seviyesinde, ayda 380 bin sipariş alıyor, 365 binden fazla siparişi adreslerine teslim ediyoruz. Mobil uygulamamızın indirilme sayısı aylık 300 bine ulaştı. Mağazalarımızın kasa hattında Tek Sıra Uygulaması, Temassız Ödeme teknolojileri ve reyondaki ürünlerin bulunabilirliğini ölçümleyerek ürün tedariği konusunda uyarılar üretebilecek görüntü işleme teknolojileri üzerine Ar – Ge faaliyetleri gerçekleştiriyoruz. Verimlilik çerçevesinde işleri de dijitalleştirerek süreçlerin işletimi için "sanal robotlar" kullanıyoruz. Kurum içi mobil uygulamamız olan C-mobil ile 20 adet süreç, mobil uygulamaya taşınarak sahada kullanılmaya başlandı.

Yeni dönem için belirlediğiniz temel stratejiniz nedir?
Erişilebilirliği önemsiyoruz; müşterilerimizin doğru ürün ve doğru hizmete erişebilmeleri adına belirlediğimiz konumlarda hem market yatırımlarını sürdürüyor hem de dijital dönüşüm çerçevesinde hizmetlerimizi kesintisiz olarak devam ettiriyoruz. CarrefourSA olarak yatırım planlarımızın üçte birini dijital dönüşüm üzerine kuruyoruz.

Normale dönüş sürecine doğru ilerlerken size göre en kritik kararlar, uygulamalar neler olacak?
Pandemi başlangıcındaki en önemli faktör, dijital dönüşüm sayesinde markaların müşterilerine fiziki mağazalardan verdikleri hizmeti dijital platformlardan da verebilmeleri oldu. CarrefourSA olarak uzun yıllardır dijital dönüşüme emek veren bir marka olarak pandemiyle birlikte webden, cepten ve tabletten CarrefourSA Online Market'e ulaşım sağlayarak müşterilerimize hipermarkette alışveriş yapma deneyimi sunmaya başladık. Geçen sene pandemi başladıktan sonra müşterilerimizin yüzde 50'si CarrefourSA Online Market'i tercih eder hale geldi. CarrefourSA olarak marketlerimizden ve online marketimizden doğru ürünü, doğru hizmet ve fiyatla müşterilerimize sunmaya devam ediyoruz.

Yeni teknolojiler, yeni çözümler sunarken yaptığınız çalışmaların odağında neler var? Müşteri odaklılık, verimlilik... Bu ve benzeri konularda neler yapıyorsunuz?
"Müşteri odaklı yapımız ile CarrefourSA olarak marketlerimizde günde 500 binden fazla müşterimize hizmet veriyor, CarrefourSA Online Market üzerinden balıktan, ete, taze sebze meyveden elektroniğe, tekstilden kırtasiye ürünlerine kadar 50 bin çeşit ürünü müşterilerimize ulaştırıyoruz. Mağazalarımızın kasa hatlarında Tek Sıra Uygulaması, Temassız Ödeme teknolojileri ve reyondaki ürünlerin bulunabilirliğini ölçümleyen ürün tedariki konusunda uyarılar üretebilen görüntü işleme teknolojileri üzerine Ar – Ge çalışmalarımızı sürdürüyoruz. CarrefourSA olarak öncelikle tarım, hayvancılık, balıkçılık vb. taze gıda ürünlerinin doğrusunun reyonlarımıza ulaşabilmesi, bu iş kollarının sürdürülebilir olması için uzun yıllardır birçok projeye imza atıyoruz. Esnafa ve yerli üreticiye destek



vermek adına üreticilerle uluslararası standartlarda kontrol esaslarına göre iş birlikleri gerçekleştiriyoruz. İş birliklerimizin yansıması olarak reyonlarımızda organik sütten bebek bezine, bakliyattan temizlik ve hijyen ürünlerine kadar geniş bir yelpazede 500'e yakın Carrefour öz markalı ürünü müşterilerimizle buluşturuyoruz. Böylelikle üretimde verimliliği artırarak iç piyasanın hareketlenmesine ve ekonomiye katma değer sağlamasına katkıda bulunuyoruz. Verimlilik adına müşterilerimiz nezdinde gerçekleştirdiğimiz CRM çalışmaları ile detaylı analizler gerçekleştiriyoruz. Verimlilik çerçevesinde dijitalleşen süreçlerin işletimi için "sanal robotlar" kullanıyoruz. Kurum içi mobil uygulamamız olan C-mobil ile 20 adet süreci mobil uygulamaya taşıdık ve sahada kullanımlara başladık. Bu uygulamada görüntü işleme teknolojileri ile planogram ve etiket kontrolü gibi dijitalleşen çalışmalar kullanarak günlük olarak operasyonlarımızda 1250 saatlik tasarruf sağlıyoruz."

MICROSOFT NUANCE'I SATIN ALDI

Microsoft yapay zeka ve konuşma teknolojisi şirketi Nuance'ı yaklaşık 16 milyar dolara satın aldı. Microsoft, Nuance'ın CEO'su Mark Benjamin'in şirkette kalacağını ve şirketin bulut ve yapay zeka işlerinden sorumlu Microsoft yöneticisi Scott Guthrie'ye bağlı olacağı bilgisini paylaştı. Ses tanıma teknolojisi Apple'a ait Siri uygulamasını piyasaya sürmesine de yardımcı olan Nuance, sağlık hizmetlerinden otomotiv sektörüne kadar çeşitli sektörler için yazılımlar yapıyor. Microsoft'un, bu hamlesi 2016 yılında 26.2 milyar dolar karşılığında satın aldığı LinkedIn'den bu yana ikinci büyük satın alması oldu.





LG, AKILLI TELEFON BİRİMİNİ KAPATTI

LG Electronics, zarar eden akıllı telefon birimini kapatma kararı aldı. Böylece LG, 2000'li yıllarla birlikte büyük bir yükselişin yaşandığı akıllı telefon pazarından çekilen ilk büyük üretici olarak kayıtlara geçti. LG hali hazırda Kuzey Amerika akıllı telefon pazarında yüz de 10'a sahip ve pazardaki üçüncü büyük oyuncu. Global pazarda ise sadece yüzde 2 paya sahip olan LG, geçen yıl 23 milyon akıllı telefon sattı. Akıllı telefon operasyonunhun LG'nin toplam cirosu içinde payı ise yüzde 7.

BULUT SİSTEMLERİ İŞLETMELERİN ÇÖZÜMÜ OLACAK

Deloitte, teknoloji, medya ve telekomünikasyon eğilimlerinin işletmeleri ve tüketicileri dünya çapında nasıl etkileyebileceğini vurguladığı "Teknoloji, Medya ve Telekomünikasyon Öngörüleri Raporu- TMT'de verdiği bilgilerde bulut pazarının geleceğinden bahsediyor. Rapora göre, bulut pazarı 2020'de 2019'a göre daha hızlı büyüdü, bu durum COVID-19 süresince yaşanan kapanmalar ve uzaktan çalışma nedeniyle artan talepten kaynaklandı. Deloitte, şirketlerin tasarruf yapmak, daha çevik olmak ve inovasyonu desteklemek adına bulut sistemlerine daha fazla yönelmesiyle, 2021'den 2025'e bu pazardaki yıllık gelir artışlarının yüzde 30'un üzerinde seyredeceğini öngörüyor.



DİJİTAL DÖNÜŞÜM İVMELENİYOR

LOGO, İŞLETMELERİN FİNANSAL REKABET AVANTAJI OLUŞTURABİLMELERİ İÇİN KATMA DEĞERLİ UYGULAMALAR GELİŞTİRİYOR.



Logo Grup CEO'su M. Buğra Koyuncu

LOGO GRUP CEO'SU M. Buğra Koyuncu, yazılım sektörünün yaşanan dijital dönüşümle birlikte ürün odaklı olmaktan uzaklaşıp, süreklilik gerektiren hizmet anlayışına evrildiğini söylüyor ve şöyle devam ediyor: "Önümüzdeki dönemde hedeflerimizi müşterilerimize ve tüm ekosistemimize daha fazla değer yaratma gayesiyle şekillendiriyoruz. Tüm Logo ekosisteminde güçlü bir güven ortamı tesis ederek kurumsal itibarımızı artırmak en önemli önceliklerimizden."

Dijital dönüşüm yolculuğunda Logo olarak neleri gündeme aldınız? Bu alandaki yatırımlarınızdan bahseder misiniz?

Tüm sektörlerde ve kamu hizmetlerinde pandeminin de etkisiyle dijital dönüşümün giderek ivmelendiğini görüyoruz. Teknolojiye yatırım artık gerek küçük firmaların gerek orta ve büyük ölçekli işletmelerin yaşamının her alanında gittikçe artan şekilde yer almaya başladı. Şirketler değişen dünya koşullarına ve kullanıcı davranışlarına uyum sağlayabilmek ve rekabet açısından öne geçebilmek amacıyla ürünlerini, hizmetlerini ve iş modellerini/süreçlerini dijitalleştirerek dönüştürmek durumunda kalıyorlar. Bu dönüşümün önümüzdeki yıl da hızlanarak devam edeceğini, etki alanını genişleteceğini öngörüyoruz. Biz, Logo olarak, 36 yıldır işletmelerin verimliliğini ve kârlılığını artırmaya yönelik kurumsal yazılımlar geliştiriyor, farklı ölçekteki şirketler için daha esnek ve verimli çalışmalarına ortam hazırlayan iş uygulamaları üretiyoruz. Sahada yanlarında oluyor, verdiğimiz eğitimlerle bilgi birikimlerine katkıda bulunuyor, sorunlarına özel çözümler getirmek için destek oluyoruz. Dijital dönüşüme öncülük eden e-devlet uygulamaları için önemli yatırımlar yapıyor, her türlü mevzuatın fiili hayatta kullanımına yardımcı olmaya çalışıyoruz.

Tüm bunların yanı sıra, işletmelerin finansal rekabet avantajı oluşturabilmeleri için katma değerli uygulamalar geliştiriyoruz. Mikro işletmelerden kurumsal büyük işletmelere kadar farklı ölçeklerdeki şirketler için uygulama yazılımı çözümlerini pazara sunan Logo'nun çözüm kümesinde Kurumsal Kaynak Planlama uygulamalarının dışında; Müşteri İlişkileri Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, İş Akış Yönetimi, Tedarik Zinciri Yönetimi, e-dönüşüm ve İş Analitiği Çözümleri olmak üzere çok sayıda çözüm yer alıyor.

Gelecek dönem hedefleriniz neler? Yazılım sektörü nasıl şekillenecek?

Yazılım sektörü yaşanan dijital dönüşümle birlikte artık ürün odaklı olmaktan uzaklaşıp süreklilik gerektiren hizmet anlayışına evriliyor. Biz de önümüzdeki dönemde hedeflerimizi müşterilerimize ve tüm ekosistemimize daha fazla değer yaratma gayesiyle şekillendiriyoruz. Tüm Logo ekosisteminde güçlü bir güven ortamı tesis ederek kurumsal itibarımızı artırmak en önemli önceliklerimizden. Bu anlamda 2021'de müşterilerimizle etkileşimin kalitesini ve doğasını tanımlayan "müşteri deneyimi" odağımızı geliştirerek tüm süreçlerimizde müşteri ihtiyaçlarını daha iyi öngörebilmeyi hedefliyoruz. Şirket kültürümüzün temellerinde yer alan müşteri odaklı yaklaşımımız gereği bütünsel müşteri deneyim stratejimizi oluşturmayı, müşteri memnuniyetinin artırılarak marka bağlılığına dönüşmesini ve sürdürülebilir, uçtan uca müşteri odaklı bir Logo deneyimi sunmayı hedefliyoruz. Ayrıca KOBİ'lerden büyük kurumsal işletmelere kadar tüm müşterilerimize dijital dönüşüm yolculuklarında güvendikleri bir çözüm ortağı olmayı, bu yolda onlara ihtiyaç duydukları tüm desteği vererek birlikte yürümeyi hedefliyoruz. Tüm paydaşlarımıza rehberlik etmek; teknoloji ve bilişim çağında kanaat önderi olma misyonumuzu yerine getirmek için var gücümüzle çalışıyoruz. Ar-Ge bu noktada çok önemli rol oynuyor ve Logo'nun kurum kültürünün temelini oluşturuyor. Çünkü teknolojik gelişmeleri yakından takip etmek ve "geleceğin Logo ekosistemini" var edebilmek konusunda Ar-Ge'nin vazgeçilemez bir önemi var. Vizyonunu "geleceği birlikte yazmak" olarak belirlemiş bir şirketiz. Ar-Ge süreçlerimizde de müşterilerimizle birlikte çalışıyor hem Logo müşterileri hem de müşterimiz olmayan yenilikçi şirketlerle detaylı "beyin fırtınası" seansları düzenliyor, ürün geliştirme kararını burada elde ettiğimiz çıktılara göre alıyoruz."

VİTEL: 'PUSULAMIZ GELECEK'

YENİLİKÇİ HİZMETLER SUNAN **VİTEL**, DİJİTAL DÖNÜŞÜM PROJELERİYLE ADINDAN SÖZ ETTİRİYOR.



Vitel Pazarlama Müdürü
Ayça Benli Harmancıoğlu

VİTEL HER ÖLÇEKTEN KURUMUN "dönüşüm" ile fark yaratması ve "rekabet avantajı" elde etmesi için yeni teknolojilere yatırım yapmaya devam ediyor. Vitel Pazarlama Müdürü Ayça Benli Harmancıoğlu'na bu süreçte neler yaptıklarını ve gelecek planlarını sorduk. İşte Harmancıoğlu'nun cevapları...

Vitel, yeni normal düzende dijital dönüşüm alanında hangi uygulamaları ve çözümleriyle kurumların dijitalleşme süreçlerine katkıda bulunuyor? Son dönemde hangi çözümleriniz daha çok ilgi gördü?

