PLATİN

TÜRKİYE'NİN EN DİNAMİK AYLIK EKONOMİ DERGİSİ

YIL 23 • MAYIS 2021 • 15TL (KKTC 19TL)

MARANGOZDAN MARKAYA

TÜRK MOBİLYASININ BAŞARI SERÜVENİ

8 ADIMDA

DÜNYA MARKASI OLMAK

+ GALATA KULESİ: BİR İSTANBUL MASALI

İKONİK TASARIMLARDA TÜRK İMZASI



Dilediğiniz an, dilediğiniz yerde

DİJİTAL BANKACILIK TEKNOLOJİLERİMİZ SİZİNLE!

KOLAY ADRES İLE IBAN'SIZ PARA TRANSFERİ | **FAST** İLE 7/24 PARA TRANSFERİ

QR KODLA PARA ÇEKME | BARKODLA **VERGİ** ÖDEME | **FATURA** ÖDEME



HALKBANK

152280 2021 /05

9 771301 628002

Paraf Günüm'le dilediğiniz fırsat, dilediğiniz günde!

Her ay kendi belirleyeceğiniz bir günde, birbirinden özel güzellikler sizi bekliyor. Dilediğinizi seçin, Paraf gününüzü dolu dolu yaşayın.



Paraf Mobil'i indir,
güzelliklere kolayca ulaş!

Paraf.

HALKBANK

Ayrıntılı bilgi için: parafcard.com.tr | 0850 222 0 400 Dialog



HALKBANK

Ayrıntılı bilgi için: parafcard.com.tr | 0850 222 0 400 Dialog



*Yapı & Yapı Ticaret Merkezi-Libadiye
Yapı & Yapı Trade Center-Libadiye



YAPI & YAPI

GELECEĞİ YAPILANDIRIYORUZ

BUILDING THE FUTURE

www.yapi-yapi.com.tr


İlim
Yayma
Ödülleri



TÜRKİYE'NİN AKADEMİ ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ ARIYOR

WWW.ILIMYAYMAODULLERI.ORG

/IYODULLERI

BAŞVURU BAŞLANGIÇ TARİHİ: 20 MAYIS 2021



OYA YALIMAN

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Hedeflerini öne çeken sektör

Bu ay iş ve yaşam şekillerimizin son bir yıldır gösterdiği zorunlu değişim nedeniyle mobilya sektörüne odaklandık... Başta üretim olmak üzere lojistik ve perakende ağında pandemiden en çok etkilenen sektörlerin başında gelen Türkiye mobilya sektörü, 2023 yılı hedeflerini öne çekti. Küresel çapta yaşanan krize rağmen, 2020 yılını beklentilerin üzerinde bir rakamla; 3.4 milyar dolar ihracatla kapatan sektörün 2023 hedefi olan 5 milyar dolar ihracat rakamına bu yıl sonunda ulaşması bekleniyor. 2023 yılı için belirlenen yeni hedef ise 10 milyar dolar. Amerika ve Avustralya pazarına yönelik önemli adımları olan sektör, dünya mobilya pastasından aldığı yüzde 2'lik payı yüzde 3'e çıkarmak istiyor.

Türkiye'de mobilyacılık işinin önemli bir endüstri haline dönüşmeye başlaması, 1960'lı yıllara dayanıyor. Bugün geldiğimiz noktada ise çok başarılı ev, ofis mobilyaları üreticilerimiz ve çok önemli üretim merkezlerimiz var. Sektör, bugün yıllık yaklaşık 60 milyar TL iş hacmine sahip. Yalnız ihracat rakamlarını analiz ettiğimizde Türkiye'nin ihracat kilogram değerinin düşüklüğü ile karşılaşıyoruz. Bunun sebebi de markalaşma yolculuğunda geri kalmamız. 'Marka Ol E Mi?' kitabının yazarı Ömer Şengüler, bu ay Platin için kaleme aldığı değerlendirme yazısında; "Dünyanın en kaliteli ürünlerini en ucuza satan ülke, bizim ülkemizdir. Kanımca, bu sorunun en büyük nedeni markalaşamamak... Dünyanın gözünde bizler markalar değil, ürünler üretiyoruz. Markalaşmayı da fuarlara katılım, reklam yapmak, katalog basmak veya sosyal medyada var olmaktan ibaret sanıyoruz" diyor.

Hem tüketicileri hem de üreticileri ilgilendiren dünya trendlerini, Türkiye'nin fark yaratan üretici markalarının yeni dönem hedeflerini ve sektörün gelişimine yönelik çözüm önerileri sunan uzman görüşlerini bu ayki sayımızda bulacaksınız.

Haziran sayımızda buluşmak üzere, keyifli okumalar...

"Tüm mobilyalarınızı farklı dönemlerden, yerlerden ve pahalı ve ucuz ürünlerden seçerek, harika bir ruh yakalayabilirsiniz"

İç Mimar, Kelly Wearstler

PLATİN

ISSN 1301-6288
Atatürk Mahallesi Bahariye Cad. No:31
Küçükçekmece 34307 İstanbul
Tel: 0212 473 20 00
www.platinonline.com

T MEDYA YATIRIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

TürkMedya

YAZI İŞLERİ
Oya Yalıman Yayın Yönetmeni
Bahar Akgün Yazı İşleri Müdürü
Mustafa Gündoğdu Editör
İrem Sertbaş Editör
Melih Kocagil Editör
Umut Çelik Web Editörü

KREATİF
Meral Erdoğan Art Direktör
Serhan Sürücü Görsel Yönetmen
Mesude Bülbül Fotoğraf Editörü

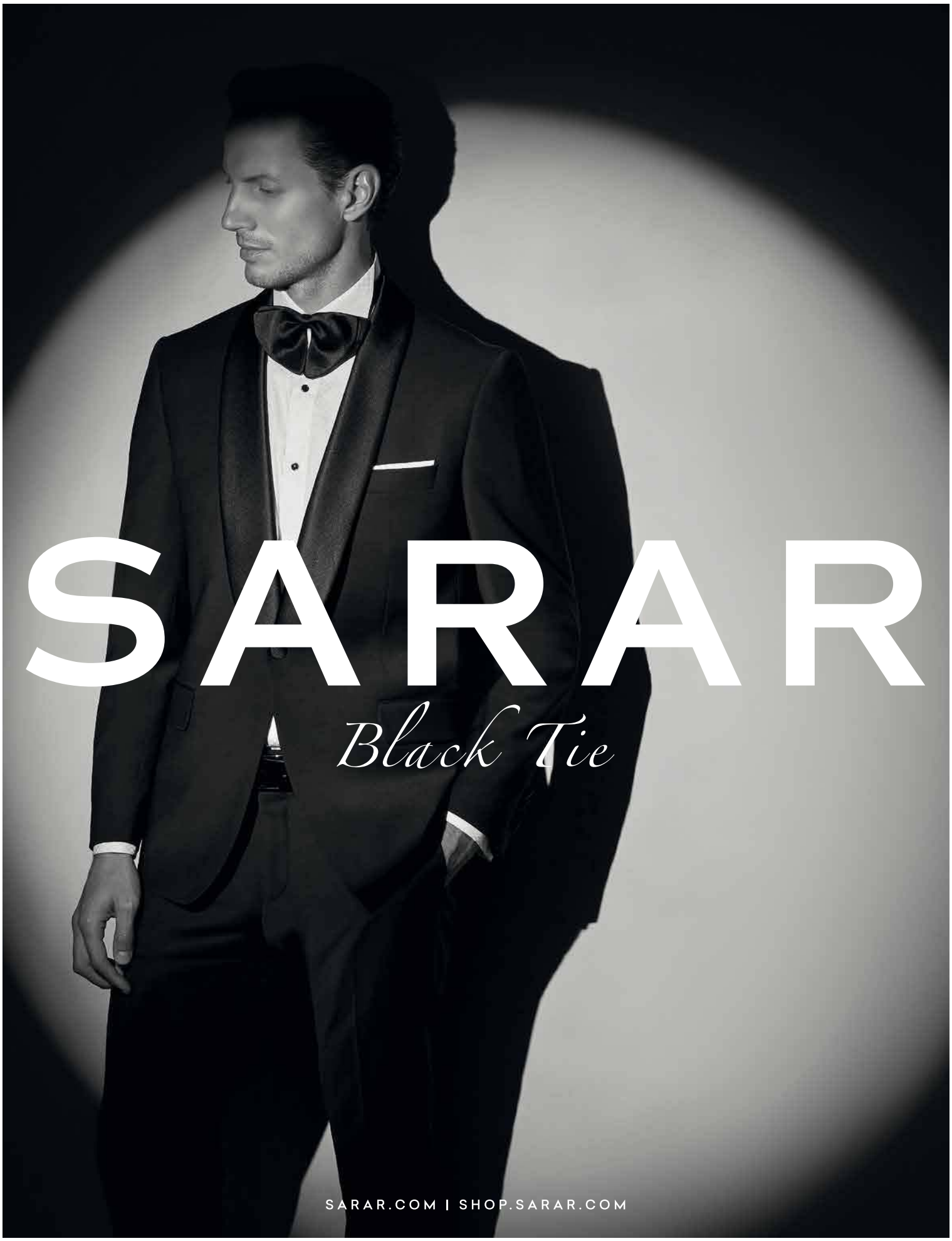
Özkan Demir Sorumlu Müdür-
Yayın Sahibi Temsilcisi

REKLAM GRUBU
Gözde Yörükoğlu Ersu
Dergiler Reklam Grup Başkanı
Alev Zorlutuna
Reklam Satış Grup Koordinatörü
Şevket Eymen Yamanoğlu
Reklam Satış Grup Koordinatörü
Eda Yendi
Reklam Satış Direktörü
Levent Çolak
Reklam Satış Direktörü
Meryem Bahadır
Reklam Satış Direktörü
Erdinç Günel
Rezervasyon Müdürü

rezervasyon@platinonline.com
Tel: 0212 449 30 50

BASKI - DAĞITIM
Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş.
Tel: 0212 354 30 00
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

Yaygın süreli yayındır. Dergide yayınlanan yazı ve fotoğrafların tüm hakları T Medya Yatırım Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ne aittir. İzin alınmaksızın kısmen ya da tümüyle kullanılamaz.


SARAR
Black Tie
SARAR.COM | SHOP.SARAR.COM

24 **GİRİŞİM**

Mobilya kiralamak kulağa biraz farklı gelse de Mobilyakirala Kurucusu Ayla Şahanoğlu Ceyhan, Türkiye'de ilk defa bu tarz bir girişime imza atarak sektöre yeni bir soluk getirdi

40 **SOSYAL FAYDA**

KPMG Türkiye Başkanı Murat Alsan, sosyal faydanın tanımını çözüm üretmek olarak tanımlarken, liderlere ve şirketlere düşen görevleri de Platin'e anlatıyor



112

58 DOSYA

MOBİLYA, TÜRK EKONOMİSİNİN İHRACAT FAZLASI VEREN SEKTÖRLERİ ARASINDA YER ALIYOR. DOLAYLI YOLDAN 1 MİLYON KİŞİYE İSTİHDAM SAĞLAYAN SEKTÖR, 2021 YILI SONUNDA 4 MİLYAR DOLARLIK İHRACATA İMZA ATMAYA HAZIRLANIRKEN, ÖZELLİKLE TASARIM VE MARKALAŞMA TARAFINDA GERÇEKLEŞTİRECEĞİ ATILIMLARLA DÜNYANIN EN BÜYÜK BEŞ MOBİLYA ÜLKESİNDEN BİRİ OLMAYI HEDEFLİYOR

46 **OTOMOTİV**

Pandemi, ne yazık ki kendi krizlerini de beraberinde getiriyor. Otomotiv ve tüketici elektroniği sektörlerinde çip krizi patlak verirken, bu durum üretime de balta vuruyor

96 **ZANAAT**

Ahşap, öteden beri insanların en çok kullandığı malzemelerin başında gelirken, bugün de hünerli ustaların ellerinde hayat bulup en güzel formlarda karşımıza çıkmayı başarıyor

102 **ANALİZ**

Türkiye, ağaç çeşitliliği açısından dünyanın sayılı ülkelerinden biri. Biz de meşeden mauna kadar Türkiye'de yetişen ağaç türlerini ve kullanım alanlarını sizler için araştırdık

110 **NEWLOOK**

Anneler Günü kapıda... Bu ay sizler için hazırladığımız seçkilerle, siz de annenize unutulmaz bir Anneler Günü heyecanı yaşatmaya ne dersiniz?

112 **GEZİ**

Galata Kulesi, İstanbul'un en ünlü simgelerinin başında geliyor. Restorasyon sonrasında kapılarını yeniden açan Galata Kulesi, şimdi tüm ihtişamıyla sizleri çağırıyor

122 **SEYAHAT**

Urartulara başkentlik eden doğunun incisi Van; kedisi, kalesi, gölü, şelalesi ve kahvaltısıyla gezginler için Türkiye'nin en eşsiz rotalarından biri olarak karşımıza çıkıyor



96



122

Yatırımın geleceğiyle tanışın

Ak Portföy
Alternatif Enerji
Yabancı Hisse Senedi
Fonu



Ak Portföy
Sağlık Sektörü
Yabancı Hisse Senedi
Fonu



Ak Portföy
Yeni Teknolojiler
Yabancı Hisse Senedi
Fonu



Ak Portföy
Teknoloji Şirketleri
Hisse Senedi Fonu
(Yerli Teknolojiler)



Yatırımın geleceği, geleceğin yatırımı Ak Portföy'de!

akportfoy.com.tr

AKPortföy

Burada yer alan yatırım bilgi, yorum ve tavsiyeleri yatırım danışmanlığı kapsamında değildir. Yatırım danışmanlığı hizmeti, yetkili kuruluşlar tarafından kişilerin risk ve getiri tercihleri dikkate alınarak kişiye özel sunulmaktadır. Burada yer alan içerik, yorum ve tavsiyeler ise genel niteliktedir. Bu tavsiyeler mali durumunuz ile risk ve getiri tercihlerinize uygun olmayabilir. Bu nedenle, sadece burada yer alan bilgilere dayanılarak yatırım kararı verilmesi beklentilerinize uygun sonuçlar doğurmayabilir. Bu sebeple yatırım yapmadan önce ilgili fon izahnamesinin incelenmesi gereklidir.

KATKIDA BULUNANLAR

MAYIS SAYIMIZDA ALANINDA UZMAN 5 İSİMDEN DESTEK ALDIK



HASAN C. ÇALIŞLAR

Y.MİMAR & ERGİNOĞLU & ÇALIŞLAR KURUCU ORTAĞI

Saint Michel Fransız Lisesi'nin ardından 1992'de Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık Fakültesi'nden mezun olan Hasan C. Çalışlar; 1993'te Kerem Erginoğlu ile Erginoğlu & Çalışlar'ı kurdu. Çalışlar; Türkiye ve yurt dışında birçok önemli projeye ve mimari alanında öne çıkan ilklere imza attı. Ofis binaları, kültür yapıları, alışveriş merkezleri, kamusal yapılar, spor, eğitim ve sanayi kompleksleri, konut ve yerleşke gibi farklı ölçeklerde projeler gerçekleştirdi. Erginoğlu & Çalışlar; pragmatik, estetik ve işverenin kurumsal kimliğini vurgulamaya yönelik tasarım anlayışıyla pek çok ödüle layık görüldü.