"Pandemi süreci iş hayatımızı tümüyle değiştirdi. Bu dönemde ofis dışından çalışma ve internet ortamı üzerinden yapılan erişimlerin astronomik olarak artması sebebiyle buna bağlı güvenlik açıklarının oluşturduğu riskler de çok ciddi oranda büyüdü. Yeni koronavirüs temalı kimlik avı dolandırıcılıkları da oldukça arttı. SentinelOne verilere göre, geçtiğimiz sene 23 Şubat 2020 - 4 Nisan 2020 tarihleri arasında bu kapsamdaki saldırı girişimi sayısı 145 mertebelerine ulaştı. Birleşik Krallık'taki Ulusal Dolandırıcılık İstihbarat Bürosu, Şubat ayında koronavirüs dolandırıcılığının maddi boyutunun 800.000 pound seviyesini aştığını bildirdi. Bütün bunlar kurumların siber saldırılarla mücadele etmesinin önemini açık şekilde önümüze koymaktadır. Bilindiği üzere bu saldırılarla mücadele etme adına kullanılması düşünülen araçlardan ne kayıt yönetimi (Log Management), ne IR (Incident Response) ne de SOC (Security Operation Center) çözümleri merkezi bir yönetim platformu veya orkestrasyon olmadan anlam bir ifade edemez hale geldi. Yeni SOAR konseptlerinin gelişmesi, kişileri ve kurumları bütünsel ihtiyaçları karşılayabilecek çözümlere yöneltti. Tam da bu noktada ManageEngine gibi kurumların işini kolaylaştırmaya odaklanan kapsamlı bir BT yönetim yazılımı karşımıza çıkmaktadır. Vitel, ME BT çözümleri ile 2020 yılında bu alanda çok sayıda proje gerçekleştirmiştir. Bu kapsamdaki 90'ı aşkın optimum fiyatlı ürün ve ücretsiz araçlarla şirketlerin BT ihtiyaçları karşılanabilmektedir. Ağ ve cihaz yönetiminden güvenlik ve hizmet masası yazılımına kadar BT altyapısını optimize etmek üzere entegre ve kapsamlı bir çözüm sunan ManageEngine çözümleri

oldukça rağbet görmüştür ve görmeye devam etmektedir.

Vitel olarak ManageEngine çözümü dışında Türkiye distribütörü olduğumuz Ruijie, Peplink, Edgeverve, Option, Supermicro, Extreme Networks, Lantronix, Poynting, Veracity, Moxa, Genetec, Cambium Networks, Vidyo, Telycam, Proxim ve Yamaha gibi stratejik iş ortaklarımız ile online iş süreçlerine hızla adapte olduk ve pazarda bir çok dijital dönüşüm projesine liderlik ettik. Online eğitime yönelik olarak sınıflardaki ses ve görüntü sistemleri, evden eğitime yönelik kesintisiz ve yüksek hızlı erişim çözümleri, uzaktan erişim ve yönetime yönelik çözümler, video konferans ve toplantı odası çözümleri, engelsiz bankacılık, çok noktalı ve yedekli merkezi erişimler (SD-WAN çözümleri) hiç olmadığı kadar talep gördü. Pandemi süreci ile beraber siber saldırılar inanılmaz boyutta arttığı için her ölçekten firmanın güvenlik yatırımlarını artıracağını öngörüyoruz. Çalışanların farklı lokasyondan ve farklı cihazlardan şirket ağlarına bağlanması, zaman zaman güvenlik açıklarına yol açabiliyor ve saldırılara zemin oluşturabiliyor. Vitel olarak son aylarda kurumlara Ruijie, Peplink ve ManageEngine çözümlerimiz ile ağ güvenliği konusunda destek olmaya ve onların iş sürekliliğine katkı sağlamaya çalışıyoruz. Geçtiğimiz yıllarda Sanko Holding, MNG Kargo, Fiba Holding, YapıKredi Bankası, Enerjisa gibi her biri kendi alanında lider birçok kurumda dijital dönüşüm projelerini başarı ile hayata geçirdik. Nesnelerin interneti, yapay zeka ve otomasyonun ön planda olduğu günümüz veri analizi çağında, güçlü ve kesintisiz iletişim altyapılarına olan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Dijital dönüşümü tetikleyen pandemi ile birlikte kurumlar SD-WAN'a geçiş süreçlerini hızlandırdı. Bu alanda önde gelen markamız Peplink ürünleri ile geçtiğimiz yıl tekstil, mobil iletişim, turizm, lojistik, otomotiv, enerji, gıda, eğitim, kamu, telekom ve perakende sektöründeki bir çok firma ile entegrasyon projesi geliştirdik. Tüm bunlara ek olarak; geçen yıl endüstriyel pazarda madenler, limanlar ve veri merkezlerinde "Akıllı Ulaşım ve Fabrika Otomasyon" konseptine uygun projeleri başarı ile tamamladık. Kablosuz ve kablolu LAN/WAN endüstriyel çözümler, endüstriyel mobil SD-WAN, endüstriyel LTE, seri İletişim, RTU, I/O, endüstriyel siber güvenlik, endüstriyel IoT ve video konferans çözümleri odağımızdaki diğer konu başlıkları idi."

Yeni normal düzen adı verilen bu süreçte öne çıkan yeni teknolojiler ve dijitalleşme adımlarınız hakkında bilgi verir misiniz? Bu yıl için hedefleriniz neler? Ürün ve çözümlerinize yenileri eklenecek mi?

"Vitel, futurist bir firma ve buna bağlı olarak sürekli dönüşüyoruz. İnsan odaklı teknoloji yaklaşımıyla çalışan Vitel'in 2020'deki pusulası değer üretmek oldu. Bu yaklaşımımız ve yüksek teknoloji alanındaki bilgi birikimimiz ile yenilikleri hizmet sunduğumuz kurumlarla buluşturmaya ve dijital dönüşüm yolculuğuna liderlik etmeye hız kesmeden devam edeceğiz. Müşterilerinin yaşamlarını kolaylaştıran inovatif çözümler ve pandemiyle değişen müşteri ihtiyaçlarına uygun yenilikçi hizmetler sunan Vitel, 2021 yılının ilk çeyreğini de güçlü finansal ve operasyonel sonuçlarla noktaladı.

Odağımızda öncelikli olarak eğitim, sağlık, turizm, lojistik ve kamu sektörü bulunmakta. Dijital dönüşüm, yapay zeka ve IoT, veri güvenliği ve ağ teknolojileri denildiğinde akla gelen ilk firmalardan biri olmak istiyoruz. Katma değerli distribütör kimliğimiz ile hizmet verdiğimiz kurumları zirveye taşımayı kendimize misyon edindik. Çözüm yelpazemizi her geçen gün genişletmeye ve dünyanın önde gelen teknolojileri şirketleri ile yeni iş birlikleri yapmaya devam ediyoruz. Son olarak stratejik iş ortaklarımız arasına Option, Supermicro, Cambium Networks ve EdgeVerve'ü ekledik. Global teknoloji firmaları ile aramızdaki stratejik iş ortaklığı sayesinde ürün yelpazemizin genişlemiş olması, dijital dönüşüm projelerinde bizi daha da dinamik bir yapıya kavuşturdu. Ayrıca portföyümüze yeni eklediğimiz Option Cloudgate çözümleri ile çok hızlı büyüyen IoT pazarına yönelik çözümlerimiz de artarak devam edecek. Günümüzde bulut tabanlı iş uygulamaları daha çok öne çıkıyor. Bulut bilişimle uyumlu hareket eden, uzak noktalarda kullanılacak teknolojiler, yeni iş operasyonları ve uygulama türlerine altyapı sağlayacak modern ağ iletişim teknolojileri her geçen gün daha çok rağbet görüyor. Vitel'in de bu alanda yatırımları sürüyor. Vizyon sahibi kurumlar, otomasyon ve yapay zeka çözümleri ile güçlü yönlerini daha da geliştirip zayıf yönlerini güçlendiriyorlar, bunun sonucu olarak da pazarlarda kesintisiz süreklilik sağlayabiliyorlar. Öte yandan, 'Internet of Things' ile günlük hayatta kullandığımız pek çok şeyin birbirine bağlı hale gelmesi; yapay zekâ, konuşma, tanıma, görüntü işleme ve otonom sistemler gibi robotik teknolojiyi besleyen unsurların gelişmesine ve daha hızlı, daha güçlü, daha akıllı robotların tasarlanmasına neden oluyor. Option ile yaptığımız iş ortaklığı ile bu alanda pazarda ses getirecek projeleri hayata geçireceğimize inanıyoruz. Endüstri 4.0 yalnızca üretim alanında değil; lojistik ve tedarik zinciri, sağlık, turizm vb. gibi birçok alanda da uçtan uca otomasyonu kapsıyor. Yapay zeka, otonom araçlar, IoT, robotik gibi teknolojiler sayesinde hemen hemen her sektör daha akıllı hale geliyor. Yeni düzende iletişim teknolojilerine, güçlü ağ altyapılarına, yapay zekâya ve veri analitiğine yatırım yapan şirketlerin öne çıkacağını öngörüyoruz. Vitel olarak her ölçekten kurumun "dönüşüm" ile fark yaratması ve "rekabet avantajı" elde etmesi için yeni teknolojilere yatırım yapmaya devam edeceğiz. Pusulamız gelecek!"



‘DÜNYAYA ÖRNEK OLACAK PROJELERE ODAKLIYIZ’

G4S, DÜNYADA UZUN SOLUKLU İŞLERE İMZA ATIYOR. ALTI KITADA ENTEGRE GÜVENLİK ÇÖZÜMLERİNDEKİ LİDERLİĞİNİ BU ÖNGÖRÜ İLE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ TEKNOLOJİ YATIRIMLARIYLA BÜYÜTÜYOR.

“GELECEK DÖNEM İÇİN iletişimin ve bağlılığın yaratmış olduğu veriyi daha hızlı işleyen, sürdürülebilir ve geliştirilebilir güvenlik uzmanlığı ihracat noktası olmayı hedefliyoruz” diyen G4S Genel Müdürü Kağan Gümüş, güvenli araç uzmanlığı, entegre drone hizmetleri uzmanlığı ve operasyonel yönetim yazılımları uzmanlığı gibi üç alanda dünyaya örnek olacak projeler üzerinde çalıştıklarının altını çiziyor.

Dijital dönemin her alanda değiştirdiği iş yapış şekillerini düşünürsek genel olarak bu yeni dünyayı yakalamak adına gerekli dönüşümü nasıl sağlıyorsunuz?
“2000’li yıllarla birlikte; yapay zeka ve robot teknolojisinin daha da gelişmesi, yoğun internet kullanımı ve otonom işleyişi olan yeni buluşlar üretim yapısını tamamıyla değiştirmiştir. Bu süreç Dördüncü Sanayi Devrimi (Endüstri 4.0) olarak nitelendirilmektedir. Sensörler yardımıyla fiziksel dünyayı sanal bilgi işlem dünyasına bağlayan sistemlere geçiş, aynı zamanda dijital dönüşüm sürecini de başlatmıştır. Tüm dünyada artan internet kullanımı, iş akışlarının dijitalizasyonu farklı sektörler içinde üretim yapan, hizmet veren tüm firmaları da bu platforma doğru yönlendirmektedir. Hem sektörümüzün doğası hem G4S’nin tüm dünyada 120 yıldır edindiği tecrübe ve yaptığı yatırımlar, firma olarak teknoloji refleksimizi hızlandırmıştır.”

Dijital hizmetlerinizi nasıl geliştiriyorsunuz?
“G4S uzun yıllardır 6 kıtada entegre güvenlik çözümlerindeki liderliğini bu öngörü ile yaptığı teknoloji yatırımlarına borçludur. Entegre güvenlik tasarımlarımızın 4 bileşeni İnsan, Makine, Hizmet ve Sistemi buluştururken faydalandığımız teknoloji



G4S Genel Müdürü Kağan Gümüş

ile öncelikle ihtiyaçları belirliyor, çözümü sunuyor, sunduğumuz hizmeti sistematik olarak takip edip, ölçüyor ve şeffaf bir şekilde anlık olarak raporlayabiliyoruz. Kurduğumuz sistemlerin tamamı özelleştirilebilir ve geliştirilebilir özelliktedir. Bu şekilde hem her sektör, her firma, her lokasyon özelinde çözümler sunabiliyor hem de geliştirdiğimiz yazılımlar sayesinde sürekli toplanan veriyi analiz edebilme fırsatı da yakalıyoruz."

Yeni teknolojiler, yeni çözümler sunarken yaptığı çalışmaların odağında neler var? Müşteri odaklılık, verimlilik... Bu ve benzeri konularda neler yapıyorsunuz?

"Değişen davranış ve iş yapış şekillerimizle mevcut ve potansiyel iş ortaklarımızla sürekli iletişimimizi de dijital platformlara taşıyoruz. Dijitalleşmenin en büyük avantajlardan biri de şüphesiz data akışı oluyor. Dijital ortamlarda atılan her adım tüm firmalar için big data içinde ayakizi oluşturabilir ve veri analiz kabiliyetini geliştiren firmaların bu izleri önce takip edip sonra kendilerini yeni yol göstericiler olarak konumlandırabilmelerini sağlayabilir. Dijital dünyanın bize sunduğu fırsatları müşteri memnuniyetine dönüştürmek amacıyla; Kolay ulaşılabilir olmak, müşteri yolculuğunun her adımında onlara kolaylık sağlayıcı olmak, müşteri deneyimimizi izlenebilir ve memnuniyeti ölçülebilir kılmak, müşterilerimizin firmamız, ürün ve hizmetlerimiz konusunda bilgilerini güncelleyebilmek için kullanıyoruz. Müşterilerimizle bir araya geldiğimiz organizasyonlarımızı da özellikle pandemi sonrası dijital platformlara taşıdık. Hazırladığımız online konferanslarla her sektörden firmalarla buluşuyor, sektörlerinin gündemleri, gelişimleri ve ortaya çıkan son güvenlik riskleri hakkında fikirler paylaşıp çözümlerimizi anlatarak tüm paydaşlarımızla bilgi akışı sağlıyoruz. Aynı şekilde, Güvenlik Operasyonları Yönetim Yazılımı G4S Kokpit ile operasyonlarımızın verimliliğini ve Online Eğitim Portalımız My Learning ile çalışanlarımızın kalifikasyonunu arttırmak için dijitalleşmenin faydalarını görüyoruz."

Faaliyet gösterdiğiniz sektörde nasıl bir dönüşüm yaşanıyor?

"Güvenlik sektörü son yıllarda konvansiyonel güvenlik anlayışından uzaklaşarak teknoloji tabanlı çözümlere doğru yöneliyor. G4S olarak güvenlik sektörü için bu değişimin tüm dünyada liderliğini yapıyor, entegre güvenlik çözümlerimizi teknoloji ile destekliyoruz. Endüstrinin gelişimi bizim gibi hizmet sektöründe yer alan firmalar için de yönlendirici ve motive edici oluyor. Biz de G4S olarak hizmetlerimizi ölçümlenebilir hale getirmek için tüm operasyonlarımızı teknoloji destekli olarak tasarlıyor, geliştirdiğimiz yazılımlarla sunduğumuz hizmetin kalitesini ve sürekliliğini kontrol ediyor ve buna Hizmet 4.0 diyoruz. Yaklaşık 1 yıl önce G4S bünyesinde başlatılan G4S Akademi projesi ile 100'e yakın ülkede 800 binden fazla G4S çalışanlarının sektörel uzmanlık alanları belirlendi ve çalışanlarımızın her bir sektöre özel deneyimi ortak bir bilgi havuzunda toplanmaya başlanarak, bu bilgilerin tüm paydaşlarla geliştirilebilir olacağı bir iletişim ağı planlandı. Tesisler için en iyi güvenlik tasarımının en doğru güvenlik risk analizi yapılarak hazırlanabileceğine inanıyoruz. Güvenlik Risk Danışmanlığı Uzman ekibi tarafından değerli müşterilerimiz için tesislerindeki potansiyel riskleri belirlemek, açıklama sağlamak ve bu güvenlik risklerini azaltacak seçenekleri keşfetmelerine yardımcı olmak amacıyla G4S Risk Analizini hazırladık. Güvenlik sektöründeki global tecrübeler ve bilgi birikimimizi belirli bir metodolojiye dönüştürerek online olarak müşterilerimize sunduk."

Firmanız iş süreçlerini akıllı hale nasıl getiriyor?

"Güvenlik operasyonları yönetim yazılımımız G4S Kokpit ile projelerde iş başlangıcı, iş akışı, iş tamamlama süreçlerini uçtan uca kontrol ederek görsel destekli anlık raporlamaları sunabiliyoruz. Bu yazılımın; operasyon yönetimi, ziyaretçi yönetimi, devriye yönetimi ve denetim modülleri sayesinde tüm güvenlik hizmetimiz ölçülebilir ve eş zamanlı, şeffaf raporlanabilir hale geliyor. Yazılımın özelleştirilebilir olması, her sektörün kendi ihtiyacına göre oluşturulacak farklı senaryolar ile yeni görev planlaması imkanı sunuyor. Planlama ve bordrolama Yönetim yazılımımız Saturn ile vardiya takibi en detaylı ve hatasız şekilde takip edebiliyoruz. Hem çağın getirdikleri hem pandemi sonrası yaşanan değişim, üretici firmaların ve hizmet firmalarının da iş yapış şekillerini aynı yönde değiştirmiştir. Eğitimlerimizi tamamen çevrimiçi eğitim portalımız MyLearning'e taşıyarak binlerce personelimizin onlarca hizmet içi eğitimini kesintisiz,kolay ve hızlı bir şekilde uzaktan tamamlamasını sağlıyor, performanslarını güvenli şekilde kontrol ediyoruz. 15 farklı başlıkta 2.250 seanslık eğitim tek bir platformda toplanarak bu eğitim ve performans takiplerinin dijitalleşmesi sayesinde; zaman yönetimi, iş verimliliği artarken 1 milyon kağıt tasarrufu da sağlanmıştır. Yani eğitimde dijital dönüşüm bize maliyet avantajı sağlarken sürdürülebilir kaynak yönetimi de sunmaktadır."

Bulut, mobil, büyük veri, yapay zeka teknolojileri iş yapış şekillerini baştan sona değiştirirken yeni teknolojilerden nasıl yararlanıyorsunuz?

"Uzman ekiplerce uzun çalışmalar sonucu oluşturulan algoritmalarla dünya standartlarında hazırlanan Güvenlik Risk Analizi ile ortaya oldukça detaylı bir rapor çıkmaktadır. Bu rapor ile Neyi? Neye Karşı? Nasıl Koruyacağız? sorularını yanıtlayan optimum Güvenlik Tasarımını hazırlarken yine teknoloji tabanlı entegre güvenlik çözümlerimizden faydalanıyoruz. Özel güvenlik ekiplerimizin sürekli devriye atmasının imkansız olduğu ya da riskli alanların sürekli değiştiği açık arazilerde mobil güvenlik çözümlerimizi bölgeye uyarlıyoruz. Taşınabilir görüntüleme ve alarm sistemimiz G4S @View bize bu alanda destek sağlıyor. 2020 yılı içinde güvenlikte en fazla Drone kullanan güvenlik firmasıyız.Gece ve gündüz kameraları entegre ederek sürekli devriye sağladığımız Dronlu Güvenlik Hizmetlerimiz ile değişken alanlarının kontrol altında olmasını sağlıyoruz. Görüntü destekli alarm sistemleri ile hatalı alarmların önüne geçerek verimli bir koruma planı oluşturuyoruz. Intercom sistemleri entegre bariyer çözümleri ile birden fazla giriş-çıkışın olduğu tesislerde tüm kapıları insansız olarak uzaktan yönetebiliyoruz. Klasik araç takip sistemlerinin çok daha ötesinde avantajlar sağlayan ve herhangi bir kaza anında Risk Operasyon Merkezimize otomatik alarm düşmesini sağlayan SecureCar konseptimizde cihaz üzerindeki G Sensörle sürücü güvenliğini sağlıyoruz. Üzerindeki panik butonu ile Risk Operasyon Merkezimiz ile doğrudan sesli iletişime geçebilen sürücüler karşılaştıkları güvenlik problemini merkezimizle eş zamanlı olarak paylaşabiliyor."

‘VERİNİN KORUNMASI VE YÖNETİLEBİLMESİ GEREK’

PLATİN BİLİŞİM, HER ÖLÇEKTEN KURUMUN SİBER GÜVENLİĞE DAHA ÇOK ÖNEM VERMESİ GEREKTİĞİNE DİKKAT ÇEKİYOR.

SİBER GÜVENLİK ve veri koruma teknolojileri alanında en modern çözümleri sunan Platin Bilişim, dünyanın önemli markaları ile çalışarak başarılı projelere öncülük ediyor. Platin Bilişim Genel Müdür Yardımcısı Pınar Pamyacı ile müşterilerine sundukları yenilikleri ve şirketin gelecek dönem hedeflerini konuştuk.

Platin Bilişim’in 2021 yılı hedeflerinde neler var?

“2021 yılı için öncelikle yurt içine daha fazla ağırlık vermek ve bir taraftan da Platin Akademi ile ülkemize nitelikli insan kaynağı kazandırmak anlamında ciddi hedeflerimiz bulunuyor. Bu doğrultuda sosyal sorumluluğumuzun bilincinde olarak daha güvenli bir gelecek için çalışırken, gençlerin kariyer planlarına katkı sağlayan üniversite etkinliklerine katılmaya ise öncelik veriyoruz. Her sene bu etkinliklerde bize başvuran öğrencilerden yetiştirmek üzere stajyerler alacağız. SOC merkezimiz başta olmak üzere diğer birimlerimizde de deneyim kazanma fırsatı yakalayacaklar.

Bunun yanı sıra pandemi, olumsuz etkileri bir yana teknolojiyi geliştirmek ve iş yapış biçimlerimizi değiştirmek anlamında gelecekte beklediğimiz bazı süreçlerin çok daha hızlı bir şekilde hayata geçmesini sağladı. Tarihe baktığımızda da en büyük teknolojik zıplamaların krizler, savaşlar arkasından gerçekleştiğini görüyoruz. Eskiden müşteriler kendi ofislerinde hizmet vermemizi isterlerdi, biz ise uzaktan çalışmak isterdik. Şimdilerde ise bu yaklaşım değişti. Zaman ve mekan bağımsız çalışma modelinin de artık hayatımızda kalıcı bir şekilde yer aldığını söylemek mümkün. Hatta her firmanın hibrit çalışmaya geçeceği



Platin Bilişim Genel Müdür Yardımcısı Pınar Pamyacı

günler de uzak değil. Bu noktada bilişim sektörünün tüm dünya ile daha kolay iş yapabilir hale gelmesi, bize de yurt dışı hizmet ihracatımızı uzaktan müşterilerimize sağlama fırsatı sundu.

Pandemi sürecinde evden çalışan iş dünyası profesyonellerinin sayısının artması, siber korsanlar için büyük bir fırsat yarattı. Bu durum güvenlik açıklarına sahip firmalar nezdinde siber tehditler için zemin oluşturdu. Dolayısıyla artık 7x24 saldırıya açık halde bulunan sistemlerimizdeki siber saldırıların artmasına paralel olarak siber güvenlik yatırımlarının da 2021 yılında hiç olmadığı kadar önem kazanacağını düşünüyoruz. Bu da dünyanın her yerinde insan kaynağının çok daha efektif kullanabileceği bir altyapıya sahip olma ihtiyacını arttırıyor. 2021 yılında Fusion SOC Security Operations Center – Güvenlik Operasyonları Merkezimiz ile hem yurt içi hem de yurt dışı müşterilerimiz için makine öğrenmesi ile daha fazla otomasyon sağlamak, teknolojimizi her geçen gün geliştirmek ve insan kaynağımızı ise daha efektif kullanmak için çalışıyor olacağız."

Son dönemde büyük firmaların siber saldırıya uğrayarak verilerinin çalındığı haberlerini aldık. Siz, bu ve benzer durumdaki şirketlere ne öneriyorsunuz? KVKK kapsamında ceza almamak için kurumların öncelikle ne gibi yatırımları yapması gerekiyor? Bu alanda ne gibi çözümler sunuyorsunuz?

"Son dönemde siber saldırıların hedefi olan bu gibi firmalar, her türlü teknolojiyi bünyelerine entegre ederek kapsamlı bir güvenlik yatırımı yapsalar dahi; siber saldırganlar da inovatif yaklaşımlarla çok hızlı bir şekilde yeni bir saldırı yöntemi geliştirebiliyorlar. Bu anlamda %100 güvenlik diye bir şey maalesef ki mümkün değil. Onlarca, belki yüzlerce tedbir alsanız dahi eksik kalan bir test nedeni ile meydana gelen zafiyetinizden yararlanabilecek kötü niyetli kişiler, verilerinize erişebilir. Dolayısıyla bilgi teknolojilerinde tedbirlerin tam olarak alınması, doğru bir şekilde işletilmesi ve belirli sürelerde kontrol edilmesi çok önemli. Biz de bu doğrultuda kurumlara hem teknolojiyi sağlıyor, hem de ihtiyaçları var ise işleterek sistemlerinin doğru çalışıp çalışmadığının da kontrolünü yapıyoruz. Tabi ki teknolojilerin bir taraftan da sürekli olarak güncellenmesi ve bakımının yapılması da gerekiyor. Bu anlamda tek bir yatırımla tüm sorunların çözülebileceğini söyleyemeyiz. Her geçen gün dijitalleşen dünyada, riskler de aynı paralelde artıyor. Platin Bilişim olarak; her ölçekten kurumun siber güvenliğe daha çok önem göstermesi ve alanında uzman firmalardan destek almasını öneriyoruz. Bu gibi sorunlar ile kurumların karşı karşıya kalmaması adına dışardan denetlenmesi ve güvenliğinin kontrol edilmesi her zaman daha sağlıklı.

Bu noktada firmaların dikkat etmesi gereken konu; alarm mekanizmaları sonucu oluşmuş olayların ciddi bir şekilde değerlendirilmesidir. Kurumların karşı karşıya kaldıkları ataklar sebebiyle çok fazla alarm alıyor olması, belirli bir noktada körlüğe sebep olabilir. Bu gibi durumlarda olayları daha hızlı analiz edebilmek ve süreçleri daha hızlı işletebilmek için SOAR platformlarını içeren kaliteli bir SOC hizmeti almanız veya kendi ortamınızda bu yapıları kurabilmeniz önem taşıyor. Siber güvenlik adına benzer senaryoların simüle edilebileceği kapsamlı pentest hizmetlerinin yapılması da, prediktif bir yaklaşıma sahip olmanıza yardımcı olacaktır. Bilgi güvenliğini ve siber güvenliği, gerçek hayattaki fiziksel güvenlikten yola çıkarak irdelemeliyiz. Siz, evinize veya iş yerinize birilerinin girip kasanızdan para veya dosyalarınız arasından müşteri bilgilerinizi çalmasını ister misiniz? İstemediğiniz için güvenli kasalar, çeşitli sensörler ve güvenlik kameraları kullanır, bunları gözetecek de güvenlik görevlileri tutarsınız. İşte bu düşünceden yola çıkarak her ölçekten şirketin kendini koruması gerekir. Veri güvenliği tarafı için ise BT yöneticileri; özellikle ERP, CRM, hassas verilerin saklandığı veri tabanları, yedekleme sistemi gibi veri kaynaklarına uzaktan erişim yapacak kişilerin gerekli olmayan erişim yetkilerini sınırlandırmalıdır. Ayrıca artık sadece kullanıcı adı ve parola doğrulaması da yeterli değil. Bu yüzden şirketler; uzaktan erişim bağlantıları için güvenli şifre uygulamalarını zorunlu kılarak çok faktörlü kimlik doğrulaması kullanmalı. OTP (tek kullanımlık parola), biyometrik kimlik doğrulama, akıllı kart, cep telefonu 2FA uygulamaları ile yapılan doğrulamalarda risk azalıyor. Bu kapsamda ayrıcalıklı hesap yönetimi ve şifre yönetimi için temsilcisi olduğumuz Thycotic markası ile hizmet veriyoruz. Hızla dijitalleşen dünyada büyük bir hızla artan verinin de korunabilmesi ve yönetilebilmesi çok önemli. Bu doğrultuda klasik veri güvenliği ve yönetimi bakış açısında dönüşüm gerçekleştirdiğimizde ve Blockchain mantığını veri yönetimi ve güvenliği için daha fazla konumlandırdığımızda daha güvende olabiliriz görüşündeyim."

Evden çalışma ile öne çıkan güvenlik açıkları ve saldırılar hakkında bilgi verebilir misiniz? 2021 güvenlik trendlerinde neler var?

"Evden çalışma sürecinin devam etmesi ile birlikte zayıflayan kurumsal güvenlik, içeriden istenmeden de olsa gerçekleşen tehditlerin artmasına neden oldu. Evden çalışanların sayısının artmasıyla siber suçlular IoT cihazları hedef alarak odağını aynı ağı kullanan kurumsal cihazlara yöneltebilirler.