KEREM ERGİNOĞLU

Y.MİMAR & ERGİNOĞLU & ÇALIŞLAR KURUCU ORTAĞI

Erginoğlu & Çalışlar Kurucu Ortağı Kerem Erginoğlu, 1990'da Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık Fakültesi'nden mezun oldu. Yüksek lisansını yine aynı üniversitede 'Tarihi Dokuda Yeni Bina Tasarımı' alanında tamamladı. Erginoğlu'nun makale ve eskizleri birçok yayında ve özel sergilerde yer aldı. 2000'den bu yana, jüri üyesi ve misafir öğretim görevlisi olarak Mimar Sinan, İstanbul Teknik, Uludağ, Yıldız Teknik, Bologna ve Minnesota üniversitelerinde görev aldı. 2018'de Venedik Mimarlık Bienali'nde 'Herkes için Mimarlık' ile 'Vardiya 10' projesinin yürütücülüğünü üstlendi. Erginoğlu'nun TMMOB Mimarlar Odası ve İSMD üyelikleri bulunuyor.



MURAT ALSAN

KPMG TÜRKİYE BAŞKANI

ODTÜ'den mezun olduktan sonra katıldığı KPMG Türkiye'de 1995'ten bu yana görev yapan Murat Alsan, Ocak 2017'ye kadar KPMG Türkiye Denetim Bölümü'nde hizmet verdi. 2009-2017 yılları arasında denetim bölümü başkanı ve finansal hizmetler sektör lideri görevlerini üstlendi. KPMG yönetim kurulunda 2007'den bu yana yer alan Alsan, KPMG Türkiye başkanı ve kıdemli ortak olarak görevini ise Ocak 2017'den bu yana sürdürüyor. Alsan; Blockchain Türkiye Platformu Yürütme Kurulu Üyeliği'nin yanı sıra Üretim, Lojistik ve Taşımacılık Grubu'nun da başkanlığını üstlendi. 2021 yılından bu yana ise Türkiye Bilişim Vakfı Yönetim Kurulu Üyesi olarak hizmet veriyor.



NURİ GÜRCAN

MOBİLYA SANAYİ İŞ ADAMLARI DERNEĞİ (MOBSAD) YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Nuri Gürcan, mobilya sektörünün önde gelen markaları arasında yer alan Mirage Mobilya'nın yönetim kurulu başkanı olarak hizmet veriyor. 'Mobilyanın Hayatımızdaki Yerinin Farkında Mısınız?' sloganıyla yola çıkan ve mobilya sektöründeki sorunların çözümü için 18 mobilyacı tarafından Haziran 2006'da kurulan Mobilya Sanayi İş Adamları Derneği'nin (MOBSAD) yönetim kurulu başkanı olan Gürcan, ayrıca Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSFED) başkan yardımcısı. Gürcan'ın bir diğer şapkası ise İstanbul Ticaret Odası (İTO) Mobilya Meclis ve Mobilya Meslek Komitesi üyeliği...



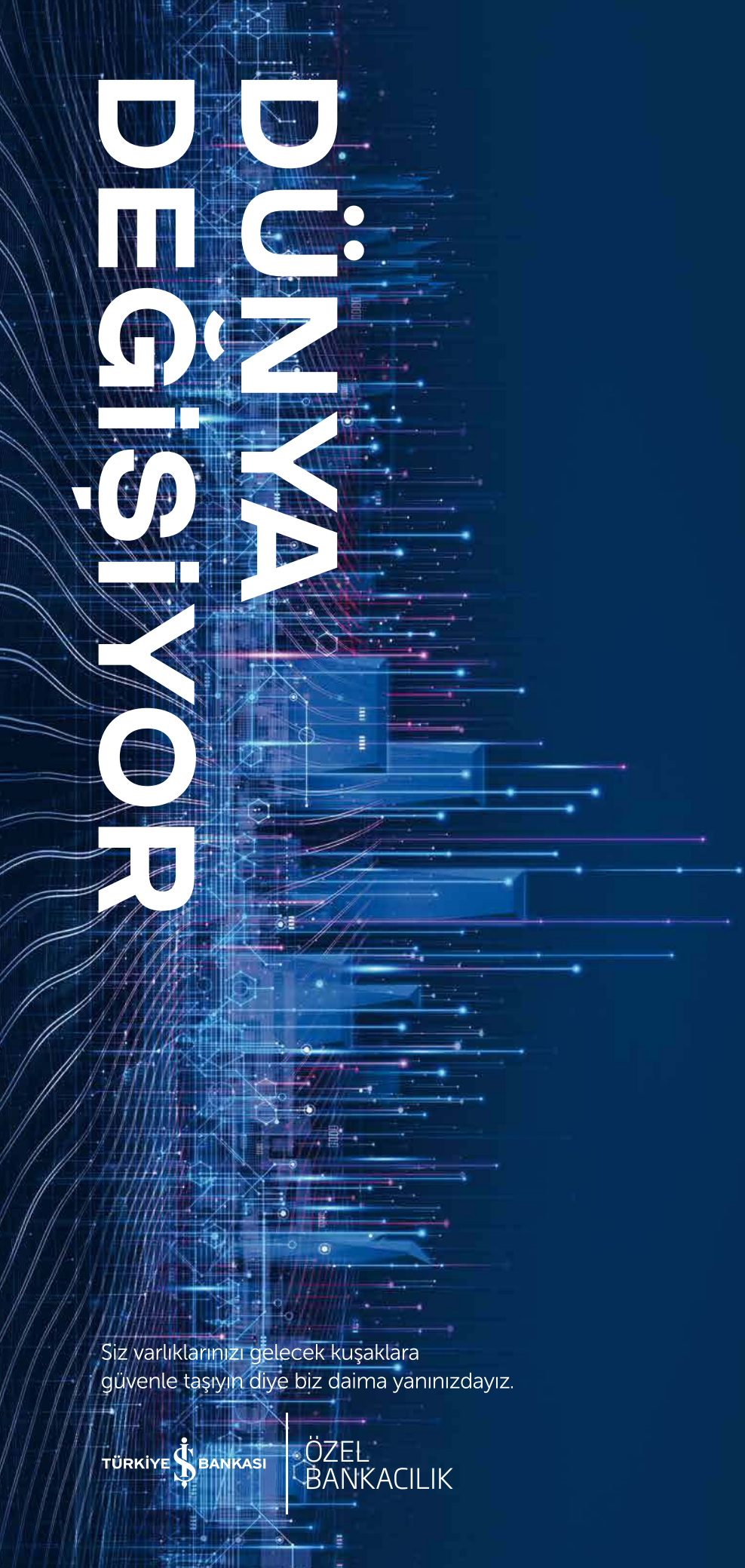
ÖMER ŞENGÜLER

GLOBAL MAGIC BRAND KURUCUSU VE YAZAR

PANEL Reklam Ajansı (1986), MAGIC Açıkhava Reklam Ajansı (1994) ve MARS Prodüksiyon şirketinin (1994) kurucusu olan Ömer Şengüler, daha sonra bu şirketleri Amerikan Clear Channel şirketine başarıyla sattı. Bugüne kadar Nokia, Ülker, Golf, İstikbal, İstanbul 2010 AKB Ajansı, Golden Lady, İstanbul Belediyesi, Türk Hava Yolları, TCDD, LC Waikiki ve Galatasaray Spor Kulübü gibi markalara yönelik pazarlama stratejileri geliştiren Şengüler, şu an Global Magic Brand'in kurucusu olarak markalara; algı yönetimi, global markalaşma, satış, reklam, kriz yönetimi, marka değerlemesi, konumlandırma ve konsept yaratımı konularında danışmanlık hizmetleri veriyor.

UZMANLIK ALANLARIYLA FARK YARATANLAR

Dünyanın önemli noktalarında Türk mobilya satışlarını artırmak, mobilya tasarımında marka bilinirliğini yaygınlaştırmak, mimari açıdan pandemi sonrasında tüm çalışanların mutlu olacağı ofisler tasarlamak ve sosyal fayda yaratmaya yönelik olarak yorumuna başvurduğumuz 5 değerli uzmanımıza katkılarından ötürü teşekkür ediyoruz.



DÜNYA DEĞİŞİYOR

BİZ DEĞİŞİYORUZ

Siz varlıklarınızı gelecek kuşaklara
güvenle taşıyın diye biz daima yanınızdayız.

TÜRKİYE İŞ BANKASI | ÖZEL BANKACILIK

PROF. DR. ACAR BALTAŞ
abaltas@acarbaltas.com



PANDEMİ SONRASI ÇALIŞMA HAYATI

Çalışanlarının uzaktan çalış-malarını hayal dahi edemeyecek yöneticiler, geçen yıl mart ayının üçüncü haftasında hayatlarının şokunu yaşadılar. Çünkü işin doğasının elverdiği türden iş yapanlar için evden çalışmak bir seçenek olmaktan çıktı ve zorunluluk oldu. Hiç şüphesiz uzaktan çalışmak ve uzaktan çalışanları yönetmenin iki temel zorluğu var. Birincisi performansı yönetmek, ikincisi de bağlılığı sağlamak. Ancak hâlâ bunu içine sindiremeyen ve eski 'güzel günlerin' geri gelmesini bekleyen yönetici ve iş sahipleri var. Orta yaşın üzerinde ve kendi yollarının doğruluğuna inanan aile şirketlerinin kurucu babaları veya onların temsilcileri bunların başında geliyor. Ancak küresel ölçekte yapılan ve Türkiye'yi de içine alan çalışmalar, pandemi sonrasında iş gücünün yüzde 25'ten fazlasının evden veya uzaktan çalışacağını ve birçok kurumun çalışanlarına bu imkanı sunacağını gösteriyor.

PANDEMİ SÜRECİNDE BÜTÜN ÇALIŞANLAR AYNI ŞEKİLDE ETKİLENMİYOR

BALAYI VE SONRASI

Başlangıçta pandeminin kısa zamanda biteceği düşünülmüş, doğuracağı sorunlar hafife alınmış ve öngörülememişti. İşe gitmek için evden çıkmamak herkese iyi gelmiş, Zoom ve Teams toplantıları önceleri eğlenceli gözükmüştü. Bu adeta bir balayı gibiydi ancak zaman geçtikçe ve koşullar değişmeyip yeni durum süreklilik kazandıkça algı değişmeye başladı. Haftada 50 saatten fazla çalışmanın tükenme açısından risk, 60 saatten fazla çalışmanın ise yüksek risk oluşturduğu görüldü. Microsoft'un 31 iş kolunda, 31 bin tam zamanlı çalışanı içine alan araştırmasına katılanların üçte ikisi, insanlarla ve ekipleriyle ilişki içinde olmayı büyük bir özlemle beklediğini ortaya koydu. Araştırmaya katılanların yüzde 37'si, ofis dışında oldukları için yöneticilerinin kendilerinden daha fazla talepte bulunduğunu, yüzde 54'ünün aşırı çalıştığını hissettiğini, yüzde 39'u ise tükendiğini söyledi. (1) Tükenme (burn out) iş otamında iyi yönetilemeyen kronik stres sendromudur ve Dünya Sağlık Teşkilatı ancak 2019 yılında bunu bir sağlık sorunu olarak kabul etmiştir.

EVDEN ÇALIŞANLAR NE DÜŞÜNÜYOR?

Araştırmaya katılanlar evden çalışma nedeniyle toplantıların daha uzun sürdüğünü, iş yükünü ayarlamakta zorluk yaşadıklarını, e-posta miktarı ve zamanını yönetemediklerini bildirmişlerdir. Çalışanların yüzde 89'u 'iş hayatının kötüleştiğini', yüzde 85'i 'iyilik halini olumsuz etkilediğini', yüzde 62'si son üç ayda 'sık' veya 'çok sık' tükenme duygusu yaşadıklarını, yüzde 57'si pandeminin işin merkezi olduğunu bildirmiş, ancak yüzde 2'si halinden memnun gözükmüştür. Çalışanlara sunulan yoga, mindfulness gibi uygulamaların, başlangıçta yarattıkları heyecanın aksine sorunların çözülmesinde yaraya yapıştırılan flaster işlevi görmenin ötesine geçmediği anlaşılmıştır. (2).

İŞ-ÖZEL YAŞAM DENGESİ KURULAMIYOR

Eski kuşağı temsil eden yöneticiler, uzaktan çalışma düzeninde işlerin üstün körü yapıldığını düşünüyor. Buna karşılık Z Kuşağı olarak tanımlanan 18-25 yaş aralığındaki çalışanlar, iş ve özel yaşam dengesini kuramamaktan yakınıyor, işe bağlanmak ve heyecan duymak konusunda zorluk yaşadıklarını ve toplantılara yeni fikirler getiremediklerini söylüyorlar. Araştırmanın en dikkat çekici bulgularından biri, koşullar normale döndükten sonra çalışanların yüzde 41'inin yeni bir iş arayışına girecek olmaları... Microsoft Kıdemli Araştırma Direktörü Dr. Nancy Baym, pandemi öncesine kıyasla uzaktan çalışmanın kurum içinde silolaşmayı artırdığını, uzaktan

çalışmaya geçildiğinde başlangıçta yüksek olan etkileşimin zamanla azaldığını ve bu şekilde çalışmanın yaratıcılığı körelttiğini söylüyor.

ESNEK ÇALIŞMA DEVAM EDECEK Mİ?

Geçtiğimiz ay New York Times'ta yer alan bir haberde Citigrup'un, 'Ekransız ve Zoom'suz Cuma Günleri' uygulamasını başlattığı bildirildi. (3) LinkedIn'in çalışanlarına streslerinde arınmaları için bir hafta ücretsiz izin verdiği yakın zamanda ajanslara düştü. BBC Digital'de, Goldman Sachs CEO'su David Soleman'ın, "Evden çalışmak en kısa zamanda düzeltilmesi gereken bir sapmadır" sözleri manşete taşındı. (4) Evden çalışmak, kişinin hayatını kontrol etmek, bağımsız olmak ve esneklik gibi sağladığı imkanlarla, karşı koyulması güç bir eğilim olarak karşımızda duruyor. Microsoft'un araştırmasına katılanların yüzde 70'i bütün kaygılarına rağmen, koşullar normale döndükten sonra, belirli bir şekilde esnek çalışma isteğini belirtmişlerdir.

KİMLER KAZANÇLI?

Diğer taraftan Microsoft, Amazon ve Apple gibi büyük teknoloji şirketlerinin, işin evden veya uzaktan yapılmasını sağlamak adına güçlü teşvikleri de dikkat çekiyor. Uzaktan çalışma düzeni doğal olarak bu şirketlerin sunduğu hizmetlere olan talebin artmasına neden olacak. Uzaktan çalışmanın yaygın bir uygulama haline gelmesinin doğal sonuçlarından biri, kurumların kira giderlerinden hatırı sayılır tasarruf sağlamaları, bir diğeri de coğrafi sınırlamalardan bağımsız nitelikli çalışanları istihdam etmelerine imkan vermesi...

HANGİ KURUMLAR DAHA AZ ETKİLENİYOR?

Pandemi sürecinde bütün çalışanlar aynı şekilde etkilenmiyor. Bu konuda bireysel nedenleri bir tarafa bırakarak, bu süreçten daha az olumsuz etkilenen kurumların özelliklerine bakmak öğretici olabilir. Pandemi öncesinde çalışanlarının içselleştirdiği güçlü bir misyona ve tanımlanmış değer sistemine sahip kurumlar, bu süreci daha az sarsılarak veya sarsılmadan geçiriyor. Çalışanlara seslerini duyurma imkanı sunan ve bu sese karşılık veren kurumlar, doğabilecek sorunları önledikleri gibi kurumsal bağlılığı da artırmışlardır. Çalışanlara tükenmeyle başa çıkmak konusunda yardımcı olan özelliklerin başında anlam duygusu hissetmek geliyor. Ancak en belirleyici olan empatik bir yöneticiye sahip olmaktır. Yöneticinin görünür olması da sürecin yönetilmesini kolaylaştıran faktörler arasında yer alıyor.