2021 yılı sonunda Fidye Yazılımı'nda artış raporlanacağı tahmin ediliyor. Oltalama alanında thread hijacking ve whaling gibi yeni saldırı türleri ile karşılaşabiliriz. 2021'de oltalama denemeleri, kullanıcıları kandırmak ve saldırıların daha zor saptanmasını sağlamak için daha da inovatif olacak. Emotet botnet tarafından kullanılan e-posta konusunu ele geçirme (e-mail thread hijacking), görülen en inovatif kitlesel oltalama tekniğini olarak öne çıkabilir.

Öte yandan saldırganlar özellikle kritik altyapı, ilaç sektörü, sağlık sektörü, endüstriyel IoT ve eğitim gibi alanlara göre ürün veya hizmet geliştiren şirketlere özel saldırılar oluşturacak. Covid 19 sebebiyle insanlar, temastan kaçındıkları için herhangi bir şeye de dokunmak istemiyorlar. Dolasıyla, özellikle geçiş sistemlerinin kullanıldığı alanlarda temassız veya az temaslı teknolojilerin kullanımı daha da artıyor. Buna ek olarak, güvenlik sektöründe insan saymak amacıyla kullanılan yazılımlar trend olma yolunda ilerliyor. Bu yazılımlar, hem sosyal mesafe düzenlemelerine sadık kalmayı sağlayacak hem de kolay bir şekilde insanlara temas etmeden insan sayımını sağlayabilecek."

DİJİTAL EĞİTİM ÖĞRENCİ VE VELİLERİN HAYATININ BİR PARÇASI

BAHÇEŞEHİR KOLEJİ GENEL MÜDÜRÜ ÖZLEM DAĞ, "PANDEMİ SONRASI DÜNYADA DİJİTAL EĞİTİM VE YÜZ YÜZE EĞİTİMİN BİR ARADA YÜRÜTÜLECEĞİ HİBRİT MODELİN YAYGINLAŞACAĞI ÖNGÖRÜLÜYOR. BAHÇEŞEHİR KOLEJİ OLARAK BİZ DE DİJİTAL EĞİTİM UYGULAMALARINA 12 YIL ÖNCE BAŞLAYAN VE GELİŞTİRDİĞİ UZAKTAN EĞİTİM UYGULAMALARINI 3 YILDAN BU YANA AKTİF OLARAK KULLANAN TÜRKİYE'NİN VE AVRUPA'NIN EN BÜYÜK EĞİTİM KURUMLARINDAN BİRİYİZ" DEDİ.

BAHÇEŞEHİR KOLEJİ Genel Müdürü Özlem Dağ, dijital eğitim dönüşümlerine 12 yıl önce başladıklarına dikkat çekerek "3 yılı aşkın süredir de tüm kademelerimizde dijital eğitim platformumuz Metodbox'ı kullanıyoruz. 2020'nin Mart ayında uzaktan eğitime geçildiğinde, alt yapı olarak zaten bu sisteme hazırdık ve ana platformumuz Metodbox ile eğitimlerimize aksatmadan devam ettik" dedi.

Mayıs 2020 itibarıyla eğitim entegrasyonu olan ilk görüntülü görüşme platformu SeeMeet'i derslerinde kullanmaya başladıklarını anlatan Dağ sözlerine şunları ekledi. "Bundan böyle eğitimde dijital yöntem hayatımızın bir parçası olacak. Pandemi sona erse dahi eğitimde dijital dönüşüm aynı ivmeyle gelişim gösterecektir. Eğitimi sınıfın içinden çıkarmak, zaman mekân kavramını ortadan kaldırmak, aslında pek çok olanağı da beraberinde getiriyor. Bunun eğitimde bir özgürleşme hali olduğu tespitini yapmak yerinde olur. Eğitimdeki bu özgürleşmenin, daha iyi eğitim olanakları için giderek gelişeceğini düşünüyorum."

HİBRİT MODEL KALICI OLACAK, HİBRİT ÖĞRETMENLER GÜNDEMDE KALACAK

Pandemi yılları boyunca dijitalde geliştirilecek iş modellerinin kalıcı olacağını ve bunların eğitimde de geçerli olacağını belirten Dağ, pandemi dijitalde kat edilen yolun önemli olduğunu söyledi. "Eğitimde hibrit modelin devam edeceğini daha da önemlisi 'hibrit öğretmen' kavramının yerleşeceğini söyleyebilirim. Yüz yüze ve dijital eğitimin dinamikleri farklı. Biz eğitimin içeriğiyle ilgiliyiz. Eğitim ortamı ne olursa olsun, bu ortamların gerektirdiği yöntem ve teknolojileri kullanarak kazandırmaya çalıştığımız beceriler, edindirdiğimiz kazanımlar belli. Bu nedenle teknolojik altyapımızın ötesinde pandemiden önce de yaptığımız gibi her zaman eğitim içeriğimizi geliştirmeye odaklanıyoruz."

DİJİTAL PEDAGOJİ ÇOK ÖNEMLİ

Özlem Dağ, dijital pedagojinin önemini vurgulayarak hibrit öğretmenlere ihtiyaç olduğunun altını çizdi. "Farklı platformların dinamiklerine hakim, öğretim teknolojileri ve yöntemleri konusunda fikri olan, yeni buluşları olan öğretmenler hibrit öğretmenler olarak adlandırılıyor. Biz, dijital eğitime dair teknik altyapının yanında öğretmen eğitimlerimizi işin pedagojik boyutuyla da destekliyoruz. Öğretmenlerimiz, Bahçeşehir Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren Yenilikçi Eğitim Geliştirme Araştırma Merkezi (YEGAM) tarafından gerçekleştirilen "Dijital Pedagoji Programı"na katılıyorlar. Ders içeriklerimizi de dijital pedagojiye uygun şekilde tasarlıyoruz diyen Dağ, sözlerine şunları ekledi. "Öğretmenlerimizin dijital yetkinliklerini artırıyoruz. Her öğretmenimizin bir "dijital eğitim lideri" olması için tüm donanımları kazandırıyoruz. Dijital eğitim tasarımları da yapmaları için 6 kampüsümüzde pilot uygulama olarak Dijital Eğitim Merkezi'mizi hayata geçirdik. Bu merkezi tüm kampüslerimizde yaygınlaştırmak için planlama yapıyoruz. Öğretmenlerimize küresel geçerliliği olan teknoloji okuryazarlığı sertifika programları sunuyoruz. Teknoloji desteğiyle öğretmenlerimizin dijital okuryazarlık becerilerini geliştiriyoruz."


Bahçeşehir Koleji Genel Müdürü Özlem Dağ

DİJİTAL EĞİTİMDE KARAR DESTEK SİSTEMİNİ HAYATA GEÇİRİYORUZ

Öğrenmenin merakla başladığı gerçeğinden hareketle, üç anaokulumuzda pilot uygulama olarak eğitimde merak unsurunu merkeze alan bir proje başlatıyoruz. Bu projenin dijital uygulama ayağını ise Metodbox Bee uygulamamız üzerinden hayata geçiriyoruz. Merak unsurunun derin öğrenmeye katkıda bulunması amacıyla okul ve aile iş birliğinin öneminden hareketle "Karar Destek Sistemi"ni kullanacağız. Bu sistem, merak döngüsünde yer alan faaliyet analizinin Metodbox üzerinden yapılması esasına dayanıyor.

‘AR-GE YATIRIMLARIMIZ BÜYÜYEREK DEVAM EDECEK’

ASSISTT, TÜRKİYE’DE VE KÜRESEL PERSPEKTİFTE SOSYAL SORUMLULUK, YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLARA ODAKLI ÇALIŞMALARI GÜNDEMİNE ALDI.

ASSISTT BT Genel Müdür Yardımcısı İzzet Erten, Türkiye’de ve küresel perspektifte sosyal sorumluluk, yenilikçi yaklaşımlar, bireye dönük ve uzun vadede müşteri odaklı çözümlere ışık tutabilecek alanlarda Ar-Ge çalışmaları yürütmeyi hedeflediklerini söylüyor.


AssisTT BT Genel Müdür Yardımcısı İzzet Erten

AssisTT’in sunduğu hizmetlerden bahseder misiniz?
2007’de yüzde yüz Türk Telekom iştiraki olarak kurulan bir müşteri deneyimi şirketiyiz. Müşterilerimize çağrı merkezi çözümleri, satış-pazarlama, yüz yüze hizmet, dış kaynak kullanımı tedariki, sosyal medya yönetimi ve gelir yönetimi alanlarında çok kanallı müşteri deneyimi çözümleri sunuyoruz.

AssisTT teknoloji yönetimini nasıl gerçekleştiriyor? AssisTT’in mevcut BT altyapısı nasıl?
“Tüm müşteri deneyim merkezlerimizde operasyonlarımızı coğrafi yedekliliği sağlayan iki ana veri merkezimizle sürdürüyoruz. Altyapımızın güncel ve güvenli bir şekilde işletilebilmesi için uç noktaları ve tüm sunucularımızı merkezi olarak tek bir noktadan yönetiyoruz. Ek olarak, uç noktalardaki ihtiyaçları karşılamak için çağrı merkezi operasyonumuzun bulunduğu her bölgede yerel BT ekiplerimiz görev alıyor. Altyapımızda ise geleneksel mimari, standart sanallaştırma ve son olarak devreye aldığımız hiper bütünleşik mimariyi iç içe kullanıyoruz. Çalışmalarımızın büyük bir bölümünü bilgi güvenliğini sağlamak amacıyla güvenlik kontrolleri ve güvenlik sıkılaştırma politikaları oluşturuyor. Tüm altyapımızı ekiplerimizle birlikte 7 gün 24 saat uçtan uca sürekli izliyor, oluşan olayları vaka ve problem yönetimi süreciyle takip ediyoruz. Ayrıca değişiklik yönetimi prosedürünü uygulayarak devreye alımları gerçekleştiriyoruz. Monitoring altyapımız sayesinde de önümüzdeki dönemler için tahminleme, planlama ve bütçeleme çalışmalarını sürdürüyoruz.”

AssisTT’in teknoloji alanındaki yatırımlarından bahsedebilir misiniz?
Sunduğumuz servislerle ilgili trendleri yakalamanın yanında, teknoloji üreten bir şirket olma hedefiyle ilerliyoruz. Bu hedef doğrultusunda sistemlerimize ve ekiplerimizin yetkinliğine uygun yatırımlar gerçekleştiriyoruz. Üniversitelerle gerçekleştirdiğimiz protokoller sayesinde Ar-Ge çalışmalarını önceliklendirerek yenilikçi çözümler üzerinde çalışıyoruz, kullandığımız teknolojileri güncel tutarak iş süreçlerimize entegre ediyoruz. Müşterilerimize daha iyi bir deneyim yaşatmak için sesli yanıt sistemi (IVR), müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), yazılı kanal hizmeti (chatbot), konuşma analizi (speech analytics), sosyal medya ve gelir yönetimi, robotik otomasyon gibi uygulamalarımız ön planda olmaya devam ederken, altyapıda da sanallaşma ve sadeleşme yatırımlarımız bütün hızıyla sürüyor.

Ar-Ge Merkezi çalışmalarınızdan kısaca bahsedebilir misiniz?
“Mükemmel müşteri deneyimi inovasyona yapılan yatırımla son derece doğru orantılı. Sektörümüzde yapay zeka ile çalışan ses tanıma özellikli yanıt robotlarından, Whatsapp mesajları ile müşteri ile etkileşim yöntemlerine kadar nitelikli çözümlerin müşteri etkileşimi ve destek amacıyla kullanımı yaygınlaşıyor. Biz de bu alanda çalışmalarımızı yoğunlaştırmak adına Ar-Ge Merkezi kuruyoruz. Ar-Ge çalışmalarımız ile teknoloji ve değişen paradigmalar doğrultusunda ‘Müşteri İlişkileri Yönetimi’ temelli anahtar teslim çözümlere doğru ilerleyen, teknoloji üreten ve pazarlayan bir kurum olarak ilerlemeyi hedefliyoruz. Bu temel alanların dışında Türkiye’de ve küresel perspektifte sosyal sorumluluk, yenilikçi yaklaşımlar, bireye dönük ve uzun vadede müşteri odaklı çözümlere ışık tutabilecek alanlarda Ar-Ge çalışmaları yürütmeyi hedefliyoruz.”



GELECEĞİNİZİ ÖNCEDEN GÖRÜN!

İş ve ekonomi dünyasının referans dergisi **Fortune**,
web sitesi ve sosyal medya ile fark yaratıyor.
Takipte kalın!



FORTUNE

FORTUNETURKEY.COM
fortuneturkey | fortuneturkiye

SCHNEIDER ELECTRIC DEĞİŞİME ÖNCÜLÜK EDİYOR

SCHNEIDER ELECTRIC, YENİ NESİL ENDÜSTRİYEL OTOMASYON SİSTEMİ ECOSTRUXURE AUTOMATION EXPERT İLE ENDÜSTRİ 4.0 AKILLI İMALAT KONSEPTİNE ÖNCÜLÜK EDİYOR.

YENİ ENDÜSTRİYEL DÜNYAYI akıllı, sürdürülebilir, güvenli, son derece üretken ve verimli bir şekilde inşa etmeyi amaçlayan Schneider Electric, ayrıca dijital dönüşümün insanlığı da dönüştürüğünün altını çiziyor. Schneider Electric Türkiye, Orta Asya ve Pakistan Endüstri İş Birimi Genel Müdür Yardımcısı Esin Gül ile şirketin gelecek planlarını masaya yatırdık. İşte Gül'den çarpıcı cevaplar...