> BELİRLEYİCİ OLAN EMPATİK BİR YÖNETİCİYE SAHİP OLMAK

SONUÇ

Çok sayıda araştırma; uzaktan çalışmaya geçilmesinden 13 ay sonra, evlerinden çalışanların daha stresli ve mutsuz olduklarını beyan etmelerine rağmen, bu çalışma düzeninin hayatları üzerinde çeşitli düzeylerde kontrol imkanı vermesi nedeniyle, çok büyük çoğunluğun uzaktan çalışmayı tercih edeceğini gösteriyor. Bu gelişmeler gelecekte çalışanlarına ilham veren, iş birliğini teşvik eden, onlara anlamlı bir iş yaptıklarını hissettiren, değerlere dayalı kimlik oluşturan ve eğlenceli bir çalışma ortamı yaratan kurumların, yetenekli çalışanların tercih edeceği kurumlar olacağını gösteriyor.

Kaynaklar:

1-https://ms-worklab.azureedge.net/files/reports/hybridWork/pdf/2021_Microsoft_WTI_Report_March.pdf
2-Jennifer Moss. Beyond Burnout. HBR, Feb. 2021
3-New York Times, 24.03.1921
4-BBC.com 56192048

Küresel ölçekte yapılan ve Türkiye'yi de içine alan çalışmalar, pandemi sonrasında iş gücünün yüzde 25'ten fazlasının evden veya uzaktan çalışacağını ve birçok kurumun çalışanlarına bu imkanı sunacağını gösteriyor.

ABDULKADİR KARAGÖZ
MENTAL İK & DANIŞMANLIK KURUCU ORTAĞI



MOBİLYA SEKTÖRÜNDE İNSAN KAYNAĞININ ÖNEMİ

Türkiye'de son yıllarda çok da fark etmediğimiz ancak her geçen gün büyüyen ve ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayan mobilya sektörü, gelecek dönemlerde daha çok gündemimizde olacak. Üreticilerin marka değeri oluşturma çalışmaları, ulaşılabilir olması, sektör trendlerini yakından takip etmesi ve bu yönlü çalışmaları desteklemesi de pazarın uluslararası alanda daha çok iş birliği fırsatları oluşturmasını sağlıyor. Sektörün insan kaynağını incelediğimizde dört ana unsurun belirleyici olduğunu söyleyebiliriz. Bunları; satış personeli, ustalık, tasarım becerisi yüksek yetenekler, uluslararası pazarı yakından takip eden pazarlama kadrosu olarak sıralayabiliriz.

TASARIM BECERİSİ YÜKSEK YETENEKLERE İHTİYAÇ DUYULUYOR

Perakende satış mağazalarında müşteriyle ilk andan itibaren sürdürülen iletişim, ürün gamını iyi okuyan, tüketici alışkanlıklarına hakim bir satış personelinin müşteriyi ikna süreci daha kısa sürüyor. Satış personellerinin özenle seçilmesi, alana özgü eğitim programlarına dahil olması ve çalışma şartlarının tatmin edici düzeyde olması uzun vadede şirkete önemli katkılar sağlayacaktır. Endüstrinin önemli bir kısmı, atölye tipi ve küçük ölçekli işletmelerin olduğu bir görünüme sahip. Ancak son yıllarda orta ve büyük ölçekli şirketlerin sayısı gittikçe artıyor, sektör teknolojiyle daha iç içe hareket ediyor ve üretim kapasitesini artırıyor. Tasarım becerisi yüksek yetenekler bu noktada devreye giriyor. Çünkü mobilya sektöründe endüstriyel üretimlerin yanı sıra kişiye, kuruma özgü tasarımlar önemli bir gelir hacmi oluşturuyor. Hedef kitlenin taleplerini doğru anlayacak ve özgün tasarımlar yapabilecek yeteneklerin daha fazla istihdam edilmesi sektöre yeni bir soluk getirecektir. Bu bağlamda üniversitelerin tasarım bölümleriyle ortak eğitim programları geliştirmeleri ve yetenekli tasarımcıların bu alanda kendilerine daha fazla istihdam alanı bulması sektöre dinamizm katacaktır.

> İHRACAT SÜREÇLERİNİ İYİ BİLEN KADROLAR KURULMALI

USTA-ÇIRAK İLİŞKİSİ

Sektörün endüstriyel üretim tarafındaki teknoloji her geçen gün gelişiyor. Ancak sektörde öne çıkan önemli bir faktör, el işçiliğinin bazı ürün modellerinde vazgeçilmez olduğu... Hepimizin bildiği üzere el işçiliği, ustalık gerektiren bir meziyet. Dolayısıyla usta-çırak ilişkisi istenilse de kolaylıkla terk edilecek bir mesele değil. Örneğin; tasarımcının ortaya koyduğu çizimleri gerçeğe dönüştürmek, müşterinin almak istediği hissi ürüne yansıtmak, özenle edinilmiş bilgi birikimine ve ustalığa ihtiyaç duyar. Bu nedenle sektörün teknolojiyle uygun dönüşümünün yanında usta-çırak müessesini sürdürebileceği yapılar oluşturması, sektörün farklı segmentlerde işçiliğiyle ön plana çıkacak markalar oluşturmasına katkı sağlayacaktır.

DOĞRU İLETİŞİM MODELLERİ

Sektörün uluslararası alandaki ihracat potansiyeli her geçen gün daha çok artıyor. Ekonomik alandaki gelişmeler ve düşük üretim maliyetleri Türkiye'nin üretim merkezi olmasına olanak sağlıyor. Günümüz koşullarında sadece ürünü üretmek değil, onu doğru bir iletişim modeliyle pazara sunmak belirleyici oluyor. Bu nedenle de sektörde ihracatı hedefleyen şirketlerin uluslararası pazarı yakından takip eden, ihracat süreçlerini iyi bilen kadrolar oluşturması gerekiyor. Bu alanda çalışacak kişilerin şirketin üretim kapasitesini, yetkinliğini, hedef pazarın kültürünü bilecek ve doğru iş birliği modelleri kurabilecek bir yetkinliğe sahip olması şart. Böylelikle rekabette etkin bir politika izleyebilecek, ihracat hedeflerini kısa sürede yakalayacak bir yapıya daha hızlı dönüşebilecektir.

Sektörün uluslararası alandaki ihracat potansiyeli her geçen gün daha çok artıyor. Ekonomik alandaki gelişmeler ve düşük üretim maliyetleri Türkiye'nin üretim merkezi olmasına olanak sağlıyor.



TÜRK HAVA YOLLARI'NDAN SICAK HABER: ÖDÜLLÜ LEZZETLER GERİ DÖNDÜ

Uluslararası Business Class ve Economy Class uçuşlarındaki ödüllü sıcak ikramlarımız ve sıcak içeceklerimiz yeniden sizlerle.*

Uçuşunuz boyunca zengin ikram çeşitlerimizin keyfine varın.

TURKISH AIRLINES

*Sıcak ikramlarımız 2 saat üzeri uluslararası Business Class ve 2 saat 15 dakika üzeri uluslararası Economy Class uçuşlarımızda servis edilir.

DİJİTAL FÜTÜRİST
UFUK TARHAN
tufuk@m-gen.biz



GELECEĞİN AKILLI MOBİLYALARI

Hem stil, tasarım, şekil ve fonksiyon hem de üretim, müşteriye pazarlama ve satış açısından mobilya sektöründe önemli değişiklikler gerçekleşiyor ve gerçekleşecek.

1-Akıllı malzemeler: Kuşkusuz en önemli ve belirleyici değişiklik, her sürecin hatta materyalin, mobilya üretiminde kullanılan ağaç dahil veya ağaç dışındaki tüm diğer malzemelerin 'akıllanması' olacak. Nano teknoloji sayesinde her materyale gömülebilen, sıvanabilen, kaplanabilen 'marifetli yani akıllı çipler'; mobilyaların renk, desen, ısı, şekil, fonksiyon değiştirmelerine olanak sağlayacak. Bu gelişmeler de akıllı-kompakt koltuk, divan, yatak, masa, dolap, sandalye, vb. gibi kişisel tercihlere göre anında değişebilen marifetli mobilyaların yolunu açacak.

2-Hızlı teknolojik gelişmeler: 3D tasarım, çizim, baskı, görüntüleme ve sanal (VR), artırılmış (AR) gerçeklik teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, mobilya sektöründeki kolaylıkların her gün daha da erişilebilir hale gelmesini sağlayacak. Mobilyaların tasarlanmasından üretimine, mekana prova amaçlı yerleştirilmesinden seçilmesine ve satın alınmasına kadar her şeyin uzaktan-online yapılmasını mümkün kılacak. Bu alandaki gelişmeler, aklın sınırlarını zorlayacak kadar çeşitlenecek ve hızlanacak.

3-Sektör hızla dönüşecek: Mobilya sektörünün ticari ve finansal altyapısı da tamamen değişerek, her şey online'a ve blockchain üzerinde koşan uygulamalara taşınacak. Aracılık, bayilik, teşhir salonları gibi katmanlar kademeli olarak yol olacak. Yani 5-10-15 yıl içinde kimse mobilya almak için elinde mezura kapı kapı mobilyacıları, bayileri gezmeyecek. Siparişler online'dan verilecek, robotlar tarafından direkt fabrikadan yüklenecek ve sürücüsüz araçlarla teslim edilecek. Müşteriler ilgili internet uygulamalarıyla ev/ofis/mekan ölçülerini, planını, görsellerini ve aradığı koşulları yükleyecek. Anında aradığı özelliklere uyan çeşitli alternatifteki mobilyayı, önerileri hem de 3 boyutlu olarak evine, odasına yerleştirilmiş, fiyat, fonksiyon, renk, malzeme, vb. seçimleri sunulmuş olarak görecek. Birkaç parmak ya da göz hareketiyle içine sininceye kadar seçenekleri çoğaltacak. Kısacası yemek siparişi verir gibi mobilyalarını internetten seçecek, bedelini direkt üreticiye ödeyecek ve istediği yere teslimat, montaj, teknik servis alacak.

4-Kiralama sistemi ve sensörler: Mobilyalar ve ev dekorasyon objeleri, gelecekte sadece satın alınmayacak. Kiralanabilecek, belli bir zamandan sonra ücretsiz ya da çok makul bütçelerle veya koşullarla değiştirilebilecek. Hatta bazı mobilyalar sensörleri sayesinde veri merkezi-reklam mecrası gibi kullanılabilecek. Mekan içi ya da dışındaki aletlerle, cihazlarla ve diğer mobilyalarla haberleşebilecekler, şekil değiştirebilecekler.

> MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN TİCARİ VE FİNANSAL ALTYAPISI TAMAMEN DEĞİŞECEK

5-Güvenlik çözümleri: Oluşabilecek güvenlik sorunlarını ve ihtiyaçlarını saptamak ve önlemek amacıyla da mobilyalar özelinde birçok çözüm ve teknoloji geliştirilecek. Bunlar hem mobilyaların yol açabileceği güvenlik problemlerinden insanları korumak hem de sahiplerinin genel olarak daha güvenli yaşaması için ekstra yeteneklere sahip olacaklar.

6-Sentetik malzemelerden üretim: Mobilya yapmak için ağaç kesilmesine gerek kalmayacak şekilde ağaca benzeyen, hem işlemesi daha kolay ve ekonomik hem de insanlara, canlılara, çevreye zarar vermeyen sentetik malzemelerden üretime geçilecek.

Akıllı mobilyalarla gelecek güzel gelecek...

Mobilya yapmak için ağaç kesilmesine gerek kalmayacak şekilde ağaca benzeyen, hem işlemesi daha kolay ve ekonomik hem de insanlara, canlılara, çevreye zarar vermeyen sentetik malzemelerden üretime geçilecek.


67.YIL
Tüm kalbimizle
daima milletimizle
Bize kalbinde yer açan ve Türkiye'nin en büyük iki bankasından biri olmamızı sağlayan milletimize teşekkür ederiz. Milletimizle birlikte nice 67 yıllara...
VakıfBank, daima seninle.
444 0 724 | vakifbank.com.tr
VakıfBank
Burası Sizin Yeriniz
/vakifbank

MURAT ONUK
ARZ PORTFÖY YÖNETİCİ ORTAĞI



KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK ENDEKSİ BİZE NE ANLATIYOR?

Ülkelerin sürdürülebilir kalkınma ve refah hedeflerini gerçekleştirebilmeleri açısından oldukça önemli olan 'girişimcilik' olgusunun kamuoyu tarafından gün geçtikçe daha iyi anlaşılması, dünya genelinde girişimciliğe yönelik ilgiyi önemli ölçüde artırıyor. Dolayısıyla iş dünyası, akademi ve politika yapıcılar bir araya gelerek girişimcilik alanında çeşitli araştırmalar, çalışmalar ve iş birlikleri yürütüyor. Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Enstitüsü (GEDI) tarafından hazırlanan Küresel Girişimcilik Endeksi, İngilizce kısa adıyla GEI, bahsi geçen çalışmalara verilebilecek önemli örneklerin başında geliyor. Küresel Girişimcilik Endeksi'ne ve bize anlattıklarına yakından bakalım!

KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK ENDEKSİ NEDİR?

GEDI tarafından başlatılan Küresel Girişimcilik Endeksi (GEI), 137 ülkedeki girişimcilik ekosistemini inceleyen önemli bir endeks çalışması... GEI, Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM), Dünya Ekonomik Forumu (WEF) ve Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Teşkilatı'nın (OECD) aralarında da yer aldığı birçok uluslararası kuruluş ve organizasyondan temin ettiği verileri bir çatı altında toplayarak girişimcilik ekosistemini ve ekosistemi oluşturan bileşenleri bütüncül bir yaklaşımla analiz eder.

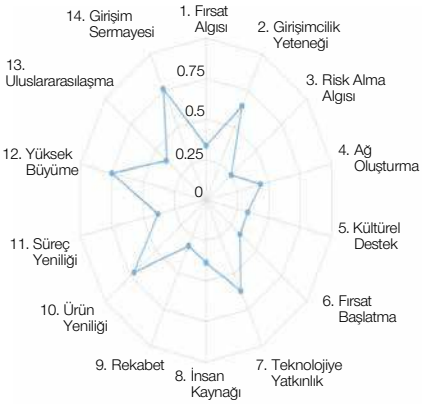
> GİRİŞİMCİLİK, SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMAYI TEŞVİK EDİYOR

GİRİŞİMCİLİĞİ VE GİRİŞİM EKOSİSTEMİNİ NASIL ÖLÇER?

Küresel Girişimcilik Endeksi, nüfusun girişimciliğe yönelik tutumları, yetenekleri ve istekleri hakkında çeşitli kaynaklardan elde ettiği verileri sosyal, ekonomik, kültürel norm ve tercihlerle birlikte değerlendirir. GEI; girişimciliği ve girişimcilik ekosisteminin kapsamını ölçmek için üç ana başlık ve 14 alt başlıktan yararlanıyor. Alt başlıklar; kurumsal ve bireysel değişkenlerden oluşuyor ve 0 ila 1 puan arasında değerlendirilir.

TÜRKİYE, ENDEKSİN NERESİNDE?

GEDI, son GEI raporunu 2019 yılında yayınlandı. Bu nedenle ülkemize ilişkin en güncel verilerin 2019 yılına ait olduğuna dikkatinizi çekmek isterim. Türkiye, 2019 yılı Küresel Girişimcilik Endeksi'nde 39.8 puan ile 44'üncü sırada yer aldı. Girişim ekosistemimizin sahip olduğu puanları ana başlıklar ve alt başlıklar halinde inceleyelim.



Kaynak: Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Enstitüsü

ANA BAŞLIKLAR:
Girişimcilik tutumları, girişimcilik yetenekleri, girişimcilik hedefleri.

GİRİŞİMCİLİK TUTUMLARI:
Toplumsal olarak girişimciliğe ilişkin tutumları inceler.

ALT BAŞLIKLAR

1-Fırsat algısı: Kişilerin girişimciliği fırsat olarak algılama potansiyeline odaklanır. Fırsatın farkında olma ve pazarın kümelenme durumunu değerlendirir. Puanımız 0.34

2-Girişimcilik yeteneği: Kişilerin girişim başlatma becerilerini eğitim kalitesi ile ele alır. Puanımız: 0.64

3-Risk alma algısı: Girişimlerin başarısızlık endişesini değerlendirir. Puanımız: 0.25

4-Ağ oluşturma: Girişimcilerin kaynaklara erişimi ve ekosistem paydaşlarının etkileşim düzeyini irdeler. Puanımız: 0.44

5- Kültürel destek: Nüfusun girişimciliği, kariyer olarak nasıl konumlandırdığı ile ilgilenir. Puanımız: 0.33

GİRİŞİMCİLİK YETENEKLERİ: Yeni girişimlere ilişkin faaliyetleri yetenek bazında inceler.

6-Fırsat başlatma: İnovasyon odaklı girişim kurmak isteyen kişilerin varlığı irdelenir. Ekonomik özgürlük ve fırsat motivasyonu tarafından şekillenir. Puanımız: 0.34

7-Teknolojiye yatkınlık: İş kurma faaliyetlerinde teknolojinin yoğunluk düzeyini ifade eder. Puanımız: 0.62

8-İnsan kaynağı: Girişimcilerin eğitim düzeylerini ve kalitesini ele alır. Puanımız: 0.39

9-Rekabet: Girişimlerin ürettiği ürün/hizmetlerin ve faaliyet gösterdiği pazarın eşsizliği değerlendirilir. Rekabet düzenlemelerinin etkinliği de dahil edilir. Puanımız: 0.31

GİRİŞİMCİLİK HEDEFLERİ: Yeni girişimlere ilişkin faaliyetleri girişimcilik hedefleri açısından inceler.

10-Ürün yeniliği: Girişimlerin yeni ürün üretme eğilimleriyle faaliyet gösterdikleri ülkelerin teknoloji transfer kapasitesini ifade eder. Puanımız: 0.72

11-Süreç yeniliği: Girişimlerin yeni teknolojileri kullanma eğilimi, ilgili ülkenin Ar-ge için yapmış olduğu gayrisafi yurt içi harcama ve uygulamalı araştırma yürütme kapasitesi bir arada değerlendirilir. Puanımız: 0.38

12-Yüksek büyüme: 10 kişinin üzerinde istihdam sağlayan, beş yıl içerisinde yüzde 50 oranından daha fazla büyümeyi planlayan girişimlerin oranı, girişim sermayesinin erişilebilirliği ve iş stratejisinin karmaşıklığı bir arada değerlendirilir. Puanımız: 0.75

13-Uluslararasılaşma: Girişimcilerin uluslararasılaşma düzeyini, ihracat potansiyellerini ve ülkelerin ekonomik karmaşıklık seviyelerini bir arada değerlendirir. Puanımız: 0.39

14-Girişim sermayesi: Girişimlere yapılan bireysel yatırımları ve ülkedeki sermaye piyasalarının derinliğini ifade eder. Puanımız: 0.76

DİJİTAL PLATFORM ENDEKSİ

Konuya ilgi duyan okurlarımız https://thegedi.org/ internet adresini ziyaret ederek GEI raporlarına ve yukarıdaki alt başlıkların detaylarına erişebilirler. Bunun yanı sıra Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Enstitüsü, 2020 yılı itibariyle küresel çapta dijital platform şirketlerinin de bir bileşen olarak yer aldığı dijital girişimcilik ekosistemini incelemeye karar vererek Dijital Platform Endeksi'ni (DPE) oluşturdu. DPE dijitalleşen dünyada küresel platform oluşturma potansiyelini de öne çıkararak GEI'nin de bir adım önüne geçmiş oldu. DPE'yi ilerleyen dönemde bir başka yazıda ele alıp sizlerle paylaşmak isterim.

MİKRO VE MAKRO DÜZEYDE ELE ALINMASI GEREKEN BİR KONU

Bir ülkenin girişim ekosistemini bütüncül bir bakış açısıyla ele almak, çoğu zaman tahmin edilenden daha karmaşık ve zor olabiliyor. Girişim ekosisteminin geliştirilmesi için incelenmesi gereken hususlar, endeksin ele aldıkları ile sınırlı kalmamalı. Girişimciliği geliştirmek için genel bir yaklaşım olarak için birçok ülkede devletten vergi indirimleri ve teşvikler istenir. Devletimiz de özellikle son yıllarda bu anlamda hemen hemen tüm sektör ve bölgeleri teşvik yağmuruna tutmaktadır. Ancak endeksten de anlaşılacağı üzere vergi ve teşvik politikaları, ekosistemin başarıya ulaşmasındaki faktörlerin yalnızca küçük bir kısmını oluşturuyor. Girişim ekosistemi, mikro ve makro düzeyde tüm paydaşların katılımı ile kapsamlı bir şekilde ele alınması gereken bir konu... Girişimciliğin geliştirilmesi ve küresel girişimler çıkartabilmemiz için GEI ve benzer çalışmaların da katkıları ile bu hedefe yönelik olarak ülke kaynaklarının daha etkin ve verimli kullanılması sağlanmalı.

> DÜNYA GENELİNDE GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELİK İLGİ HIZLA ARTIYOR

> Bir ülkenin girişim ekosistemini bütüncül bir bakış açısıyla ele almak çoğu zaman tahmin edilenden daha karmaşık ve zor olabiliyor. Girişim ekosisteminin geliştirilmesi için incelenmesi gereken hususlar, endeksin ele aldıkları ile sınırlı kalmamalı.

M I X

SODEXO





YAPI KREDİ COO'SU CAHİT ERDOĞAN

DENEYAP KART





DHL EXPRESS

SODEXO, FLEXOGIFT'İ HAYATA GEÇİRDİ

Müşterilerine yemek kartının ötesinde dijital bir çalışan faydaları platformu sunan Sodexo, pandemi ile birlikte dönüşen işveren ve çalışan ihtiyaçlarına yönelik yeni nesil kurumsal hediye platformu FlexoGift'i hayata geçirdi. Firmaların dönemsel yardımlar, performans/bağlılık ödüllendirme, satış kanalı teşvikleri ve esnek yan haklar gibi uygulamalarında faydalanabilecekleri FlexoGift, yüzde 100 dijital. Şirket bu platform ile işverenlere farklı kategorilerde seçkin markaların yer aldığı bir yelpaze sunuyor.

YAPI KREDİ'DEN YENİ EĞİTİM

Yapı Kredi, tüm çalışanlarına veri okuryazarlığı konusunda eğitim verecek. Bu yıl ilk kez düzenlenen Kurumsal Zeka Günü etkinliğinde duyurulan veri okuryazarlığı eğitimiyle Yapı Kredi, tüm çalışanlarına yatırım yapmaya devam ediyor. Yapı Kredi COO'su Cahit Erdoğan, veriyi en etkin şekilde kullanabilmek için tüm çalışma arkadaşlarına veri okuryazarlığı eğitimi vereceklerini belirtirken, sadece teknolojik ürün ve hizmetlerle değil, tüm çalışanlarını geleceğin bankacılığına hazırladıklarını kaydediyor.

DENEYAP KART SATIŞA ÇIKTI

T3 Vakfı'nın desteğiyle, RFTEK Elektronik teknoloji girişimi tarafından milli mühendislerce Deneyap Kart'ın üretimi tamamlandı. Güçlü işlemcisi, dayanıklı tasarımı ve çok yönlü G/Ç pinleri ile ülkemizin milli mühendislik kaynakları kullanılarak geliştirilen Deneyap Kart, deneyapkart.org web sitesi üzerinden satılıyor. Deneyap Kart Elektronik Geliştirme Seti, Deneyap Kart, Deneyap Kamera ve Deneyap Mini olmak üzere 4 ürün şeklinde satışa sunuluyor.

DHL VE FIAT'TAN İŞ BİRLİĞİ

DHL Express, Avrupa filosu için ilk 100 adet Fiat E-Ducato elektrikli hafif ticari aracı satın aldı. Bu iş birliği 2030 itibariyle filonun yüzde 60'ının elektrikli araçlardan oluşması hedefinde bir sonraki adımı temsil ediyor. DHL Express, bir süre önce DPDHL Group tarafından uygulamaya konan Sürdürülebilirlik Yol Haritası'na paralel olarak 2030'a kadar Avrupa'daki filosunda 14 binden fazla elektrikli aracıyla karbon salımını azaltmayı hedefliyor.

Bankkart

Bankkart Kumbara özelliğiyle Kazandığınız Bankkart Lira'ları biriktirir o

Bankkart Kumbara



Bankkart'ınız ile kazanacağınız Bankkart Lira'lar
Bankkart Kumbara özelliğiyle artık tek bir yerde birikiyor!
Kazandığınız Bankkart Lira'ları dilediğiniz alışverişte kullanabilirsiniz.

Ziraat Bankası

Seni düşünür o bankkart

/bankkart

0850 258 00 00 Müşteri İletişim Merkezi
www.bankkart.com.tr

Ziraat Bankası

GİRİŞİM

Mobilyalarınızı satın almayın, kiralayın

İŞİNİZ GEREĞİ ÇOK SEYAHAT EDİYOR VE OTELDE KALMAK YERİNE FARKLI ŞEHİRLERDE KISA DÖNEMLİ DAİRE KİRALAMAKTAN YANASINIZ. EŞYALI DAİRELER DE HİÇ ZEVKİNİZE GÖRE DEĞİL. YA DA EVİNİZDEKİ MOBİLYALARI SIK SIK DEĞİŞTİRMEKTEN KEYİF ALIYORSUNUZ. BU NOKTADA BEĞENDİĞİNİZ MOBİLYALARI SATIN ALMAKTANSA DÖNEMLİK OLARAK KİRALAMAYA NE DERSİNİZ?

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

Mobilya kiralama sektörü, çoğumuzun kulağına yeni ve farklı bir kavram olarak gelebilir. Fakat yurt dışında mobilya kiralamak oldukça revaçta olan bir sistem... Gerek öğrenciler, gerek farklı dönemlerde farklı şehirlerde çalışanlar, gerekse etkinlikler için mobilya kiralama, mobilya satın almadan daha çok öne çıkıyor. Bu noktada gezi ve seyahat etme tutkusu nedeni ile yurt dışında bulunduğu yerlerde konaklama tercihinin, ev kiralamak olduğunu dile getiren Mobilyakirala Kurucusu Ayla Şahanoğlu Ceyhan, kiraladığı evlerdeki eşyaların yetersiz ve demode oluşunun, kendisini bu tarz bir girişime yönelttiğini söylüyor.

• Mobilyakirala'yı ne zaman ve nasıl hayata geçirdiniz?

Çocuklarımın eğitimi nedeni ile yurt dışında bulunmaları gerektiğinden geçici bir süre için ev ile ilgili mobilya ve beyaz eşya ihtiyaçlarımız oldu. Kiralama sistemi ile tüm ihtiyaçlarımızı kısa sürede tedarik edebildik. Ülkemize döndüğümde bu hizmet açığını fark ettim ve dünyanın birçok yerinde sunulan bu hizmetin, ülkemizde de faaliyet göstermesi gerektiğine inandım. Türkiye'de ilk defa bir kadın girişimci olarak bu sektöre yatırım yapmaya karar verdim. Şirketimizi Eylül 2019 yılında kurduk. İlk yıl kendi bünyemizde oluşturduğumuz yazılım departmanı ile altyapı çalışmalarını tamamladık ve diğer departmanlarımızı oluşturduk. Ekim 2020'de de Mobilyakirala markamız ile aktif olarak hizmet vermeye başladık.

• Türkiye'de ve dünyada mobilya kiralama sektörü talep gören bir sektör mü?

Kiralama hizmeti dünyada yaygın olarak kullanılan bir sistem. ABD'de, Hindistan'da, birçok Avrupa ülkesinde uzun yıllardır aktif olarak kullanılıyor. Ülkemizde ilk olarak satın alma fikri aklımıza gelirken yurt dışında kiralama hizmeti geliyor. Türkiye'de mobilya kiralama hizmeti birkaç firma tarafından uygulanmaya çalışıldı, fakat aktif hale getirilemedi. Bizim de amacımız Türkiye'de mobilya kiralama sistemini alternatif bir yol olmaktan ziyade ilk akla gelen çözüm haline getirmek. Yeni jenerasyonun sahip olma duygusundan ve sorumluluktan kaçma eğilimleri olduğunu görüyoruz. Almış olduğumuz yoğun talep doğrultusunda gelecek dönemlerde de mobilya kiralama hizmetine olan ilginin artacağını düşünüyoruz.

• Sistem nasıl işliyor? Bireysel ve kurumsal müşterilere ne gibi fırsatlar sunuluyor?

Ülkemizin her bölgesinden ve yurt dışından müşterilerimiz bizlere mobilyakirala.com.tr internet sitemizden ve fiziki mağazalarımızdan kolaylıkla ulaşıp, sipariş verebiliyor. Ev,



bankKart Başak

İhtiyacınızı düşünür, işletmenizi büyütür



AYLA ŞAHANOĞLU CEYHAN
MOBİLYAKİRALA KURUCUSU

"GÜNÜMÜZDE YENİ EKONOMİNİN YARATMIŞ OLDUĞU SİSTEM İLE ZEVKLER, İLGİ ALANLARI YA DA İSTEKLER ÇOK HIZLI BİR ŞEKİLDE DEĞİŞİKLİK GÖSTERİYOR. BİREYLER İHTİYAÇLARININ HIZLI, PRATİK VE EKONOMİK BİR ŞEKİLDE KARŞILANMASINI TALEP EDİYOR. MOBİLYA DA GÜNÜMÜZDE EN ÇOK DEĞİŞİM İHTİYACI HİSSEDİLEN EŞYALARIN BAŞINDA GELİYOR"

ofis, ticari işletmeler, şantiyeler, okullar, oteller kısacası tüm işletmeler için ihtiyaç duyduğunuz mobilya, dekorasyon malzemeleri, elektronik aletleri, ev tekstili, mutfak malzemeleri, outdoor ve spor ürünleri ve özel etkinliklerde ihtiyaç duyabileceğiniz tüm ürünleri, ihtiyaç duyduğunuz süre kadar kiralayabilirsiniz. Özel hazırlanmış paketlerimiz ile yaşam alanınızın tüm ihtiyaçlarını hızlıca karşılayabilir, paketleri kendi ihtiyaçlarınıza göre özelleştirebilir ve kolayca kiralayabilirsiniz. Kiralama işlemi süresince ürünlerin seçiminden, müşterilerimize ulaşımı, dizaynı, kurulumu ve geri alınımı süreçlerinin hepsi Mobilyakirala ekibi tarafından sunuluyor.

• Türkiye'de hangi noktalarda hizmet veriyorsunuz?
Vadi İstanbul ve Maltepe Ritim İstanbul, İzmit, Bodrum Avenue AVM showroom'larımızda aktif olarak hizmet veriyoruz. Beylikdüzü ve Konya'da da irtibat noktalarımız bulunuyor. Kısa süreli hedeflerimiz çerçevesinde Ankara, İzmir, Antalya, Eskişehir, Adana illerimizde yeni showroom'larımızı açmak istiyoruz. Daha sonraki aşamalarda ise tüm Türkiye'de hizmet noktalarımız olacak şekilde planlamalar yapıyoruz.