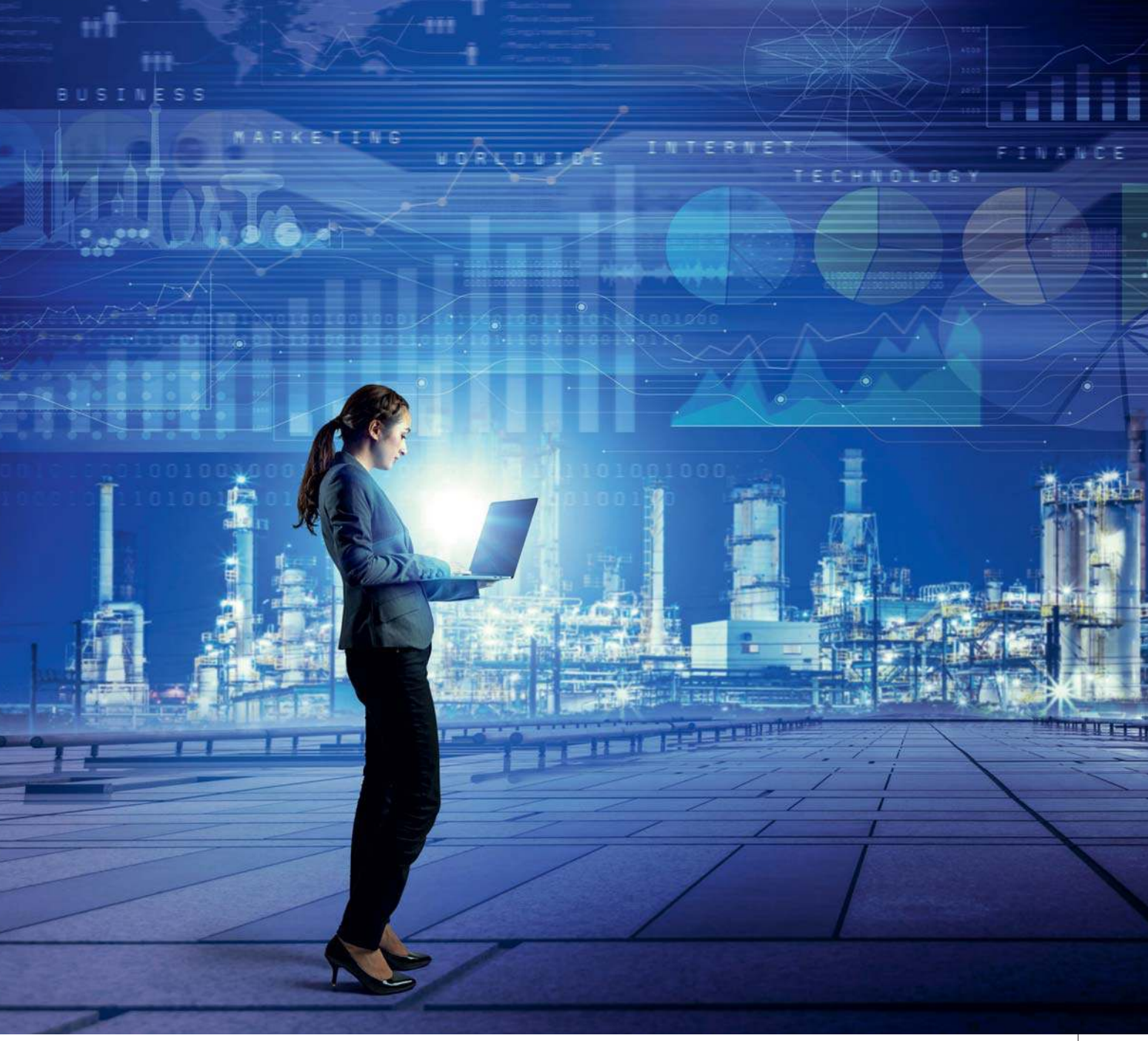
Schneider Electric Türkiye, Orta Asya ve Pakistan Endüstri İş Birimi Genel Müdür Yardımcısı Esin Gül

Otomotivde, finansta, üretimde, enerjide, kamu hizmetlerinde kısacası hayatımızda hangi dönüşümler yaşanacak sizce?

"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 IIoT 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. Dijital dönüşümün ilk aşamasında insanlar birbirine bağlandı. İkinci aşamada ise makineler de devreye giriyor. Nesnelerin İnterneti (IoT) gibi teknolojiler çevremizdeki her şeyi birbirine bağlıyor, bu iletişim üzerinden toplanan veriler analiz edilerek daha anlamlı algoritmalara dönüşüyor, makineler öğrenmeye devam ediyor. Nesnelerin İnterneti entegrasyonu ile fabrikalarda imalat süreçlerinin toplam değerler zincirini optimize ederek, EcoStruxure platformu ile Endüstri 4.0 akıllı imalat konseptine öncülük edecek çalışmalara imza atıyoruz. Bu mimaride "Bağlanabilir Cihazlar" olarak adlandırdığımız bu ekipmanlar bağlı oldukları prosese ilişkin binlerce datayı 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 gelmiş durumdalar. Önümüzdeki dönemde ise asıl sıçrama yazılım alanında gerçekleşecek. Bu cihazlar tarafından üretilen büyük veriyi kayıt altına alacak, işleyecek ve yapay zeka ile analiz ederek anlamlı bir yönlendirme sağlayacak. Bu yazılımlar sayesinde süreçler hızlanacak; çok daha kârlı, verimli ve çevik bir iş modeline geçiş yapacağız."

Sürdürülebilirlik için gelecekte neler yapılması gerekiyor?

"Dijitalleşme ve elektrik, iklim değişikliği denklemini çözmemize yardımcı olacak iki temel teknoloji olarak öne çıkıyor. Özellikle COVID-19 pandemisi insanlığın doğal olaylara karşı ne kadar kırılgan durumda olduğunu bizlere gösterdi. Pandeminin hemen arkasından gelen iklim değişikliği tehlikesinin farkındayız. Ancak iklim değişikliğinin yönünü ve karbon emisyonlarının yörüngesini değiştirebilecek olanaklara sahibiz. Bu olanakların en önemlilerinden biri olan teknoloji, ilerleme ve sürdürülebilirlik arasında bir köprü kurmamızı sağlıyor. Sürdürülebilirlik açısından bir diğer önemli teknoloji ise uzun yıllardır gündemde olan ve enerjiyi karbondan ayırmanın en iyi yöntemlerinden biri olan yeşil elektrik. Bu nedenle elektrikli araçların, güneş enerjisinin, mikro şebekelerin ve sıfır emisyonlu binaların olduğu bir dünya bizi bekliyor. Gelecekte elektrik günümüzden daha farklı olarak yenilenebilir ve yeşil olacak. İklim değişikliğiyle gerçekten mücadele etmek ve sürdürülebilir bir gelecek yaratmak istiyorsak dijital dönüşüm, döngüsel ekonomi, yeşil elektrik ve yenilenebilir enerjiden oluşan bu dört basit değişkeni şimdiden uygulamamız gerekiyor."



DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRACAK TEKNOLOJİLER

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN İŞ HAYATINDAKİ RADİKAL YANSIMALARINA ŞAHİT OLUYORUZ. İÇİNDE BULUNDUĞUMUZ DÖNEM BÖYLE BİR DÖNEM. BU DÖNÜŞÜM VERİ YOĞUN SEKTÖRLERDE ÇOKTAN BAŞLADI VE HIZLA DEVAM EDİYOR. ŞİMDİ DİĞER SEKTÖRLERDE MUAZZAM BİR DÖNÜŞÜM YAŞANIYOR. YAPAY ZEKA, MAKİNE ÖĞRENMESİ VE OPTİMİZASYON TEKNOLOJİLERİ İŞ SÜREÇLERİNİN ANALİTİK OLARAK MODELLENEBİLMESİNE OLANAK SAĞLARKEN İŞ ANALİTİĞİ VE BÜYÜK VERİ YÖNETİMİ KRİTİK SEVİYEDE ÖNEM TAŞIYOR...





IBM Başkanı ve CEO'su Arvind Krishna

YAPAY ZEKA, makine öğrenmesi, bulut sistemler, gelişmiş sensörler ile donatılmış robot teknolojiler bu değişimi tetikleyen en önemli unsurlar arasında gösteriliyor. Söz konusu teknolojiler özellikle firma içinde karar alma süreçlerini nasıl etkileyeceği ve yöneticilerin değişen iş süreçlerini nasıl yöneteceği konusu önümüzdeki yıllarda da çokça tartışılmaya devam edecek. İş analitiği ve büyük verinin yönetimi burada önemli bir kavram olarak karşımıza çıkıyor. Dijital dönüşümü hızlandıracak Hibrit Bulut ve Yapay Zeka çözümleri, mayıs ayında düzenlenen IBM 2021 Think konferansında ele alındı.

HİBRİT BULUT

IBM Başkanı ve CEO'su Arvind Krishna, "Geriye dönüp baktığımızda 2020 ve 2021, dünyanın bütün gücüyle dijital yüzyıla girdiği dönem olacak. Geçen yüzyılda fabrikalarda ve makinelerde elektrik kullanmaya başladık. Bu yüzyılda da yapay zekanın yazılımlara ve sistemlere yayılmasını sağlamak için, hibrit bulutu kullanacağız. Emin olduğumuz tek bir şey var: Geleceği sektörde kapsamlı iş birliğini temel alarak inşa edeceğiz. Ortak ekosistemlerimizdeki yatırımları artırmamızın sebeplerinden biri de bu. Think 2021'de, iş dünyasına yönelik yeni BT yazılımlarının yapıtaşını oluşturan teknolojiler olan hibrit bulut ve yapay zeka inovasyonlarımızı da gözler önüne seriyoruz" diyor. İşletmelerin sistemlerini modernize etmek için net ve güvenilir bir yola ihtiyaç duyduklarını bilen IBM, hibrit bulut ve yapay zeka alanına odaklanıyor. IBM'in hazırladığı yapay zekanın benimsenmesine ilişkin araştırma, yapay zekanın iş süreçlerine dahil edilmesinin pandemi döneminde daha acil bir hale geldiğini gösteriyor. Dünyanın çeşitli yerlerinden BT çalışanlarının katıldığı ankete göre, BT çalışanlarının yüzde 43'ü şirketlerinin yapay zeka kullanımını başlatmaya hız verdiğini ifade etti. Ayrıca ankete katılan BT çalışanlarının neredeyse yarısı, yapay zeka sağlayıcılarını çoğunlukla süreçlerini otomatikleştirme yeteneklerine göre değerlendirdiklerini belirtiyor. IBM; işe yönelik yapay zeka yetenekleri konusundaki yatırımlara ağırlık vermesini bu sebeplere bağlıyor.

VERİ VE YAPAY ZEKA BİR ARAYA GELİYOR

Aynı zamanda pazardaki en yüksek performanslı bulut veri deposunu da içeriyor. AutoSQL Cloud Pak for Data içerisindeki yeni bir veri yönetme yapısına işlenen çeşitli yeni teknolojilerden biri olacak. Yeni veri yönetme yapısı bir yandan ortak bir veri temelindeki bambaşka veri kaynaklarını birleştirirken; diğer taraftan yapay zekadan yararlanarak karmaşık veri yönetimi görevlerini otomatikleştirecek. Cloud Pak for Data müşterilerin dağıtılmış sorgulara; diğer veri depolarına oranla yarı maliyetle ve sekiz kat daha hızlı cevap almalarına yardımcı olmak için, yapay zekadan yaralanıyor. AutoSQL; verilerin nerede bulunduğuna ya da nasıl depolandığına bakılmaksızın ve taşınmasını da gerektirmeden müşterilerin verilere erişme, verileri

birleştirme ve yönetme biçimlerini otomatikleştiriyor. AutoSQL, hem yapay zekaya dayalı doğru tahminlerde bulunmak için gizli içgörüleri ortaya çıkarıyor hem de müşterilerin veri düzenleme karmaşıklığını azaltma ve yüksek veri taşıma maliyetini ortadan kaldırma konusundaki kritik sorunlara çözüm getiriyor.

DÖNÜŞÜMÜN FIRSATLARI

Başta yapay zekâ, nesnelerin interneti, robotik otomasyon, 5G teknolojisi ve siber güvenlik olmak üzere yeni teknolojiler hayatımızın her alanında etkin bir rol oynuyor. Dijital dönüşümün yaşamı kolaylaştırmaya yardımcı olduğunu söyleyen CLPA (CC-Link Partner Association) Türkiye Müdürü Tolga Bizel, bu dönüşümün insanların işini elinden alacak bir tehdit unsuru olarak görülmemesi gerektiğinin altını çiziyor. Aksine dijital dönüşümün bir fırsat olduğunu belirten Bizel, emek gücünün yerine insanların yaratıcı düşüncelerini ortaya koyabilecekleri yepyeni iş yapış modellerinin oluşacağını söylüyor. Günümüzde insanların dijital dönüşüme ayak uydurabilmesi için bir kültürün yaratılması gerektiğini söyleyen Bizel, "Dijital dönüşümü sadece teknolojik dönüşüm gibi algılamamak, kurum ve kuruluşların insan, iş süreçleri ve teknoloji unsurlarında gerçekleştirmesi gereken bütüncül bir dönüşüm olarak düşünmek gerekiyor. Bu noktada Sanayi 4.0'ın en öncelikli ve hassas unsurlarının başında insan kaynağı geliyor. Özellikle genç ve dinamik bir nüfusa sahip ülkemizde, geleceği inşa edecek gençlerimizi Sanayi 4.0'ın gereksinimleri doğrultusunda yetiştirmemiz son derece önem kazanıyor. Böylelikle yeni dünya düzeninin farklı ihtiyaçlarına cevap verebilecek iş gücüne sahip olma fırsatını değerlendirebilir ve oluşan yeni iş olanaklarıyla gençlerimize istihdam imkânı sunarak ekonomiye katma değer sağlayabiliriz" diyor.

FABRİKALARDA KESİNTİSİZ İLETİŞİM

Dijital dönüşümün en temel unsurunun endüstriyel haberleşme olduğunu belirten Bizel, "Sanayi 4.0'ın gereklerini hayata geçirmek ve başarılı bir dijital dönüşüm gerçekleştirmek için fabrikalarda robotlar dahil tüm makine ve sistemlerin birbiriyle çok hızlı ve kesintisiz bir şekilde haberleşmesi kritik önem taşıyor. Dijital fabrikalarda pek çok veri, çok sayıda cihaz tarafından gerçek zamanlı olarak oluşturularak süreçlerin şeffaf bir şekilde görüntülenmesini sağlamak üzere paylaşılıyor. Bu sürecin başarısında endüstriyel haberleşme sistemlerinin bant genişliği büyük önem taşıyor. CLPA'nın en yeni teknolojisi olarak bu noktada devreye giren CC-Link IE TSN, Zaman Duyarlı Ağ (TSN-Time Sensitive Network) teknolojisinden yararlanan dünyanın ilk endüstriyel açık ağı olarak öne çıkıyor. Zaman Duyarlı Ağ (TSN) teknolojisi aynı zamanda işletmelerin süreçlerinin iyileştirilmesine ve rekabet gücünün arttırılmasına katkıda bulunuyor. Farklı teknolojilerle birlikte kullanıldığında ise fiziksel ve sanal makinelerin performansına ilişkin yüksek kalitede gerçek bilgilerin aktarılması için verimli ve güvenilir bir ağ görevi görerek son derece doğru ve duyarlı bir gerçek zamanlı dijital ikiz oluşturma imkânı tanıyor" diyor.