• Hedef kitlenizi mobilyaları satın almaktan çok kiralamaya yönlendiren kriterleri nasıl özetlersiniz?
Müşterilerimiz bizimle iletişime geçtiklerinde yalnızca ihtiyaçlarını söylüyor. Daha sonrasında geriye kalan tüm işlemleri kendileri için tamamlıyoruz. Sürecin kolaylığı müşterilerimizin en çok ilgisini çeken yanı. Günün yoğunluğu içerisinde bazen çok basit problemler bile bizim için aklımızı oyalayan konular haline gelebiliyor. Taşınma, yeni iş kurma, hayatınızı değiştirme düşünceleri de özellikle büyük şehirlerde her zaman için yorucu bir süreç olarak düşünülüyor. Mobilyakirala ile size yalnızca bavulunuzu alıp gelebileceğiniz ve geriye kalan tüm süreçleri profesyonel bir ekibin yöneteceği bir deneyim sunuyoruz. En önemli tasarrufun zamandan yapılan tasarruf olduğunu bildiğimiz için de müşterilerimize zaman kazandırıyoruz.



Kredi kartı ve banka kartı tek kartta!

YENİLİKLERİN ÖNCÜSÜ TURKCELL, SEKTÖRÜN İLK ENTEGRE FAALİYET RAPORUNU YAYINLADI

PAYDAŞLARI VE TOPLUMA KARŞI SORUMLULUKLARININ BİLİNCİNDE OLAN TURKCELL, YILLARDIR TÜM ÜRÜN, HİZMET VE SERVİSLERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ANLAYIŞINI, TEMEL İŞ STRATEJİLERİNİN ODAĞINA ALIYOR. İŞ SÜREÇLERİNİ DE BU BİLİNÇLE PLANLIYOR

Melih Kocagil / melih.kocagil@platinonline.com



TURKCELL GENEL MÜDÜRÜ **MURAT ERKAN**

Şirketlerin geleceğinin sürdürülebilirlik fikri üzerinden şekillendiği günümüzde; sürdürülebilirliğin yalnız şirketler için değil, toplum ve dünya için de artık bir tercihten ziyade gereklilik olduğu daha iyi anlaşılıyor. Bu alanda yapılan tüm çalışmalarını, 2011 yılından beri düzenli olarak yayınladığı sürdürülebilirlik raporları aracılığıyla kamuoyuyla paylaşan Turkcell, telekom sektöründe bir ilki gerçekleştirdi. 2020 finansal sonuçlarını çevresel, sosyal ve yönetişimsel değerleriyle birlikte kamuoyuna anlattığı, Türkiye'de telekom sektöründe bir ilk olan 'Entegre Faaliyet Raporu'nu yayınladı. 2020 yılından bu yana dünyayı etkisi altına alan ve ekonomik, toplumsal, sosyal birçok alanda katmanlı etkileri görülen Covid-19 süreci, şirketlerin sürdürülebilirlik hedefleri için yaptığı yatırımların ne kadar önemli olduğunun ispatı niteliğinde oldu. Turkcell doğru stratejiler, gelişmiş altyapı ve sürdürülebilir iş süreçleriyle; müşterilerinin pandemi süresince hayatlarını kolaylaştıran ve ihtiyaçlarını karşılayan ürün ve servisler sundu ve 'yeni normal'e yıllardır sürdürülebilirlik odağında yürütülen stratejiler sayesinde hızla uyum sağladı.

DAHA İYİ BİR GELECEK İÇİN ÜSTÜN DİJİTAL HİZMETLER

Turkcell, insanı odağında tutan bir marka olarak yalnızca ürün ve servisleri geliştirmek için değil; her geçen gün önemi daha da anlaşılan çevre bilinci, toplumsal eşitlik, kaynakların verimli kullanılması gibi konularda müşterilerinden geri bildirim alıyor. Bu geribildirimleri tüm iş süreçlerine uyguluyor. Duyarlı müşteriler şirketlerin birçok konuda pozitif değer yaratmasına katkı sağlıyor, aldıkları hemen her ürün ve hizmetin yalnızca kendi faydaları için değil, toplum için de bir katma değer sunmasını ve hatta ekosistemini sorumluluğa yönelik harekete geçirmesini önemsiyor. Çünkü müşteriler 'her şeyden sorumlu' markaları tercih ediyor.

FIRSAT EŞİTLİĞİ SAĞLAYAN BİRÇOK SÜRDÜRÜLEBİLİR PROJE HAYATA GEÇTİ

Kadınların iş hayatında daha fazla yer almasını sağlayan ve kurdukları girişimleri destekleyen, kadınlara girişimcilik ve mobil uygulama geliştirme konularında rehberlik eden Geleceği Yazan Kadınlar projesiyle Turkcell, yüzlerce kadına eğitim verdi ve istihdam sağladı. Engelli bireylerin toplumsal bariyerleri aşmalarına destek olmak, sosyal hayata eşit ve tam katılımlarını sağlamalarına katkıda bulunmak için Engel Tanımayanlar çatısı altında dijitalleşmeyi aktif bir şekilde kullanan Turkcell; İşaret Dilim, Sesli Betimleme ile Sinema, Yüz Yüze Müşteri Hizmetleri gibi mobil uygulamalarının yanı sıra Engelsiz Eğitim Programı, Engelsiz Spor, Turkcell Diyalog Müzesi, Hayal Ortağım, İçimdeki Hazine, Engelsiz Akademi, Engelli Sporuna Destek gibi projelerle 100 binden fazla engelli bireyin hayatına dokundu. 2015 yılından beri Milli Eğitim Bakanlığı himayesinde yürütülen Engelsiz Eğitim Programı ile özel eğitim ihtiyacı olan 50 bine yakın öğrencinin yetkinliklerini artırarak toplumsal hayata katılmalarına destek oldu.

TEKNOLOJİK ATIKLARINI İLERİYE DÖNÜŞTÜRÜYOR

2018 yılında başlatılan Sıfır Atık Projesi ve şirket içerisinde kurulan Atık Yönetim Merkezi ile yemekhane ve ofis katlarından toplanan katı yemek atıkları kompost makinesiyle yerinde dönüştürülüyor, toprak iyileştirici organik gübre elde ediliyor. Aynı zamanda Sürdürülebilir Kalkınma Derneği Plastik Azaltım Girişimi destekçilerinden biri olan Turkcell, ofislerde kullanılan malzemeleri kağıt, plastik ve evsel atıkları türüne göre yerinde ayrıştırıyor, geri dönüşüme yönlendiriyor. Önümüzdeki yıl ana yerleşke Küçükyalı'da Sıfır Atık şirket olmak hedefleniyor. Mağazalarında hayata geçirdiği 'Eğitime Dönüştür' kampanyası ile elektronik atık seferberliğini başlatan Turkcell, kullanılmayan tekno atıkların mağazalarda toplanmasını sağlayarak hem geri dönüşüm konusunda farkındalık yarattı hem de projeden elde edilen gelirle çocukların eğitimine kaynak sağladı.

SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİ İÇİN ÖNCÜ ŞİRKET

Turkcell, Birleşmiş Milletler'in 2030'a kadar yoksulluğu sona erdirmek, dünyayı korumak, refahı ve barışı sağlamak için belirlediği Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (Sustainable Development Goals) kapsamında çalışmalarını sürdürüyor ve gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakmak için 'Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na destek veren stratejiler geliştirmeye devam ediyor.

Türkiye'de Yeşil Kredi anlaşması yapan ilk operatör olan Turkcell, ING European Financial Services ile 5 yıl vadeli, BNP Paribas ile de 3 yıl vadeli 50'şer milyon Euro'luk Sürdürülebilirlik Endeksli Kredi anlaşması imzaladı. Yeşil Kredi olarak da bilinen bu finansal kaynakların; elektronik atıkların toplanarak geri dönüşüme kazandırılması, güneş enerjisi ile temiz enerji kullanımının artırılması ve Dergilik uygulamasının daha fazla kullanılmasıyla kağıt tüketiminin azaltılması gibi hedefler doğrultusunda alındı.

Sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu bir ekonomi modeli hedefleyen Turkcell, pek çok ulusal ve uluslararası inisiyatifin içinde



TURKCELL DOĞRU STRATEJİLER, GELİŞMİŞ ALTYAPI VE SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞ SÜREÇLERİYLE; MÜŞTERİLERİNİN PANDEMİ SÜRESİNCE HAYATLARINI KOLAYLAŞTIRAN VE İHTİYAÇLARINI KARŞILAYAN ÜRÜN VE SERVİSLER SUNDU

aktif yer alıyor. GSMA'in İklim Değişikliği Dijital Beyanı, Power Youth inisiyatifleri, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UNGC), Sürdürülebilir Kalkınma Derneği (SKD), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı 'Business Call to Action' (UNDP BCTA) Programı ve Birleşmiş Milletler Kadını Güçlendirme Projesi (UN WEP) imzacısı ve destekçisi konumunda bulunuyor.

BUGÜN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, YARIN GELECEK

Dünya Ekonomi Forumu'nun yayımladığı son Küresel Risk Raporu'na göre dünyayı önümüzdeki 10 yılda bekleyen riskler sıralamasında iklim değişikliği ilk sıralarda yer alıyor. Bu kapsamda Turkcell Enerji iştiraki öncülüğünde güneş panelleri ve rüzgâr türbinleri ile temiz, yenilenebilir enerji kullanımı oranı artırılıyor. Türkiye'nin en büyük veri merkezi olan Ankara Veri Merkezi, otopark üzerine yerleştirilen güneş panelleriyle Türkiye'nin güneş enerjisiyle kendi elektriğini üreten ilk veri merkezi oldu. 2030'a kadar elektrik ihtiyacının yüzde 100'ünü yenilebilir enerji ile karşılanması hedefleniyor.

Turkcell; enerji tasarrufu yapan, enerji giderlerini düşüren ve çevreye duyarlılığı teşvik eden sistemler kullanan şirketlere verilen ISO 50001 sertifikasını ve sera gazı hesaplama ve doğrulama sistemini kuran şirketlere verilen ISO 14064 sertifikasını almayı başaran ilk mobil operatör. 2014 yılından beri Karbon Saydamlık Projesi (Carbon Disclosure Project) kapsamında karbon ayak izini ölçümlüyor, 2050 yılına kadar da tamamen 'karbon nötr' bir şirket olmayı hedefliyor.

ÇEİS'İN DÜZENLEDİĞİ YAPI TASARIM YARIŞMASI, BU YIL KENTİN ATIL ALANLARINA ODAKLANIYOR

ÇİMENTO ENDÜSTRİSİ İŞVERENLERİ SENDİKASI'NIN (ÇEİS) DÜZENLEDİĞİ YAPI TASARIM YARIŞMASI'NDA SON DÖNEMECE GİRİLDİ. BU YIL 'KENTSEL ALANDA YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR' TEMASI ALTINDA,17 MAYIS TARİHİNE KADAR ADAY PROJELERİ KABUL EDECEK YARIŞMANIN KAZANANLARI İSE 21HAZİRAN'DA AÇIKLANACAK

Melih Kocagil / melih.kocagil@platinonline.com



ÇEİS YÖNETİM KURULU BAŞKANI **SUAT ÇALBIYIK**

Çimento Endüstrisi İşverenleri Sendikası'nın (ÇEİS), çimentonun estetik ve yenilikçi kullanım örneklerini görünür kılmak ve teşvik etmek amacıyla düzenlediği 'Yapı Tasarım Yarışması'nda son dönemece girildi. Bu yıl 'Kentsel Alanda Yenilikçi Yaklaşımlar' teması altında 17 Mayıs'a kadar projeleri kabul edecek yarışmanın kazananları 21 Haziran'da duyurulacak. Profesyoneller ile öğrencileri ikinci defa buluşturan ve 14 projeye toplamda 295 bin TL ödül dağıtacak olan yarışmanın detaylarını ÇEİS Yönetim Kurulu Başkanı Suat Çalbıyık anlattı.

ÇİMENTO İLE TASARIMA DEĞER KATACAKLAR

Suat Çalbıyık yaptığı değerlendirmede, "Çimento, sağlamlığı, ulaşılabilirliği ve maliyet avantajıyla son derece hızlı bir şekilde hayatımızın merkezine yerleşti. Ancak bu hızın olumsuz yansımaları da oldu. Zaman zaman çimento ve betonun hatalı kullanımları, estetik anlamda olumsuz bir algının doğmasına sebebiyet verdi. Bu algıyla beraber; ortak yaşam alanlarımızda birbirinin benzeri, atıl duruma düşmüş, niteliğini yitirmiş yapıları sıklıkla görür olduk. Hem bu algıyı değiştirmek hem de yaratıcı zihinlerde çimentonun tasarımlara nasıl değer kattığını gösterebilmek amacıyla 2019 yılında Yapı Tasarım Yarışması'nı hayata geçirdik" diyor.

"KENTLERDEKİ ATIL ALANLARI BERABER İŞLEVLENDİRELİM"

Bu yıl 'Kentsel Alanda Yenilikçi Yaklaşımlar' teması altında düzenlenen yarışma ile ilgili olarak Çalbıyık sözlerini şöyle sürdürüyor: "Yarışmamız, modern dünyada 'neredeyse tüm yapılı çevreyi kuran çimentonun sınırlarını ve imkanlarını ne kadar tanıyıp kullandığımız' sorusunu merkezine alıyor. Alternatif tasarımlar üretme konusunda katılımcıları cesaretlendirmeyi amaçladığımız yarışmada, yarışmacılardan; kentin geçiş noktalarındaki tanımsız, atıl veya kullanım karakteri tam oluşmamış yapıları ve yakın çevrelerini yeniden düşünmeleri, iyileştirmeleri, işlevlendirmelerini istiyoruz. Bu sayede atıl alanlardan; bekleme, buluşma, nefes alma gibi faaliyetlere imkan tanıyan verimli kamusal mekanlar yaratabilmeyi amaçlıyoruz. Yaratıcı projeleri heyecanla beklediğimizi hatırlatıyor ve kentlerdeki atıl alanlarımızı beraber işlevlendirelim çağrısında bulunuyorum."

Yarışma ile ilgili ayrıntılı bilgiye www.yapitasarimyarismasi.com adresinden ulaşılabiliyor.

"YARIŞMACILARDAN KENTİN GEÇİŞ NOKTALARINDAKİ TANIMSIZ, ATIL, KULLANIM KARAKTERİ TAM OLUŞMAMIŞ YAPILARI VE YAKIN ÇEVRELERİNİ YENİDEN DÜŞÜNMELERİNİ, İYİLEŞTİRMELERİNİ VE İŞLEVLENDİRMELERİNİ İSTİYORUZ"



bms
1984
DESIGN
CENTER

bmsdesigncenter #HermanMillerTurkey

Nispetiye Caddesi, Seheryıldızı Sokak no5 Etiler / İstanbul

shop.bms.com.tr

0212 263 6406

“2021 YILINDA DA BÜYÜMEYE DEVAM EDİP CİROMUZU YÜZDE 30 ARTIRACAĞIZ”

PANDEMİNİN İLK ZAMANLARINDAKİ DURGUNLUK NEDENİYLE İHRACATA AĞIRLIK VEREN SEZA ÇİMENTO, BAŞTA AFRİKA PAZARI OLMAK ÜZERE LİBYA VE İSRAİL’DEN CİDDİ TALEP ALDI. SEZA ÇİMENTO YÖNETİM KURULU BAŞKANI PROF. DR. YASEMİN AÇIK, ŞİRKET OLARAK YAKALADIKLARI BAŞARILARI VE GELECEK DÖNEM HEDEFLERİNİ PLATİN’E ANLATTI

Melih Kocagil / melih.kocagil@platinonline.com

Türkiye çimento sektörünün bugün içinde bulunduğu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz? Sektörün gelişimi için atılması gereken öncelikli adımları özetler misiniz?

2020 yılı pandemiye rağmen çimento sektörü açısından iyi geçti. Rakamlarımız da bunu gösteriyor zaten. 2020 yılında bir önceki yıla göre iç satışlarımızda yüzde 22,6, çimento ihracatında ise 46,1’lik artış gerçekleşti. İhracattaki bu artışla birlikte 2020 yılında dünya çimento ihracatında ikinci sırada yer aldık. Ancak sektörümüzün kârlılığını artırmasının özellikle ihracatta daha büyük başarılar elde etmesinin yolu Ar-Ge’den geçiyor. Çünkü pandeminin ardından bizi yeni bir dönem bekliyor. İş modelleri değişti, hibrit çalışma veya tamamen uzaktan çalışmaya geçişler başladı. Bunun neticesinde inşaat sektörüne farklı talepler gelecek, yeşil binalara, akıllı ev ve ofislere ilgi artacak, bu da çimento sektörünü etkileyecektir. Pazarın taleplerini en iyi şekilde karşılamak için markalaşmaya, yenilikçi ürün ve hizmet geliştirmeye odaklanırsak, sektörümüz dünya çapında büyümeye devam edecektir.

• Seza Çimento olarak 2020 yılı nasıl geçti, 2021 planlarınızı anlatır mısınız?

Seza Çimento açısından 2020 yılı başarılı bir yıl oldu. Pandeminin ilk dönemlerinde iç pazarda durgunluk yaşandığından ihracata ağırlık verdik. Özellikle Afrika pazarı, Libya, Suriye ve İsrail’den ciddi talep aldık. Mayıs-haziran döneminde iç pazar yeniden açıldı ve bu talep yıl sonuna kadar devam etti. Bunun neticesinde 2020 yılında 1.9 milyon ton civarında üretim gerçekleştirdik; bunun 600-700 bin ton civarını dış pazara, kalan kısmını ise iç pazara sattık. 2021 yılında da hem iç pazarda hem de yurt dışında büyümeye devam ederek, ciromuzu en az yüzde 30 oranında artırmayı hedefliyoruz. Bu yıl mevcut pazarlarımıza ek olarak Avrupa ve Amerika pazarlarında daha etkin olmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Fabrikamıza çok yakın bir bölgede güneş enerjisi santrali kurmak için çalışmalarımıza hız verdik.



SEZA ÇİMENTO YÖNETİM KURULU BAŞKANI **PROF. DR. YASEMİN AÇIK**



"BU YIL MEVCUT PAZARLARIMIZA EK OLARAK AVRUPA VE AMERİKA PAZARLARINDA DAHA ETKİN OLMAK İÇİN ÇALIŞMALARIMIZI SÜRDÜRÜYORUZ"

• Uzun vadeli yatırım hedefleriniz arasında neler var? Hangi sektörlerde faaliyet gösteriyorsunuz? Yeni sektörlere adım atmayı düşünüyor musunuz?

Seza Çimento'nun yanı sıra 2018 yılında üretime başladığımız Çimya Beton adında bir şirketimiz bulunuyor. Çimya Beton'da bu yıl ilave yatırım gerçekleştirerek, Elazığ'daki santralin içine bir beton santrali daha kurduk. Uzun vadeli yatırım planlarımız arasında ise gıda sektörü ve katma değeri yüksek teknoloji yatırımları bulunuyor.

• Erkek egemen sektörde faaliyet gösteren bir iş kadını olarak şirketinizde kadınlara özel uygulamalar var mı? Sosyal sorumluluk alanında neler yapıyorsunuz?

Erkeklerin çalıştığı her alanda kadınların da çalışabileceğini biliyor ve buna inanıyorum. Her zaman kadınların güçlenmesini ve yaşamın tüm alanlarına etkin ve yetkin bir şekilde katılmasını teşvik etmeye ve desteklemeye özen gösteriyorum. Ancak henüz yolun başındayız. Yoksa fabrikamızda kamyon kullanan, beton santrali operatörlüğü yapan kadınlar olmasını çok isterim.

• Sanayi kuruluşlarının kurumsallaşması çok önemli. Kurumsal yapınızdan ve kurumsallaşma çalışmalarınızdan bahseder misiniz?

Seza Çimento olarak kuruluşumuzdan itibaren kurumsallaşmaya büyük önem verdik. Bu kapsamda profesyonel yardım ve danışmanlık alarak; iş ve görev tanımlarını açık şekilde yaptık. Görev, yetki ve sorumlulukları özenle tespit ettik ve verdik. İşletme içi kuralları ve yönergeleri belirledik, birimlerin iş akışlarını ve hedeflerini tespit ettik, kurumsal kimlik ve kurumsal temel ilkeleri oluşturduk. Çalışanlarımızı, tedarikçilerimizi, tüm diğer paydaşlarımızı ve ailelerini de düşündüğümüzde bölgede yaklaşık 10 bin kişinin hayatına dokunuyoruz. Böylesine büyük organizasyonu ancak kurumsal bir yapıyla yönetebilirsiniz.

• Dijitalleşme, Seza Çimento için ne ifade ediyor? Otomasyon sistemlerini ve akıllı teknolojileri hangi ölçüde iş süreçlerine dahil ediyorsunuz ya da etmeyi planlıyorsunuz?

Fabrikamızda, prosesin kontrolünü, kararlılığını ve optimizasyonunu sağlamak için; tüm sistemin insan inisiyatifinden bağımsız olarak çalıştırılması, enerji maliyetlerinin azaltılması ve minimum arıza duruşu ile verimli bir üretim yapılması için son teknolojiyi içeren bir otomasyon ve scada sistemimiz bulunuyor. Scada sistemi ile tüm ünitelerin kontrolü, 'merkezi kumanda odasında' ilgili ünite operatörü vasıtasıyla yapılıyor. Ancak istersek operatörleri devreden çıkararak, bu sistemi otomatik kumandaya bağlayarak, bilgisayar tabanlı sistem ile insansız olarak da çalıştırabiliriz. Kalite kontrol birimimizde otomatik numune alma ve RoboLab sistemimiz mevcut. Bu sistem ile üretim prosesinin farklı noktalarından insan eli değmeden numune alınarak, analiz edilebiliyor. Analiz sonuçları da otomatik olarak bilgisayar ve cep telefonlarımıza saat başı iletiliyor. Son olarak reçetelere uygun, standart sapması düşük, kontrol edilebilir ve güvenilir üretim yapabilmek için hammadde sistemi üzerine kurduğumuz online analizörler sayesinde üretimde sürdürülebilir kaliteyi sağlayabiliyoruz.

• Pandemi kişisel olarak iş yapma şekillerinizi değiştirdi mi? Bu sürecin sonunda yeni dünyada sanayi ve üretimin ne yöne doğru evrileceğini düşünüyorsunuz?

Pandemi, herkesin olduğu gibi benim de, bizim de iş yapış şekillerimizi etkiledi ve değiştirdi. Daha önceki iş yapma modellerimiz içerisinde seyrek kullandığımız, telekonferans, görüntülü görüşme ve toplantı yapma gibi teknolojik ve uzaktan iş yerini yönetme yaklaşımları, şirket yönetimimizde birden bire günlük rutinimiz olmaya başladı. Sosyal ve ekonomik ilişkilerimizi bilişim teknolojilerini kullanarak sanal ortamda yürütmeye başladık. Hızlı bir şekilde satın alma, üretim ve satış pazarlama stratejilerimizi gözden geçirdik ve gerekli önlemleri aldık. Bu durumun pandemiden sonra da hayatımızın bir parçası olmaya devam edeceğini düşünüyorum.

“SATIN ALMADA STRATEJİK ORTAKLIKLAR DÖNÜŞÜMÜN PARÇASI”

“BUGÜN ZER, 20 BİNİ AŞKIN TEDARİKÇİSİ VE 500’ÜN ÜZERİNDE MÜŞTERİSİ İLE ÜLKEMİZİN EN BÜYÜK SATIN ALMA ŞİRKETİ VE TÜRKİYE’DE BENZER İŞ MODELİNE SAHİP BAŞKA BİR ŞİRKET ÖRNEĞİ BULUNMUYOR”

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

Sağladığınız hizmetlerden, 2021 ve sonrası hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Zer, 2003 yılında Koç Topluluğu Şirketleri’nin endirekt malzeme alımlarının merkezileştirilmesi amacıyla faaliyete geçti. Kuruluş temelinde verimlilik, etkin maliyet yönetimi ve etkin kaynak kullanımı sağlama gibi bugün de şirketlerin ajandasında stratejik öneme sahip olan hedefler yer alan Zer; yıllar içinde yarattığı yenilikçi modelle, topluluk dışından müşterilerine de uzmanlık sunarak satın alma sektörüne yön verir hale geldi. Ana iş kolları; lojistik, malzeme, hizmetler ve medya olan 130’a yakın kategoride sunduğu stratejik satın alma uzmanlığı, tedarik zinciri yönetimi çözümleri ve teknolojik platformlarıyla şirketlere satın alırken de kazanma imkanı sunan bir yapı. 18 yıldır geliştirdiğimiz satın alma uzmanlığı ve her ölçekten, her şirketin talebine uygun, kısa zamanda entegrasyon sağlanabilecek dijital çözümlerle, sunduğumuz avantajlı hizmetten daha çok şirketin faydalanmasını amaçlıyoruz. Uzun vadede gelirlerimizin yüzde 50'sini Koç Topluluğu Şirketleri dışında hizmet verdiğimiz iş ortaklarımızdan sağlamayı hedefliyoruz.



ZER A.Ş. GENEL MÜDÜRÜ **MEHMET APAK**

“KRİTİK UNSUR; ESNEKLİK”

• Tedarik zincirinde dijital çözümlere adaptasyon ve geçiş süreci hangi adımlar doğrultusunda şekillenmeli?

Sadece dijital dönüşüm süreçlerini değil, tedarik zincirinin tüm yapılanmasını ve geleceğini uzun soluklu planlarla şekillendirmeye ihtiyaç var. Kritik unsur ise esneklik. Uzun soluklu, birçok senaryoyu barındıran planların yapılması; planların süreç içinde revizyona uygun olması, şirketlerin bu esnekliği ve proaktifliği sergileyebilecek beceri ve uzmanlıkla donatılmış insan kaynağına sahip olması gerekiyor. Sadece satın alma ekiplerinden oluşan proje ekipleri yerine şirket içinde farklı fonksiyonlardan kişilerin dahil olduğu çevik ekiplerin oluşturulması, çok boyutlu düşünebilmeyi tetikleyecek bir ortamın oluşturulmasının ilk adımı. Süreci analiz ederken direkt ve hacimli alımlara değil, küçük ama sıklıkla yapılan satın almaların da değerlendirilmesi ve farklı lojistik metotların plan dahilinde olması önem taşıyor. Sadece dar çemberin etrafındaki stratejik tedarikçilerle değil, tüm tedarikçilerle standart bilgi akışını sağlayan bir yapı inşa edilmeli. Geçiş ve adaptasyon dönemlerinde zorlukların aşılması için teknolojik gelişmelere hızla adapte olabilen, talebe uygun, özel çözümler sunabilecek güvenilir yapılar ile kurulan stratejik ortaklıklar, önemli bir fark yaratacaktır.

Zer

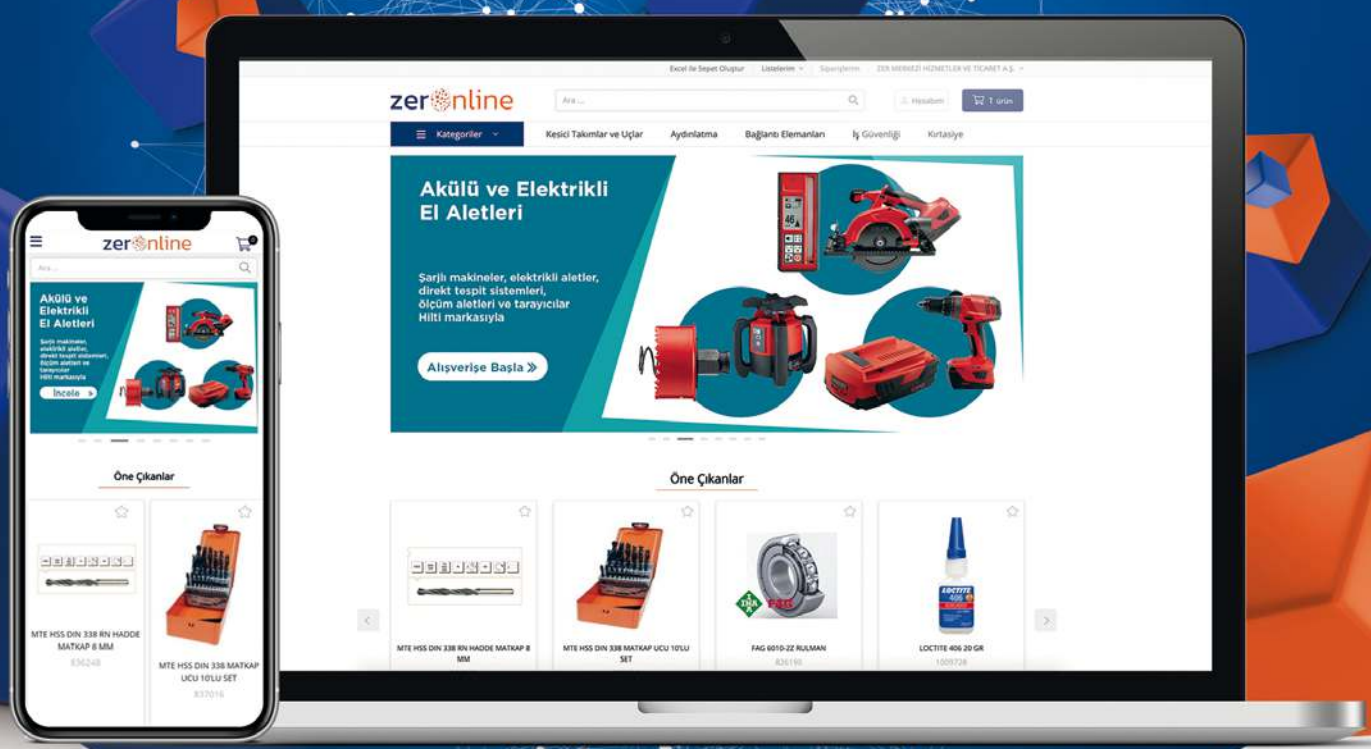
“FİYAT, KALİTE VE ZAMAN ÜÇGENİNİN DIŞINDA, UZUN SOLUKLU BİRÇOK SENARYOYU BARINDIRAN PLANLARIN İNŞASI, TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNİN ODAĞINDA OLACAK"

Şirketinize özel bir ürün kataloğu düşünün, üstelik size özel avantajlarla!

Online sipariş yönetimi platformu ZerOnline ile teknik endüstriyel malzemelerden ambalaj malzemelerine, ofis, gıda ve temizlik malzemelerinden teknolojik ürünlere birçok farklı kategoride ürünü şirketinize özel hazırlanan online ürün kataloğu arasından seçebilir ve satın alma hacminize özel belirlenen avantajlı fiyatlar ile sipariş edebilirsiniz.

ZerOnline'ı kullanın, satın alma süreçlerinizde uzmanlık, teknoloji ve tasarrufu bir arada yaşayın.

İletişim: zeronlinesatis@koczer.com



Zer

zeronline

KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLERLE YENİ PAZARLARA AÇILACAK

İLAÇ SEKTÖRÜNÜN EN GENÇ OYUNCULARINDAN BİRİ OLMASINA RAĞMEN HEM YURT İÇİNDE HEM DE İHRACAT TARAFINDA AĞIRLIĞINI ARTIRAN PHARMACTIVE İLAÇ, ÜRETECEĞİ KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNLERE PARALEL OLARAK İHRACATTA VİTES YÜKSELTMEYE HAZIRLANIYOR

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

Pharmactive İlaç, geniş ürün yelpazesi, esnek üretim kabiliyeti ve yüksek üretim kapasitesi sayesinde Abbott, Astra Zeneca, GlaxoSmithKline, Gilead, Reckitt Benckiser ve Novartis gibi global ilaç firmalarının Türkiye'deki üretim ortağı... Şu anda 100 milyon kutuluk üretimle sektöründeki ilk beş şirket arasında yer alan Pharmactive İlaç, yaklaşık 30 milyon kutusunu Türkiye'deki kullanım için üretiyor.