CLPA Türkiye Müdürü Tolga Bizel



NECMİ ÖMERDEDEOĞLU
Mitsubishi Electric Fabrika Otomasyon Sistemleri Ürün Yönetimi ve Pazarlama Robot Ürün Takım Müdürü

ÜRETİM FELSEFESİ TAMAMEN DEĞİŞTİ

Günümüzde üretim felsefesinin tamamen değişti. Artık daha esnek ve daha akıllı araçlara ihtiyaç duyuluyor. Günlük hayata baktığımız zaman tüketim alışkanlıklarının artık tamamen değiştiğini ve ihtiyaçların da buna bağlı olarak çeşitlendiğini görebiliyoruz. Kullandığımız telefondan giydiğimiz kıyafete kadar kişiselleştirilmiş ürünler artık daha fazla ilgi görüyor ve son kullanıcının karar verme yetkisi giderek artıyor. Sürekli değişen tüketici taleplerine cevap verebilmek, üretim kapasitesini artırabilmek ve rekabet edebilmek için fabrikalara daha esnek ve daha akıllı mühendislik sistemleri entegre etmemiz gerekiyor. Kişiselleştirilmiş üretimin yanı sıra fabrikalarda kârlılığın artması ve operasyonel giderlerin azalması için de akıllı mühendislik teknolojilerine yatırım yapmak, akıllı bulut sistemleriyle entegre çalışabilmek ve tesisi daha güvenli hale getirebilmek kritik bir öneme sahip. Tüm bu beklentilere cevap verebilen ileri robot teknolojileri kullanımı da giderek yaygınlaşıyor ve üreticileri geleceğe hazırlıyor.



GÖKHAN GÜMÜŞLÜ
EY (Ernst & Young) Türkiye Danışmanlık Hizmetleri Bölüm Başkanı

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN BAŞARISI İŞ GÜCÜNE BAĞLI

2020, küresel iş dünyasında güç kararlar alınmak zorunda kalınan bir yıl oldu. Portföy ve projeler yeniden gözden geçirilerek uzun vadeli büyüme beklentilerinde denge sağlamaya odaklanıldı. Teknoloji pandemi döneminde şirketlerin direnç ve esnekliğini destekleyen en önemli faktör oldu. Geleneksel iş modelleri ile faaliyetlerini sürdüren organizasyonların bu dönemde yeni dijital teknolojilere hızlı şekilde adapte olduklarını gözlemledik. Pandeminin devam ettiği bu süreçte hibrit iş modellerinin giderek daha fazla benimsendiğini görüyoruz. Geleceğe baktığımızda da şirketlerin özellikle risk yönetimlerini güçlendirecek teknoloji yatırımlarına hız vereceklerini öngörüyoruz EY 2021 CEO Araştırması'na göre; CEO'lar gelecek 12 aylık dönemde veri ve teknolojiye büyük ölçekli yatırımlar yapmayı planlıyor. Araştırmada, veri güvenliği ve tüketici güvenini güçlendirmeye yönelik aksiyon alınmaması halinde veri teknolojilerinin beraberinde getirdiği yeniliklerden yeterli fayda sağlanamayacağı ve dönüşüm çabalarının olumsuz etkilenebilecek.

DOÇ. DR. BİLGİN METİN
Boğaziçi Üniversitesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Öğretim Üyesi

TEKNOLOJİ ÇAĞININ ARTAN REKABETİ

Sürekli artan bir rekabet ortamındayız. Evet, teknoloji çağı bunu gerektiriyor ancak sürekli artan bu rekabetin bir canavara dönüşme ihtimalini gözden kaçırmayalım. Rekabet, firmaların karlılıklarını düşürmemeli. Dönüşümün elbette bir maliyeti var. Hassas konulardan biri de bu zaten. İşletmeniz için gerekli olan bilişim teknolojileri stratejilerini doğru bir şekilde belirlemedikçe dijital dönüşümün maliyeti çok ağır olabilir. Diğer yandan firmanızı dönüştüremezseniz rekabet gücünü kaybederek yine zorluklar yaşabilirsiniz.
Değişimin doğasında zaten risk var. Buradaki pozitif risk fırsatları negatif risk ise zarar görmeye yol açar. Dijital dönüşüm öncesinde bu doğru strateji nasıl oluşturulacak? İş hedefleri ile BT hedefleri arasında bir uyumun sağlanması için etkili iletişim ve yönetim kültürünün oluşturulması bunun ilk adımı. Sonra bir risk değerlendirilmesi yapılması şart. Bu risk değerlendirmesi sonucu teknolojiyi güvenli bir şekilde kullanabilirsiniz. Aksi takdirde teknolojinin kendisi ekstra bir risk oluşturur. Sonra üretim süreçlerini, iş süreçleri hakkında veri toplayarak onlara dayanarak, işletme için daha gerçekçi maliyet hesapları, üretim planlaması ile daha etkili kararlar alınabilmesi gelecek.





BURAK ÇİFTER
Bilge SGT Genel Müdürü

SİBER GÜVENLİK VAZGEÇİLMEZ BİR UNSUR

Siber güvenlik çözümleri 10-15 sene önceki gibi daha zor erişilebilen ve sadece çok büyük işletmelerin bütçe ayırabileceği çözümler değil. Özellikle dijital dönüşümün bulut tabanlı hizmetleri yaygınlaştırması, siber güvenlik çözümlerinde de etkisini gösterdi. Artık işletmeler siber güvenlik tedbirlerine sahip olmak ve bunları yönetmek için, çözümün yanı sıra ek bir altyapı yatırımı yapmak zorunda kalmayabiliyorlar. Özellikle robot çözümler çok yaygın olarak iş hayatımıza girmeye başladı. Rutin işleri yapmak için eğittiğiniz makine öğrenmesi tabanlı çözümler artık ülkemizde de kullanıldığını görebiliyoruz. Evrak doğrulama, fatura kontrolü, veri ayıklama ve farklı kaynaklardan gelen verilerin işlenerek işletmenin sistemine istenilen şekilde girilmesi gibi rutin ancak yine de insan gerektiren işler artık bu robot çözümler sayesinde hem daha az hata oranı hem de kesintisiz ve süreçlere entegre olarak çalışabiliyor. Bu alanda özellikle görüntü işleme teknolojilerinin gelişmesinin de katkısı ile üretim kalite kontrolünden tutun da bilgi ve belge tasnifine kadar bir çok süreci önümüzde beş sene içerisinde robot yazılımlarına devredeceğimizi kolaylıkla öngörebiliyoruz.

KOBİ'LERE DİJİTAL DÖNÜŞÜM REHBERİ

TÜRK TELEKOM, İTO'NUN AVRUPA BİRLİĞİ DESTEKLİ KOBİ'LERİN DİJİTALLEŞTİRİLMESİ PROJESİ KAPSAMINDA FAALİYETE GEÇİRİLEN **"dijitalkobim.org"** PLATFORMUN STRATEJİK ORTAĞI OLDU. BU PROJE İLE İSTANBUL'DAKİ 430 BİN ŞİRKETİN DİJİTAL DÖNÜŞÜM İHTİYAÇLARININ KARŞILANMASI HEDEFLENİYOR.

İSTANBUL TİCARET ODASI (İTO) ve Türk Telekom, ülke ekonomisinin önemli gücünü oluşturan KOBİ'lerin dijital dönüşümlerine liderlik etmek ve küresel rekabette avantaj elde etmelerini sağlamak için iş birliği yaptı. Bu kapsamda Türk Telekom, İTO'nun Avrupa Birliği destekli KOBİ'lerin dijitalleştirilmesi projesinin nihai ürünü olan ve dijitalkobim.org adresinden erişilebilen platformun stratejik ortağı oldu. Bu iş birliği ile Türk Telekom ve 430 bin işletmenin üye olduğu İTO, KOBİ'lerin teknolojinin sunduğu imkanlardan faydalanarak, rekabette öne çıkmalarına katkı sağlamayı hedefliyorlar.

"İNOVASYON YETENEKLERİNİ ARTIRACAĞIZ"

İTO Başkanı Şekib Avdagiç, "KOBİ'ler dijital dönüşümün kalbinde yer alıyorlar. Dijitalleşmenin girişimcilerimize heyecan ve cesaret verdiğini görüyoruz. Ekonomimizin ve toplumumuzun yaşam kaynağı olan KOBİ'ler, güçlü siber korumadan online tedarik yönetimi ve müşteri taleplerine online yanıt verilmesini kadar birçok mücadele ile karşı karşıya. Dünya üzerinde ekonomiler, toplumlar, hükümetler dijitalleşiyor. KOBİ'lerimiz verimliliklerini artırmak, yeni iş imkanları oluşturmak için dijitalleşme imkanını kullanıyorlar. Dijital KOBİ'm projemizi dijital ekonomide Türk KOBİ'lerinin rekabet gücünü artırmak için önemli görüyoruz. Proje ile KOBİ'lerimizin dijital potansiyellerini ve inovasyon yeteneklerini artırmayı hedefliyoruz" dedi. "Ekonomimizin yeni enerjisi dijital teknolojiler, bu enerji kaynağının hücreleri ise KOBİ'lerdir" diyen Avdagiç, Türk Telekom'un İTO'nun Dijital KOBİ'm inisiyatifine stratejik ortak olmasından dolayı büyük memnuniyet duyuyoruz" diyor.

"KOBİ'LERİN DÖNÜŞÜMÜ ÜLKEMİZİ DÖNÜŞTÜRECEK"

Türk Telekom CEO'su Ümit Önal, ise "Türkiye'nin geleceğini inşa etmek ve ülkemizin dijitalleşmesi için var gücümüzle çalışmaya devam ediyoruz. Türkiye'de KOBİ'ler, ekonomik ve sosyal kalkınmamızın temel taşını oluşturuyor. Biz de ülkemiz için çok büyük bir potansiyel oluşturduğuna inandığımız esnaf ve KOBİ'lerimize daha verimli çalışmaları ve uluslararası pazarlara açılmaları için oldukça kapsamlı bir teknoloji desteği sağlıyor, dijitalleşme süreçlerinde de kendimizi KOBİ'lere en yakın çözüm ortağı olarak konumlandırıyoruz. Mobilden sabit internete, bulut hizmetlerinden veri merkezine kadar çeşitli ürün, hizmet ve servislerimizle her zaman işletmelerin yanında yer alıyoruz. Bu hizmetlerimize bir yenisini daha eklemiş olmaktan gurur duyuyoruz. Çünkü, Türkiye'nin dijital dönüşümü, KOBİ'lerin dönüşümünden geçiyor" diyor.



Türk Telekom CEO'su Ümit Önal (Solda), İTO Başkanı Şekib Avdagiç

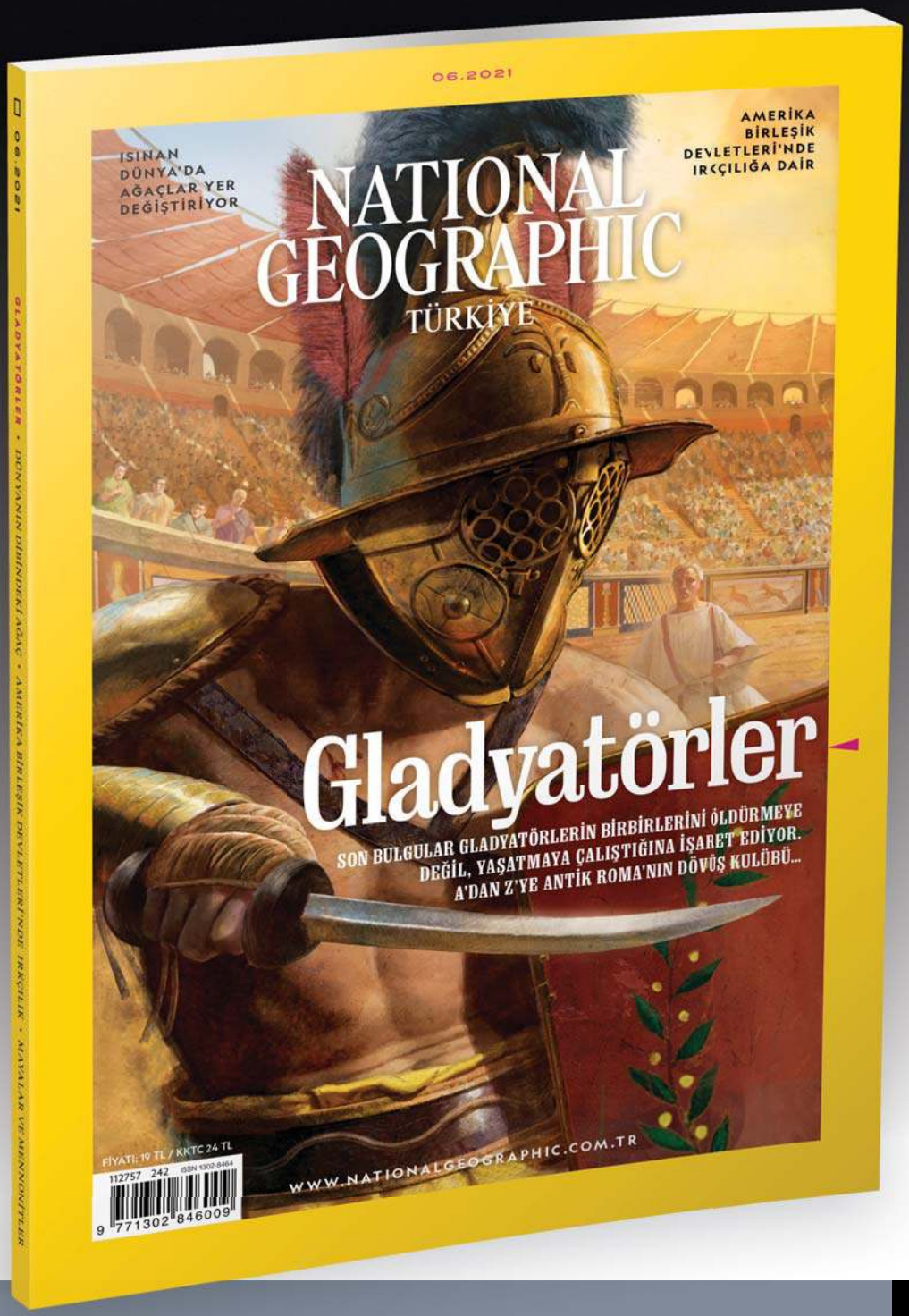
ÜYELERİN İHTİYAÇLARI KARŞILANACAK

"dijitalkobim.org" platformu Türkiye-AB İş Diyaloğu Programı kapsamında hibe almaya hak kazanan ve İTO koordinatörlüğü ile Paris Ticaret ve Sanayi Odası ortaklığında yürütülen KOBİ'lerin Dijitalleştirilmesi İçin Eşleşme Projesi kapsamında hayata geçirildi. Bu proje ile İstanbul'daki 430 bin üyenin dijital dönüşüm ihtiyaçlarının karşılanması hedefleniyor. Platform imalat ve hizmet sektörlerindeki KOBİ'lere dokuz farklı dönüşüm alanında eğitim ve danışmanlık gibi hizmetleri sunarak, işletmelerin dijital dönüşümlerini kolaylaştırmayı amaçlıyor.

NATIONAL GEOGRAPHIC TÜRKİYE

HAZİRAN SAYISI

BAYİLERDE



ABONE www.groupmedya.com/iletisim/
DİJİTAL KÂŞİFLERİN VAZGEÇİLMEZ ADRESİ nationalgeographic.com.tr'yi ziyaret edin

NATIONAL GEOGRAPHIC TÜRKİYE


Logo
Yazılım'la
1-0
öne
geçin
Bir iş yerinde her şey 1-0 öndeyse orada
Türkiye'nin en büyük
yerli iş yazılım şirketi Logo vardır.
Logo

TÜRKİYE'NİN EN GÖZDE ŞİRKETLERİ

Kimileri kurum kültürüyle, kimileri ise sunduğu gelişim fırsatlarıyla gençleri cezbediyor. 128 üniversiteden 71 bin 219 üniversite öğrencisi, kariyer hayallerini süsleyen Türkiye'nin en gözde 100 şirketini belirledi. İşveren markasına dönüşerek zirveye yerleşen şirketler, cazibelerinin sırrını Fortune Türkiye'ye açıkladı.



"YAŞAM SİZE VERİLMİŞ BOŞ BİR FİLM. Her karesini mükemmel bir biçimde doldurmaya çalışın" der fotoğrafın büyük ustası Ara Güler. Çoğu zaman anlamak için kategorize etmeye ihtiyaç duyulsa da; kendi hayatını kurma çabası, jenerasyon fark etmeksizin her gencin mutlaka bir dönem içinde bulunduğu durumu ifade ediyor. Kuşakların adı gibi yaşadığımız çağların adı da değişiyor. Sahip olduğumuz şartlar, araçlar ve imkanlar evrilip dönüşüyor. Hayattaki yerimizi arayışımız ise durmaksızın devam ediyor. Bu arayış hali ve hayat kurma çabamız, yaptığımız işlerden, çalışmayı tercih ettiğimiz şirketlerden beklentilerimizi de şekillendiriyor.

Bugün gelinen noktada, şirketlerin sunduğu maddi olanaklar tek başına yeterli bulunmadığı gibi markalar da artık tek boyutlu değil. Madalyonun bir de "işveren markası" yüzü var. Marka yönetimi uzmanı Simon Barrow'un yaratıcısı olduğu bu kavram, ilk kez bir makalede kullanıldığı 1996 yılından bu yana şirketlerin, dolayısıyla da çalışanların hayatında çok şey değiştirdi. İnsan kaynakları alanında mihenk taşı sayılan kavram, kurum kültürü ve şirket itibarının her zamankinden daha fazla ön plana çıktığı, şirketlerden sosyal anlamda daha fazla katkı beklendiği, yetenek yönetiminin yaratıcı projelerle desteklendiği, çok yönlü ve çeşitliliğe dayalı bir dönemin kapılarını açtı.

GÖZDE ŞİRKETLERİN EN GÜÇLÜ KASI: İŞVEREN MARKASI

Her yıl kariyerinin başındaki binlerce genç, bu yeni dönemin sunduğu imkanları göz önünde bulundurarak gelecekleri için doğru adres olduğuna inandıkları şirketlerde iş hayatına adım atıyor. Rekabetin yalnızca işgücü piyasasında değil, iş verenler arasında da yaşandığını göz önünde bulundurduğumuzda, akıllara merak uyandıran sorular geliyor: En gözde şirketler hangileri? Gençler neden onları tercih ediyor? Rakiplerinden farklı olarak hangi imkanları sunuyorlar?

Türkiye'de 13. kez gerçekleştirilen "En Gözde Şirketler" araştırması, bu soruları masaya yatırdı ve cevapları bizzat ilk ağızdan aldı. Türkiye'yi "işveren markası" kavramıyla 2007 yılında tanıştıran alanının öncüsü Realta Danışmanlık tarafından geliştirilen ve yürütülen araştırma, her yıl olduğu gibi bu yıl da şirketlerin kurum kültüründen kişisel gelişime yaptıkları yatırıma kadar birçok alanda değerlendiren sorularla, üniversite öğrencilerinin en çok çalışmak istedikleri şirketleri ve sebeplerini belirledi. Araştırmanın zirvesindeki şirketlerin yöneticilerine, gençlerin ilgisini, sundukları fırsatları ve tavsiyelerini sorduk:



ŞİRKETLERE SORDUK:

- **Yeni mezunları en çok cezbeden özelliğiniz nedir?**
- **Öğrenci ve yeni mezun programlarınız var mı?**
- **İş hayatına daha iyi hazırlanmaları için üniversite öğrencilerine sizin şahsi tavsiyeleriniz nelerdir?**



ŞENGÜL ARSLAN
Şişecam İnsan Kaynakları Başkanı

Şişecam olarak gençlere büyük resmi gösterebilmek ve yaptıkları işin bu resimde nerede durduğunu, nereyi nasıl etkilediğini doğru şekilde aktarabilmek fark yarattığımız noktalardan biri.

Kampüs etkinliklerimizde bir araya geldiğimiz öğrencilerle üretim hakkında konuştuk, deneyimlerimizi aktardık. Teknik gezilerle bir mühendisin bir gününü yerinde, fabrikalarımızda deneyimlemelerini sağladık. Şu an yeni mezun mühendis alımlarımızın tamamına yakınını başarılı stajyerlerimizden karşıladığımızı söyleyebilirim.

"Global Genç Yetenek Programı Together" adlı uzun dönem proje stajı programını hayata geçirdik. Program kapsamında lisans son sınıf, yüksek lisans ve doktora öğrencileri 11 aya varan sürelerde Genel Müdürlük birimleri, Ar-Ge merkezi ve fabrikalarımızda part-time görev alabilmektedir. Stajlarının sonunda projeleriyle ilgili üst yönetime sunum yapma imkanı bulan stajyerlerimiz, Şişecam Akademi'de eğitim alabilmektedir.

Program kapsamında ilk kez 2019'da Türkiye'den başarılı stajyerlerimiz, yaz stajlarına yurtdışındaki fabrikalarımızda devam etme fırsatı buldular. Türkiye'de de ilk kez gerçekleştirilen bu proje ile stajyerlerimiz Almanya, Romanya, Slovakya ve Bosna-Hersek'de 1,5 ay geçirmiş; program sonunda başarılı olanlar kadromuza kazandırılmıştır.

First Step Programı ise, lisans 3 ve 4. sınıftaki öğrencilere yönelik hayata geçirdiğimiz bir diğer staj programıdır. Her yıl yaklaşık 250 üniversite öğrencisi, yaz stajlarını Genel Müdürlük birimleri, Fabrikalarımız ve ARGE merkezimizde gerçekleştirmektedirler. Ayrıca bu yıl 6 üniversitede, 19 projede genç arkadaşlarımızla birlikte çalışmayı sürdürüyoruz.

Pandeminin etkisiyle çalışanlarda aranan yetkinlik setinde iletişim, işbirliği, analitik ve kavramsal düşünme ve etki yaratmaya ek olarak; teknoloji okuryazarlığı, çeviklik ve adaptasyon kabiliyeti önemini daha da artıran yetkinlikler olarak öne çıktı. Esneklik ve farklı ekiplerle uyum içerisinde çalışabilme kabiliyeti de aranan önemli yetkinlikler arasında yer alırken; yaratıcılık, özgünlük, duygusal zeka ve girişkenlik de öne çıkan işe alım kriterlerimiz içinde yer alıyor.



NİSA KILIÇ
Unilever HR Senior Manager – Employee Experience & Operations & Talent Acquisition & Employer Brand

Yeni mezun adaylarımız artık Z kuşağı ve bu noktada, onların beklentilerini dinlemek ve değişen kariyer ihtiyaçlarını fark etmek gerekiyor. Unilever olarak yeni mezunların kariyerlerinin ilk adımlarında sadece işveren rolüyle değil, onların gelişiminden de sorumlu olan bir kariyer sponsoru rolüyle işveren markamızı yönetiyoruz. Duruşumuzu destekleyen tüm bu çalışmalarımız, Unilever'de kariyeri yeni mezunların gözünde cezbedici kılıyor.

Artık yeteneğin, deneyimin, hayat amacının ve becerinin, yetenek yönetiminde üst sıralarda olduğunu görüyoruz. Bu doğrultuda öğrencilerin ve yeni mezunların kendilerini geleceğe hazırlamalarını ve gelişmelerini sağlayan üç programımız var. Bunlar sırasıyla; 3 aylık proje bazlı yaz staj programımız olan Unilever Liderlik Staj Programı (ULIP), okurken eş zamanlı olarak çalışma imkanı sağlayan uzun dönem staj programımız GenNext, yeni mezunlar ve kariyerlerinin başında olan yetenekler için tasarladığımız dolu dolu gelişim fırsatlarından oluşan programımız Unilever Geleceğin Liderleri (UFLP).

Parçası olduğunuz işi sorgulamaktan korkmayın ve merakla ile yaklaşan bir bakış açısına sahip olun, veriyi kullanın. Onlar size hem işinizi hem kendinizi geliştirmek adına en doğru yolu gösteriyor olacak. Empati becerinizi günbegün geliştirin ve en önemlisi ne yaparsanız yapın tutkunuzu ve hayat amacınızı yaşatarak yapın.



TOLGA GÖRGÜLÜ
Oyak Renault İnsan Kaynakları Direktörü

Farklı sorumluluk seviyelerinde bulunan çalışanlarımızın yüzde 69'u Y ve Z jenerasyonuna dahil. Organizasyonun bu denli genç olmasının nedeni işe alım stratejimiz. Ayrıca geniş gelişim fırsatlarımız sayesinde yöneticilerimizi kendimiz yetiştiriyoruz. Çalışanlarımız, yüksek teknolojiye sahip ürünler, üretim ve iş süreçleri üzerinde çalışma fırsatı elde ederek, bu hızlı değişim içerisinde her zaman güncel kalma fırsatı yakalıyorlar. Dünya'nın en büyük otomotiv organizasyonu olan Renault – Nissan – Mitsubishi ittifakı çatısı altında global yönetim anlayışına sahip bir kurum kültürünü deneyimlerken, küresel ölçekte kariyer fırsatlarını yakalayabiliyorlar.

ORVILLE Genç yetenek programlarımız ile üniversite öğrencilerine yönelik eğlence, yaratıcılık, teknoloji ve takım çalışması ile dolu birçok deneyim fırsatı sunuyoruz. ORVILLE Summer yaz stajı programımızla öğrenciler zorunlu yaz stajlarını Oyak Renault'da tamamlayabiliyorlar. ORVILLE 4 Seasons programımızla ise, lisans veya yüksek lisans/doktora öğrencileri

öğrenim hayatlarını sürdürürken yarı zamanlı olarak Oyak Renault'yu deneyimleyebiliyorlar. Bunlara ek olarak öğrenciler yılın farklı dönemlerinde gerçekleşen Womenspire, Learning Hub, ORVILLE Campus gibi programlara da dahil olabiliyor.

İçinde bulunduğumuz hızlı değişim ve dönüşüm ortamında, başarının anahtarı davranışsal yetkinlikler. Öğrenme çevikliği ve yılmazlık yetkinliğine sahip olanlar daha başarılı oluyorlar. Değişen durumlara çeviklikle uyum sağlayıp, hızlı ilerliyor ve hızlı karar alıyorlar.



SEDA TANEM TAMUR OĞRALI
Pfizer Eastern Europe Training Lead

Lider yetiştirmeye odaklı bir şirket olarak çalışanlarımıza bireysel gelişim, yüksek performans ve başarı için her türlü olanağı yaratmayı hedefliyoruz. Pfizer Türkiye'de işe alınan biri, sadece işe gireceği pozisyon için değil geleceğin yöneticisi olacak bir Pfizer'li olarak değerlendirilir. Pfizer Türkiye, sadece Türkiye'de değil, dünyada da "bir lider okulu" olarak ün yapmıştır. Bugüne kadar 70'ten fazla yöneticimiz farklı ülkelerde görev aldı. Halen 50'nin üzerinde üst düzey Türk yönetici, uluslararası rollerde görevlerini başarıyla sürdürmektedir.

PT Universe programı ile hem öğrencilere hem de şirkete daha çok katma değer yaratması amacıyla Pfizer'de kısa dönemli staj yerine part-time çalışma şeklini önceliklendiriyoruz. En az 6 ay boyunca haftada 2,5 gününü ayırabilen üniversite öğrencileri için tüm departmanlarımızda part time çalışma imkanı sunmaktayız. Medical Universe; Tıp Fakültesi ve Eczacılık Fakültesi öğrencilerine ve mezunlarına yönelik Medikal departmanımızdaki kariyer programımızdır. MT Universe ise; yeni mezunları bünyemize kattığımız ve geleceğin liderleri olarak yetiştirdiğimiz kariyer programımızdır.

İş, hayatımızın anlamlı bir bölümünü kapsadığı için en doğru işte olmak büyük önem taşır. Bu doğrultuda, öğrencilik yıllarında farklı çalışma deneyimleri kazanarak hem kendilerini daha yakından tanımalarını hem de en mutlu hissettikleri ve potansiyellerini açığa çıkarabildikleri çalışma modellerini, kurum kültürlerini belirlemelerini tavsiye ederim.