330 MİLYON KUTULUK KAPASİTE

Çerkezköy'de 108 bin metrekarelik bir alanda üretim tesislerinin bulunduğunu dile getiren Pharmactive İlaç Yurtiçi ve Yurtdışı Pazarlar Genel Müdürü Dr. Yalçın Yaşin, şu anda bunun yarısı kadar bir alanda üretim yaptıklarını kaydediyor. "200'ün üzerinde ürün için ruhsatımız bulunuyor. Onkoloji, enjektabl ve hormon üretimi gibi yeni alanlarımız için var olan 108 bin metrekarelik alanımızın geri kalan kısmını kullanmayı düşünüyoruz. Böylelikle 330 milyon kutu olan kapasitemizin tamamını da kullanabilmiş olacağız" diyen Yaşin, hastaneye gidişlerin de azaldığı bu dönemde akut ilaçların tüketiminde bir düşüş yaşansa da, ihracat satışlarıyla bunu kompanse ettiklerini söylüyor.

AR-GE'YE CİRONUN YÜZDE 10'U AYRILIYOR

Avrupa'da 12 ülkeye ürün satmalarının yanı sıra Çin ile de anlaştıklarını belirten Yaşin, geçen yıl elde ettikleri 80 milyon dolarlık geliri, bu yılın sonunda 100 milyon dolara çıkarmayı hedeflediklerini vurguluyor. Yaşin, "35 çalışanımızın bulunduğu Ar-Ge merkezimize her yıl ciromuzun yüzde 10'unu ayırıyoruz. Avrupa ve Kanada gibi ihracat yaptığımız bölgeleri de düşündüğümüzde özellikle katma değeri yüksek ürünlere yatırım yapmayı önemsiyoruz. Yeni pazarlara açılmanın yolu, katma değeri yüksek ürün üretiminden geçiyor" diyor. Pandemi döneminde yaptıkları sosyal sorumluluk projelerine de dikkat çeken Yaşin, ihtiyaca yönelik olarak 3 bin sağlık kuruluşuna maske, eldiven, antiseptik su gibi ürünlerin dağıtıldığını belirtiyor. "Bununla beraber 'Aktif Destek Hareketi' adını verdiğimiz projemiz kapsamında kamu hastanelerine 'Aktif Oda' ismini verdiğimiz dinlenme odaları kurmaya başladık" diyen Yaşin, bu odalardan toplamda beş kamu hastanesine kurulum yapacaklarını da sözlerine ekliyor.



PHARMACTIVE İLAÇ YURTİÇİ VE YURTDIŞI PAZARLAR GENEL MÜDÜRÜ **DR. YALÇIN YAŞİN**



ŞİRKETİN KURDUĞU AKTİF ODADAN BİR GÖRÜNÜM

"BU YIL 10 MİLYON DOLARLIK İHRACAT HEDEFLENİYOR. AMACIMIZ İSE 5 YIL İÇİNDE BU RAKAMI 50 MİLYON DOLARA ÇIKARMAK. PAZARDA LİDER OLAN ÜRÜNLERİMİZE 5 YENİ ÜRÜN DAHA EKLERKEN, KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNLERE AĞIRLIK VERECEĞİZ"



TÜRKİYE'NİN EMEĞİNİ GURURLA TAŞIYORUZ.

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

TURKISH CARGO

turkishcargo.com.tr

ENPLUS, DİJİTALLEŞME EKSENİNDE PREMIUM MARKALAR İLE BÜYÜYOR

ANA FAALİYET ALANI; PREMIUM İTHAL MUTFAK GEREÇLERİ, KÜÇÜK EV ALETLERİ VE AKSESUARLAR OLAN VE ALANINDA 140 PERSONEL VE 60'IN ÜZERİNDE MARKA İLE HİZMET VEREN ENPLUS'IN COO'SU MURAT HATİPOĞLU İLE SEKTÖRDE YAŞANAN DÖNÜŞÜMÜ VE ENPLUS'IN DİJİTALLEŞME EKSENİNDE ŞEKİLLENEN GELECEK PROJEKSİYONUNU KONUŞTUK

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

Enplus olarak, dijitalleşme ve online kanallara yaptığınız yatırımlarınızdan ve bu alandaki hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Enplus olarak, uzun yıllara dayanan geleneksel perakende deneyimimizi son 4 yılda dijital alanlardaki penetrasyonumuzla birleştirdik. Müşterilerimizin beklentilerinin de üzerinde kişiselleştirilmiş bir alışveriş deneyimi sunmak için hem fiziksel hem de online mağazalarımızda yatırımlarımız devam ediyor. En büyük değişimi ise omnichannel süreçlerinde yaptığımız optimizasyonlarda yaşıyoruz. CRM, ERP ve diğer entegrasyon kanalları arasındaki tüm veri akışının eş zamanlı bir şekilde çalışarak tüketicilerimizin beklentilerini karşılayacak düzeyde olması için çalışıyoruz. Pandemi döneminde yaşanan en büyük sıkıntılardan biri lojistik ve dağıtım hizmetlerinde meydana geldi. Biz, bu noktada lojistik alanındaki iş ortaklarımız ile farklı anlaşmalar yaparak ürünlerimizi 1 gün gibi kısa sürelerde tüketicilerimize ulaştırdık. Bunu bir adım öteye taşımak için yaz aylarında yazlık bölgelerde aynı gün içerisinde teslimat yapabileceğimiz şekilde bir çalışma planlıyoruz. Buna göre siparişler sistemimize ulaştığı anda fiziksel mağazalarımızın her biri bir depo mantığı ile çalışacak ve onmichannel otomasyon sistemi sayesinde aynı gün teslim edilebilecek. Dijitalleşme ile birlikte yaşayacağımız bir değişim de ödemelerde olacak. Fiziksel mağazalarımızda, herhangi bir kasaya gerek duymadan sadece SMS ile ödeme yapılabilen, temassız bir dünya yaratacağız. Mağazalarımıza gelen müşterilerimiz APK barkod okuma teknolojisi ile satış görevlilerine ihtiyaç duymadan istedikleri ürünün özelliklerine ve videolarına ulaşabilecekler.

"6 AY İÇERİSİNDE BÜNYEMİZE TOPLAM 5 YENİ MARKA DİSTRİBÜTÖRLÜĞÜ DAHA KATTIK"

• Toplamda kaç markanın distribütörlüğünü yürütüyorsunuz? Bu konuda önümüzdeki dönemde ajandanızda ne gibi hedefler var?

Bizi sektörde faaliyet gösteren diğer markalardan ayıran en önemli farkımız organize perakendecilerin pek çoğu gibi, kategori mağazacılığı yapmıyor oluşumuz. Biz çok net şekilde marka mağazacılığı yapıyoruz. Enplus konseptinin içerisinde her bir markanın kendine göre ayrı ve tanımlı bir alanı vardır. Bugün Sage, Caso, Sub-Zero/Wolf, Wüsthof, Pyrex, Steamone ve Bertazzoni gibi markaların distribütörlüğünü yürütürken WMF, Zwilling, Fissler, Jura ve Miele gibi markaların da en önemli perakende ve ticaret satış kanalını oluşturuyoruz. Ayrıca Leggno adında bir private label markamız var. Son 6 ay içerisinde bünyemize toplam 5 yeni marka distribütörlüğü daha kattık. Türkiye çapına yayılan mağazalarımızda kendi alanlarında uzman 140 personel ve 60'ın üzerinde marka ile hizmet veriyoruz. Ana faaliyet alanımız premium ithal mutfak gereçleri, küçük ev aletleri ve aksesuarlar. Uzman olduğumuz alandaki bilgi birikimi ve deneyimlerimizi her geçen gün artırıyoruz.

"TÜRKİYE'NİN 81 İLİNE DE HİZMET VEREN BİR PERAKENDE MARKASIYIZ"

• Mağaza sayınızı öğrenebilir miyiz? Büyüme planlarınızı paylaşır mısınız?

Bugün Türkiye'nin farklı bölgelerinde bulunan toplam 23 Enplus mağazası, 1 konsept mağaza ve 2 Miele Center'ımız var. Ayrıca Moskova'da bir ofisimiz ve showroom'umuz bulunuyor. Moskovo'da Sub-Zero/Wolf markasının, Rusya ve tüm CIS ülkelerini kapsayan distribütörlüğünü yürütüyoruz. Ancak, e-ticaret atılımımız ve yatırımımız ile bugün Türkiye'nin 81 iline de hizmet veren bir perakende markasıyız. Hedefimiz orta vadede mağaza sayımızı 30'a çıkarmak. Son 6 ay içerisinde farklı bölgelerde 5 yeni mağaza açtık. İstanbul'da Aqua Florya'da, Vadi İstanbul ve Göktürk'te mağaza açılışları gerçekleştirdik. İzmir'de ise Mavi Bahçe AVM'de hem bir Enplus mağazası hem de Miele Center açtık. Bu mağazaların hepsi Enplus'un yeni tasarım konseptleri ile hayata geçirildi. Bir sonraki hedefimiz ise Ankara. 2021 ve



ENPLUS COO'SU **MURAT HATİPOĞLU**

"MUTFAK GEREÇLERİNDE 2020 ORTALAMASINDA YÜZDE 17, DÖRDÜNCÜ ÇEYREK KARŞILAŞTIRMASINDA YÜZDE 27 BÜYÜME YAŞANIRKEN; KÜÇÜK EV ALETLERİNDE YIL ORTALAMASINDA YÜZDE 19, DÖRDÜNCÜ ÇEYREK KARŞILAŞTIRILMASINDA İSE YÜZDE 30 BÜYÜME YAŞANDI"

2022 yıllarında bir yandan e-ticaretimize e-ihracat çalışmalarını da ekleyerek daha da geliştirmeyi ve Ankara'da 3 yeni mağaza açmayı planlıyoruz.

"2020 YILINI CİRODA YÜZDE 65 VE KÂRLILIKTA 12 PUAN BÜYÜME İLE KAPATTIK"

• Pandemi süreci yatırımlarınızı nasıl etkiledi?

Ocak 2020'de bütün ERP sistemimizi değiştirerek ve ayrıca entegrasyon altyapımızı özel yazılımlarla güçlendirerek perakende ve e-ticaret operasyonlarımızı gerçek bir omnichannel sistemine geçirebildik. Herkesin e-ticaret ve omnichannel süreçlerini konuştuğu bir dönemde biz perakendenin ve e-ticaretin entegre şekilde çalıştığı 'new commerce'e geçmiş olduk. Bu da bize birçok alanda ciddi başarılar ve büyüme rakamları getirdi. Türkiye'de e-ticaret hacmi 2020 sonu itibari ile bir önceki yıla göre yüzde 66 artış gösterirken, 2020'de e-ticaret hacmimiz yüzde 1100 büyüdü. Diğer taraftan Türkiye'de e-ticaretin genel ticarete oranı aynı dönemlerde yüzde 9,8'den yüzde 15,7'ye çıkarken; Enplus olarak biz de bu oran, şu anki toplam cironun yüzde 24,7'sine ulaştı. 2020 yılını ciroda yüzde 65 ve kârlılıkta 12 puan büyüme ile kapattık.

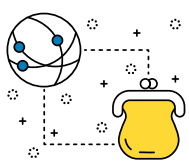
• Yatırımlarınızı belirlerken izlediğiniz yol haritasından ve öne çıkan başlıklardan bahsedebilir misiniz?

Çoklu marka yapısını müşterilerine sunan bir pazar yeri mantığında çalışıyoruz. Bugün dünyaya baktığınızda premium segmentte yer alan markaları, bu çoklu yapı içerisinde ama tek bir dil kullanarak anlatmak son derece zor bir iş. Marka olarak bu konuda oldukça başarılıyız. Yurt içinde yakaladığımız bu başarıyı yurt dışına da taşımak için çalışma ve yatırımlarımız bulunuyor. Sahip olduğumuz doğal pazar yeri yapısını markamıza özgü özelliklerimiz ile yurt dışına taşıyacak lojistik, fiziksel mağazalar ve dijital platformlara yatırımlar planlıyoruz. Türkiye'den yurt dışına açılmak isteyen premium butik markalar için bir köprü oluşturacağız. Bu yolla Enplus markasını yurt dışında da tüketicilerin hizmetine sunacağız.



%66

"TÜRKİYE'DE E-TİCARET HACMİ, 2020 SONU İTİBARİ İLE BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE YÜZDE 66 ARTIŞ GÖSTERDİ"



%1100

"ENPLUS OLARAK, 2020'DE E-TİCARET HACMİMİZ YÜZDE 1100 BÜYÜDÜ"

"KÂRLILIK ODAKLI DÜŞÜNCEDEN, PAYLAŞIM ODAKLI BÜYÜMEYE GEÇMELİYİZ"

PANDEMİ BÜTÜN SEKTÖRLERİ DERİNDEN ETKİLEDİ. BU DÖNEME HAZIRLIKLI YAKALANANLAR, EMİN ADIMLARLA İLERLERKEN, HAZIRLIKSIZ YAKALANANLAR İSE YEPYENİ BİR YARIŞA DAHİL OLDU. QNET TÜRKİYE, RUSYA VE ORTA ASYA BÖLGE GENEL MÜDÜRÜ CEM GEYİK, YÖNETİM SÜREÇLERİNİ PLATİNE ANLATTI

Melih Kocagil / melih.kocagil@platinonline.com

İş hayatında çok daha sürdürülebilir bir performans sergileyebilmenin yeni kodları neler?

Dünya, daha önce deneyimlemediği bir süreçten geçiyor. QNET'in yıllar önce gerçekleştirdiği e-ticaretle doğrudan satışı birleştirme vizyonu ve bu yenilikçi iş modelini üyelerine sunma fikrinin, pandemi döneminde ne kadar doğru bir karar olduğunu çok daha iyi anladık. İşi, güncel olana teknolojiyle adapte etmek ve müşteriye kolay ulaşmanın yolunu keşfetmek, esnek çalışma koşulları geliştirmek, çalışanı, bağımsız temsilciyi özgür bırakmak, yeni fikirlere açık olmak, deneyimlemek ve tüm bunları teknolojik altyapıyla sağlamak yeni dünyanın zorunlu kodları arasında yer alıyor. Bu strateji bizim de iş modelimizin özünü oluşturuyor.

• Kurumlar, sürdürülebilirlik prensiplerini inşa etmeye nereden başlamalı?

Kurulduğumuz günden bugüne kadar hem insanlığın hem de bireyin faydasını kendimize misyon edindik. Mahatma Gandhi'nin RYTHM felsefesi ile hareket ediyoruz. Şirketlerin de daha fazla paylaşım, daha fazla iyiye doğru değişim yönünde hareket etmeleri, önce insanların ve dünyanın iyiliğini misyon olarak belirlemeleri gerekiyor. Kârlılık odaklı düşünceden paylaşım odaklı büyümeye geçmeliyiz. Bu yolda kurumsal olarak atacakları her adım, sürdürülebilirlik prensiplerinin temelini oluşturacaktır.

• Daha duyarlı bir kurum kültürü oluşturmak için hangi stratejilere odaklanılmalı?