BAHATTİN AYDIN
Yıldız Holding, Chief People & Business Support Officer

Onlara iş hayatını gerçek anlamda global bir şirkette deneyimlemeleri için birçok fırsat tanımamız. Her sene gençler için ne sağlayabiliriz, nasıl en maksimum ölçüde faydalı olabiliriz diye düşünerek tüm sürecimizi tekrar gözden geçiriyoruz. Şirketimizde her sene sadece yeni mezun istihdamı için birçok pozisyon açıyoruz. Görüyoruz ki, gençlere güvendiğimizde ve gerçekten sorumluluk verdiğimizde, her seferinde bize neler başarabildiklerini kanıtlıyorlar. Bu sebeple gençler için staj programlarımızla unutulmaz bir öğrenme deneyimi ve yeni mezun işe alımlarımızla da de hayallerindeki kariyer için güçlü bir ilk adım imkanı vererek cazip bir şirket haline geliyoruz.

JOB@YıldızHolding adlı staj programımız ile aynı zamanda hem genel müdürlük, hem fabrikalar, hem de saha için işe alım yapıyoruz. JOB programı içerisinde farklı online staj imkanlarımız da bulunuyor.Buna ek olarak Bizz@ Kampüs ismini verdiğimiz, öğrencilere Ülker markası için yeni ürünler üretme ve fikirlerini profesyonel anlamda sunma imkanı tanıyan bir yarışma programımız var. Ekip olarak katılım sağlanabilen bu program; cazip ödülleri, kazananlara sunduğu staj ve üst yönetimimiz ile tanışma imkanı ile her sene gençlerin ilgisini çekiyor.

Şu an en önemli ve en vazgeçilmez yetkinlik 'değişime uyum sağlayabilme' olarak gösteriliyor. Bu kapsamda sürekli bir değişim ve gelişim döngüsünde olmalarını ve dijitalleşen dünyaya direnç göstermemelerini, yenilikleri kendileri için nasıl avantaja çevirebileceklerini düşünmelerini tavsiye ediyorum.



HAKAN ALP
Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı

Ocak 2020'den beri etkinliklerde 20 bin.000, staj ve yetenek programlarımızda 960 öğrenci ve yeni mezuna ulaşmamız ve buna hiç ara vermeden devam etmemiz bu yüzden bizim için çok değerli. Gençlerin teknolojik bir dünyada doğduklarının farkında olarak onlara bu koşullara uygun ortamlar sağlamak gerekiyor. Örneğin öğrenmenin birçok çeşidi var. Herkesin öğrenme tarzına göre en verimli öğrenme yöntemi farklılık gösterebiliyor. Biz de E-Akademi, Gelişim Kataloğu, Dijital Kütüphanem, BizTube ve BizCast gibi platformlarımızda kendi öğrenme şekillerine göre en iyi gelişim deneyimini yaşamalarını sağlıyoruz.

Programları kurgularken 4 şeye odaklanıyoruz. Çekmek istediğimiz yeteneklerin beklenti ve ihtiyaçları neler? Bizim ihtiyaçlarımız neler? Programın ve ilgili birimlerin dinamikleri neyi gerektiriyor? Bizim ihtiyaçlarımız ve gençlerin beklentileri nasıl örtüşebilir?

Pandemi döneminde gençlerin beklentilerini karşılayabilmek bizim için çok önemliydi. Bu süreçte hiçbir staj ve işe alım programımızı durdurmadık. Programlarımızı online ortama taşımak bu dönemin bir gerekliliği olsa da, tek

başına yeterli olmadığını biliyoruz. Bu nedenle içerikleri de güncelleştirilerek geliştirdik. Online Digipro Yaz Stajı, Digipro Gelişim Programı, Yapı Kredi Genç Gelişim Programı, Digitalent programlarını devam ettirirken Kampüsle ve Kampüs.exe gibi yeni programlarımızı da hayata geçirdik.

MT, ST, Müfettiş Yardımcısı programlarımızı devam ettirdik. Bunlara Credits Trainee, Genel Müdürlük Operasyon Yönetici Adayları, Denetçi Yardımcısı ve Yapı Kredi Teknoloji'ye teknoloji sektöründe bir ilk olarak 2,5 aylık MT eğitimini de içeren MT alımını da ekleyerek bu dönemde hayata geçirdik.

Geleceğe dair umutlu olmaları gerektiğini söyleyebilirim. Sevdiğiniz işi bulmaya çalışmakla zaman geçirmek yerine yaptığınız işte sevecek yanlar bulun. Böylece kendinizi gerçek anlamda anlayabilir ve geliştirebilirsiniz. Kendinize güvenin çünkü ancak bu sayede hata yaptıktan sonra ayağa kalkar ve yolunuza devam edebilirsiniz. Hep deneyin, hep çalışın ve hayal kurun.



MEHMET EMRE VURAL
Türk Telekom İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı

Türkiye'nin en büyük kurumsal akademilerinden biri olan "Türk Telekom Akademi" ile çalışanlarımızın kişisel, mesleki ve teknik alanda gelişimlerini destekliyor, onları geleceğe hazırlıyoruz. 2020'de Türk Telekom Gelişim Üssü projesini hayata geçirdik. Bu marka altında, eğitim, mentorlük, gençler arasındaki rekabeti ve yaratıcılığı teşvik eden ödüllü yarışmalar ve inovatif gelişim projeleri kurguluyoruz. Türkiye'nin ilk çevrimiçi "Siber Güvenlik Kampı", siber güvenlik temalı "Fikir Maratonu", gençlerin yeni normalde işin geleceğini tasarladıkları bir yarışma kurgusu olan "İşin Geleceği Hackathonu" gibi öncü projelerimiz için öğrenci ve yeni mezun binlerce gençten başvuru aldık. Bu projelerde gençlerimize kapsamlı bir eğitim programı, uzman profesyonellerden mentorluk desteği sunduk.

Orkestra Entegre Yetenek Yönetimi sürecimizde, çalışanlarımızın geleceğe dair potansiyellerini değerlendiriyor, gelişim alanlarını sürekli eğitimlerle destekliyoruz. Çalışanlarımızın yenilikçi fikirlerine kulak verdiğimiz "Mucit" fikir sistemimizle katma değer yaratan farklı fikirleri ödüllendiriyoruz.

Pandemi döneminde gençlerimizin en büyük beklentilerinden biri de "çalışana verilen değer". Bu kapsamda Türk Telekom Polikliniklerimizde çalışanlarımıza ve birinci derece yakınlarına ücretsiz sağlık hizmeti sunuyoruz. Tamamlayıcı sağlık hizmetleri sunan Türk Telekom Sağlık ve Sosyal Yardımlaşma Vakfı ve Özel Sağlık Sigortasından faydalanma opsiyonları da tanıyoruz. Özellikle salgının ilerleyen dönemlerinde, güvenli sağlık hizmeti ihtiyacının daha da arttığını fark ederek çalışanlarımıza "Çevrimiçi Muayene" hizmetleri de sunmaya başladık.

Genç Yetenek İşe Alım ve Staj Programımız Türk Telekom START çatısı altında START Yeni İşim ve START Stajım modüllerimiz bulunuyor. Yeni mezun ve yüksek lisans öğrencilerine yönelik olan 'START Yeni İşim' modülünde, başvuru adımlarını başarıyla tamamlayan adaylar, Türk Telekom'un teknoloji, satış, finans, insan kaynakları, pazarlama, müşteri hizmetleri, strateji planlama ve dijital birimlerinde işe başlama fırsatı buluyorlar. Aynı zamanda 18 ay süren kapsamlı bir eğitim gelişim programı olan "START Gelişim Programı"na katılmaya hak kazanıyorlar. Program boyunca kişisel ve mesleki gelişimlerini destekleyen eğitimler alırken; aynı zamanda üst yöneticilerimizle vizyon oturumlarında buluşma fırsatı buluyorlar. Program tamamlandıktan sonra da START'larımızı Gelişim Danışmanlığı ve rotasyon uygulamaları ile desteklemeyi sürdürüyoruz.

Üniversite 3. ve 4. sınıf öğrencileri içerisinden 'START Stajım' modülü başvuru sürecini başarıyla tamamlayarak programa kabul edilen öğrenciler, 6 hafta boyunca, alanında uzman profesyoneller tarafından sunulan kapsamlı eğitim ve staj programı ile telekomünikasyon sektörünü yakından tanıma fırsatı elde ediyorlar. START Stajım Gelişim Programıyla birlikte, yeni nesil çalışma süreçlerinden Design Thinking (Tasarım Odaklı Düşünme) yaklaşımını kapsamlı şekilde öğrenerek, bu yaklaşımla proje fikri geliştirme, tasarlama ve stajları boyunca hazırladıkları projeleri jüriye sunma imkânı buluyorlar. 6 haftalık staj programını başarıyla tamamlayan gençler; stajlarına uzun dönem devam etme şansına da sahip oluyorlar.

Pandeminin başlamasıyla birlikte tüm süreçlerimizi çevrimiçi ortama taşıdık. Ayrıca 2021 başvurularında, Türk Telekom START'ta farklı bir uygulamaya giderek, gençlere sunduğumuz gelişim fırsatlarını başvuru sürecine kadar taşıdık. Bu yıl; tüm adımları tamamlayan ve 'START Proje Kampı'na katılım gösteren tüm adaylar 'Kamp Başarı Sertifikası' almaya hak kazandı. Böylelikle başvuru sürecinin sonunda Türk Telekom ailesine katılamayan gençlerimizin kariyer yolculukları için de bir katma değer oluşturduğumuzu düşünüyoruz.

Küresel kültüre aşinalık, yabancı dil kullanımı, öz disiplin gibi konuları mutlaka öğrenmeleri gerekiyor. Yaptığı iş ne olursa olsun, dijital düşünme becerileri ve teknolojiyi kullanma yetkinlikleri fazla olan herkes bir adım önde olacak. Ayrıca hata yapmaktan ve başarısızlığa uğramaktan korkmasınlar. Hatalarımızdan bir şeyler öğrenmek, hayatımız boyunca karşımıza çıkan en büyük gelişim fırsatlarıdır.

GENÇLER SEÇİMLERİNİ NASIL YAPIYOR?

Hüma Ertuğ – Koç Üni. Endüstri Mühendisliği 3. Sınıf
İlk baktığım noktalardan biri şirketin bana sağlayabileceği gelişim olanakları ve seçeneklerdeki çeşitlilik oluyor. Aynı zamanda insan kaynakları uygulamalarını da mutlaka inceliyorum. (İzinler, etkinlikler, esnek uygulamalar, eğitimler...) Eğer şirketin ilgili departmanında çalışan veya daha önce çalışmış bir tanıdığım varsa mutlaka fikrini almak için iletişime geçiyorum. Tabii ki maaş da önemsediğim noktalardan biri. Pandemi ile oldukça hızlanan dijital dönüşümün yararlı yönleri oldukça fazla. Fakat tamamen online devam eden bir şirkette kariyerimi devam ettirmek isteyeceğimi düşünmüyorum.

İrem Narman – Boğaziçi Üni. Uluslararası Tic. 3. Sınıf
İş ararken uluslararası şirketler önceliğim oldu. Pandemiyle birlikte online çalışmaya kolayca adapte olabilen şirketler önceliğim haline geldi. Çalışanlara daha fazla değer verilmesi gerektiğini ve önceliğin çalışan olması gerektiğini düşünmeye başladım. Değişen dünyaya adapte olabilen ve teknolojiyi çalışma hayatına dahil eden şirketler ilgimi çekiyor.

Kayra Karlıbel – Özyeğin Üniversitesi Endüstri Mühendisliği 3. Sınıf
Bir şirketin hareket ve gelişim imkanını çalışanlara sunabilmesinin büyük önem taşıdığını düşünüyorum. Pandemi süreci ve beraberinde gelen belirsizlik bizleri ve şirketleri farklı etkiledi. Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler, bizlerin kariyerini şekillendirecek.

TÜRKİYE'NİN EN GÖZDE 100 ŞİRKETİ

2020	2021	ŞİRKET
3	1	Unilever
4	2	Google
5	3	ASELSAN
2	4	Mercedes-Benz
7	5	Microsoft
1	6	THY
13	7	Turkcell
9	8	P&G
10	9	TUSAŞ
14	10	Şişecam
6	11	Coca-Cola Company
17	12	L'Oreal
-	13	Ülker
8	14	T.C. Merkez Bankası
11	15	Arçelik
22	16	İş Bankası
42	17	Yapı Kredi
32	18	Anadolu Efes
16	19	Bosch
44	20	Ford Otosan
21	21	Pfizer
25	22	Colgate Palmolive
18	23	Havelsan
12	24	Tüpraş
23	25	QNB Finansbank
84	26	Türk Telekom
41	27	B/S/H
20	28	Borusan Otomotiv
74	29	TEI
54	30	Allianz
53	31	Abdi İbrahim
19	32	Deloitte
45	33	Migros
37	34	Renault
33	35	Vodafone
27	36	IBM
48	37	Siemens
52	38	Coca-Cola İçecek
66	39	ETİ Gıda
63	40	Garanti BBVA
15	41	PwC
58	42	TÜBİTAK
60	43	IKEA
50	44	Yemeksepeti
51	45	Akbank
46	46	Enerjisa
-	47	Peak
31	48	Philip Morris Sabancı
65	49	EY
69	50	Koç Sistem

2020	2021	ŞİRKET
67	51	Nestlé
57	52	ING
83	53	TOFAŞ
100	54	Vestel
39	55	Garanti BBVA Teknoloji
43	56	Intel
26	57	Nike
59	58	SOCAR
29	59	Ziraat Bankası
-	60	Astra Zeneca
28	61	KPMG
24	62	Samsung
49	63	BAT
34	64	Red Bull
61	65	JTI
70	66	Mondelez
72	67	Denizbank
68	68	PepsiCo
36	69	Adidas
30	70	İstanbul Borsası
-	71	Etiya
38	72	Toyota
35	73	Petkim
75	74	Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri
-	75	GSK
71	76	STM
97	77	Sahibinden.com
86	78	SAP
98	79	Reckitt Benckiser
82	80	Perfetti van Melle
-	81	Logo Yazılım
96	82	Otokar
-	83	Türkiye Finans
-	84	Boyner
55	85	Halkbank
-	86	HSBC
90	87	Hyundai Assan
-	88	Kordsa
56	89	Kuveyt Türk
93	90	SPK
64	91	Bayer
62	92	BP
-	93	FNSS
40	94	Accenture
73	95	Pegasus Hava Yolları
78	96	Aksa Enerji
-	97	Türk Tuborg
81	98	AvivaSA Hayat Emeklilik
-	99	BASF
79	100	Danone