Küresel ısınmayı tetikleyen et tüketimine karşı duyarlı davranarak tüm ofislerimizde ve etkinliklerimizde et ve plastik içermeyen bir politika uyguluyoruz. Su kullanımı ve tasarrufu öncelikle sahip çıktığımız alanlar arasında yer alıyor. Ofislerimizde su filtreleme sistemleri kullanıyoruz, tüm dünyada da doğal kaynakların korunması amacıyla su filtreleme sistemlerinin kullanılmasını teşvik ediyor, sivil toplum kuruluşuna cihazlarımızı bağışlıyoruz. Müşterilerimize sunduğumuz ürünlerde çevresel hassasiyetle hareket ediyoruz. Kişisel bakım ürünlerimizin tamamı vegan ve kesinlikle hayvanlar üzerinde test edilmiyor. Ürünlerimizin birçoğunu geri dönüştürülmüş ambalajlardan üretiyoruz. Mücevherlerimizin yüzde 90'ı geri dönüştürülmüş altın kullanan 'Sorumlu Mücevherat Konseyi' üyelerinden elde ediliyor.



QNET TÜRKİYE, RUSYA VE ORTA ASYA BÖLGE GENEL MÜDÜRÜ **CEM GEYİK**

"KURULDUĞUMUZ GÜNDEN BUGÜNE KADAR HEM İNSANLIĞIN HEM DE BİREYİN FAYDASINI KENDİMİZE MİSYON EDİNDİK"

GELECEĞİNE

GÜÇ KAT



MMU

MİLLİ MUHARİP UÇAK

TUSAŞ - Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş.

TSKGV'nin Bağlı Ortaklığı ve SSB'nin İştirakidir.

tusas.com

TURKISH AEROSPACE

SOSYAL FAYDANIN TANIMI, Çözüm Üretmek

BÜTÜN ŞİRKETLER, FAALİYET GÖSTERDİKLERİ TOPLUMLARLA İLİŞKİ İÇİNDELER... MÜŞTERİLER, ÇALIŞANLAR VE ÇEVRE İLE OLAN İLİŞKİLER; ŞİRKETLERİN YARATTIKLARI VEYA AZALTTIKLARI DEĞER İLE TOPLUMLARI ETKİLİYOR. KUŞKUSUZ BU ETKİNİN BİLİNCİNDE, SOSYAL FAYDA YARATMA ODAKLI HAREKET EDEN ŞİRKETLER; PAYDAŞLARI, DOLAYISIYLA TOPLUMLA OLAN İLİŞKİLERİNİ GÜÇLENDİRMEYİ BAŞARIYOR. İŞTE BU ALANDA HEM KÜRESEL HEM DE TÜRKİYE ORGANİZASYONUNDA PEK ÇOK ÇALIŞMA YAPAN KPMG'NİN TÜRKİYE BAŞKANI MURAT ALSAN İLE BİR ARAYA GELDİK VE SOSYAL FAYDANIN TANIMINDAN LİDERLERE DÜŞEN GÖREVLERE KADAR PEK ÇOK BAŞLIK ÜZERİNDE KONUŞTUK

Oya Yalıman / oya.yaliman@platinonline.com
Fotoğraf / Mesude Bülbül

Öncelikle sosyal fayda tanımından başlarsak? Bu tanımın doğuşu, kapsadığı başlıklar ve pandemi sürecindeki değişen anlamı hakkında neler söylersiniz?

Sosyal fayda, toplumun karşılaştığı sorunlara ve toplumun ihtiyaçlarına çözüm üretmeyi amaçlar. Toplumların ihtiyaç ve sorunları çeşitlilik gösterebildiği gibi bunlara odaklanan çözümler de birçok farklı yöntem ve şekilde olabilir. Günümüzde iklim değişikliği, cinsiyet eşitsizliği, açlık, kuraklık, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişim gibi birçok risk ve sorun insanların hayat kalitesini ve geleceğini tehdit ediyor. Son yıllarda toplumları etkileyen risklerin birbirleriyle derinden ilişkili olduğunu gözlemliyoruz. Bu da sosyal faydaya odaklanan çözümlerin, birçok farklı faktör ve etkiyi göz önünde bulundurması gerektiğini gösteriyor. Bir yılı aşkın süredir etkisi altında olduğumuz Covid-19 virüsü, bu karmaşık risk ve sorun yapısını ortaya çıkardı. Biyoçeşitlilik kaynaklı bir virüsün tüm dünyada sağlık, refah ve işsizlik gibi birçok sosyal zorluğa sebep olduğunu gözlemliyoruz. Covid-19, virüsün direkt etkisi olmamasına rağmen hayat şekillerinde yarattığı değişim ve uzun süreli sokağa çıkma kısıtlamaları ile ruh sağlığı problemlerine, yüksek strese, kaygıya ve günlük hareketliliğin azalması ile bedensel hareket kaybına sebep oluyor. Sürdürülebilirlik, bir sistem yaklaşımı benimsememizi gerektiriyor. Bilimsel araştırmalar, pandeminin temel nedenlerinin çevresel bozulma, ormansızlaşma ve yaygın kaçak vahşi hayvan avlanması gibi doğa riskleriyle yakından bağlantılı olduğu ve ayrıca küresel ısınmanın gelecekteki pandemi riskini artırdığı yönünde. Kısacası bu, iklim değişikliği ve doğa gibi çevresel risklerin nasıl büyük sosyal riskler yaratabileceğinin bir örneği. Bu başlıkların tümü için çözüm üretmek sosyal faydayı da tanımlıyor.

• Bu risklerin azaltılmasına yönelik başlıklardan biri de karbon nötr olmak. Karbon nötr olmak ne anlama geliyor ve günümüzde nasıl bir öneme sahip?

Karbon nötr olma kavramı, bir şirketin faaliyetleri sonucunda oluşturduğu karbon salımlarını sıfıra indirmesi anlamına geliyor. Çoğu durumda şirketlerin tasarruflar ve çeşitli iyileştirme uygulamalarını hayata geçirmesine rağmen önleyemedikleri karbon salımları bulunur. Bu durumda, önlenemeyen bu karbon salımlarına eş değer miktarda, karbon tutulmasını sağlayacak bir projeye yatırım yapılabiliyor. Bunun önemi tabii ki şirketler ve devletler nezdinde kolektif bir şekilde benzer aksiyonların alınmasıyla ortaya çıkıyor. Çevresel anlamda yaşanan bozulmayı bir tek bu ve benzer aksiyonları alarak geri çevirebiliriz.



KPMG TÜRKİYE BAŞKANI MURAT ALSAN

• KPMG olarak globalde ve Türkiye'de bu alanda hangi adımları attınız?

2020 yılında KPMG, küresel olarak 2030 yılına kadar net sıfır karbon salım hedefini açıkladı ve bu hedefe ulaşmak için 2030 yılına kadar sera gazı emisyonlarını en az yüzde 50 oranında azaltmayı taahhüt etti. Bu hedef, KPMG'nin küresel seviyede belirlediği 2050'ye kadar yüzde 100 karbonsuzlaşma hedefi ve 1,5°C'lik bilime dayalı hedefi ile uyumlu. KPMG Türkiye olarak biz ise 2019'da verimlilik çalışmaları ile azaltılması mümkün olmayan bin 498 ton CO2 eş değeri karbon ayak izini Natural Capital Partners ile The CarbonNeutral Protocol çerçevesine uygun olarak hesaplayıp, denkleştirerek sıfıra indirdik. Satın aldığımız I-REC (International Renewable Energy Certificates) sertifikaları ile yüzde 100 yenilenebilir elektrik tükettik.

• 'Çevresel Sosyal Yönetişim' neden önemli? Danışmanlık verilen müşteriler için nasıl bir vizyon ortaya konulduğuna dair biraz daha somut örnekler alabilir miyiz?

Günümüzde karşılaştığımız risklerin çoğu ÇSY ile ilişkili riskler. Dünya Ekonomik Forumu'nun her yıl yayınladığı Küresel Risk Raporu'na göre, 2021 yılında gerçekleşme olasılığı en yüksek yedi riskten beşi iklim değişikliği ile ilgili. Etki bakımından incelendiğinde ise ilk sırayı biyoçeşitlilik riski ile ilişkilendirilebilecek

"DÜNYAMIZIN KARŞI KARŞIYA OLDUĞU RİSKLERİN ÇOĞU BİRBİRİ İLE YAKINDAN İLİŞKİLİ SİSTEMATİK RİSKLER. DÜNYA EKONOMİK FORUMU'NUN KÜRESEL RİSK RAPORU'NDAKİ YÜKSEK ETKİYE SAHİP RİSKLER, SALGIN HASTALIKLAR VE İKLİM AKSİYONUNUN BAŞARISIZLIĞI OLARAK BELİRTİLİYOR. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ, COVID-19 VE SOSYAL EŞİTSİZLİKLER GİBİ SİSTEMATİK VE BİRBİRİ İLE YAKINDAN İLİŞKİLİ RİSKLERİN GÜNLÜK HAYATIMIZDA DAHA DA ARTARAK ETKİLİ OLMAYA DEVAM EDECEĞİNİ ÖNGÖRÜYORUZ. BU NOKTADA BU İLİŞKİLERİN GÖZ ARDI EDİLMEDEN ÇÖZÜMLER GELİŞTİRİLMESİ KRİTİK ÖNEM TAŞIYOR"



olan Covid-19 salgını gibi salgın hastalık riski alırken, hemen ikinci sırada iklim değişikliği ile mücadele eylemlerinin başarısızlığı yer alıyor. Yani günlük hayatımızı ve şirketlerin operasyonlarını en yüksek olasılık ve şiddette etkileyebilecek riskler ÇSY ile ilişkili. Bu nedenle, şirketler ÇSY risklerini dikkate almalı ve mümkünse bu risklerini fırsata çevirmeli. Danışmanlık verdiğimiz şirketler için ÇSY alanındaki risklerin bilincinde ve bu alandan doğabilecek fırsatları değerlendirebilecek bir vizyon öngörüyoruz. Şirketleri karbonsuzlaşma yollarında destekliyor, faaliyetlerini Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları çerçevesinde geliştirerek sürdürülebilirlik fırsatlarını değerlendirmelerine yardımcı oluyoruz. Aynı zamanda sürdürülebilirlik alanındaki küresel gelişmeleri yakından takip ediyor, danışmanlık verdiğimiz şirketlerin önceliklerinin küresel trendlere uyumunu gözetiyoruz.

• Sosyal fayda yaklaşımı şirketleri, ekonomileri, ülkeleri dolayısıyla dünyanın yaşam döngüsünü nasıl değiştirebilir?

Gerek müşteriler, gerek çalışanlar gerek çevre ile olan ilişkiler olsun; şirketler yarattıkları veya azalttıkları değer ile toplumları etkilerler. Bu etkinin bilincinde, sosyal fayda yaratma odaklı hareket eden şirketler paydaşları, dolayısıyla toplumla olan ilişkilerini güçlendirir ve şirketlerin çalışanları, paydaşları ve toplum tarafından kabul görmesi anlamına gelen sosyal çalışma lisansını güçlendirir.



"TÜRKİYE'DE DOĞAN AMA DÜNYA ÇAPINDA ÇALIŞMALARINA DEVAM EDEN KPMG İKLİM SAVAŞÇILARI, YARATTIĞI ÖLÇÜLEBİLİR DEĞER İLE ÖNE ÇIKIYOR. İKLİM SAVAŞÇILARI RAINFOREST TRUST UK ORTAKLIĞIYLA BUGÜNE KADAR 5 BİN HEKTARDAN FAZLA YAĞMUR ORMANI İÇİN KORUMA SAĞLADI VE TAHMİNİ 2.1 MİLYON TONDAN FAZLA KARBON KİLİTLEDİ"

A·101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

MEYVE SEBZENİN EN UCUZU EN TAZESİ A101'DE!





• Yukarıda bahsettiğiniz sosyal çalışma lisansını geniş bir perspektiften nasıl tanımlarsınız?

Sosyal çalışma lisansı, şirketlerin aktivitelerinin paydaşları tarafından kabul görmesi olarak özetlenebilir. Şirketler faaliyetlerini yürütürken sürdürülebilirliğe önem vermeliler. Çünkü yatırımcılar, yerel toplumlar ve müşteriler gibi paydaşların ÇSY kapsamındaki beklentileri her gün biraz daha artıyor. Bu beklentilerin karşılanmaması, şirketlerin sosyal çalışma lisanslarını yitirmelerine sebep olabilir. Çalışma lisanslarının iptali, regülasyonlara uyumun sağlanamaması ve sonucunda iş sürekliliğinin aksaması buna örnek olarak verilebilir.

• Şirketlerin sosyal fayda odaklı olabilmeleri ve bu alanda gelişebilmeleri için neler önerirsiniz?

Bu soruya pandemiyi merkeze koyarak yanıt vermek isterim. Pandemi hayatımızdaki her şeyle birlikte iş liderlerine biçilen rolleri de değiştirdi. Çünkü toplumların iş liderlerinden beklentileri değişti. Bu aslında dünyada görülen büyük kitlesel hareketlerden sonra başlayan bir değişimdi. Toplumsal konularda şirket yöneticilerinin daha fazla inisiyatif almaya başladığına tanık olduk. ABD'deki George Floyd olayları ve sonrasında şirketlerin ırkçılık konusundaki duruşları bunun örneğidir. Pandemi bu değişimi hızlandırdı. Çünkü dev şirketler ve etrafındaki ekosistem, Covid-19 boyutundaki bir küresel sağlık krizinin ortasında 'insanların şirketlere neden ihtiyacı var' sorusuna yanıt aramaya başladı. Toplumsal sorunları merkeze almak, fayda üretmek, insanlara ilham vermek, fikirleri eyleme dönüştürmek, hayatımızdaki 'yeni normaller' için yön göstermek iş liderlerinin öncelikleri arasına girdi. Dünyada birçok ülkede yöneticiler değişim ve değişimin getireceği yenilikler konusunda harekete geçmeye başladı. Toplumların beklentisi buydu. Bu nedenle küresel salgının başında teknoloji şirketleri bir gecede maske üretmeye başladı, moda devlerinin atölyelerinden hastane önlükleri, parfüm fabrikalarından dezenfektanlar çıktı. Otomotiv şirketleri ventilatör üretti. Bunların hepsi toplum sağlığı için topluma ücretsiz sunuldu. Toplumlar da şirketleri, yarattıkları değerle yargıladı. Şirketlere atfedilen değer, ortaya koydukları sosyal faydaya göre arttı ya da azaldı.

• Sizce liderler bu süreçte sosyal fayda açısından nasıl bir role sahipler? Yeni liderlik nasıl olmalı?

Bu tabloda en büyük rol, bu kararları veren iş liderlerinin. Biz de küresel salgınını etkilerini takip etmek için yaptığımız CEO araştırmalarımızda bu sonuca giden sebeplerin izini sürdük. Pandeminin başında yaptığımız ilk araştırma bize, şirketlerin toplumsal konularda ortaya çıkan boşlukları doldurmaya çalıştığını gösterdi. CEO'ların yüzde 76'sı 'toplumsal konularda değişim için lider olmanın' kişisel sorumlulukları olduğunu söyledi. Şu anda sahip olduğumuz anlayış, şirketlerin sadece ortakları için değil, bulundukları ülkelerin toplumları, tüm paydaşları, çalışanları ve aslında insanlık için fayda üretmesini zorunlu kılıyor. Bu bir süreçti, Covid-19 bu değişimin katalizörü oldu. Pandemi iş liderlerine plan odaklı değil, amaç odaklı olmak gerektiğini öğretti. Çünkü yapılan en mükemmel planlar bir gecede rafa kalktı. Oyun ve kurallar değişti. Salgının yıkıcı etkisi, birçok CEOınun mevcut amaçlarının gerçekten paydaşların ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığını sorgulamasına neden oldu. Araştırmamıza katılan CEO'ların yüzde 79'u, Covid-19'un bir sonucu olarak amaçlarını yeniden değerlendirmek zorunda kaldıklarını söylüyor. Artık hepimiz ortak bir amaç duygusuyla hareket etmeliyiz. Liderlerin, kriz sırasında ve sonrasında uzun süre bir amaç sahibi olmaları gerekiyor.

"ŞİRKETLERİN FAYDA SAĞLAMAYA YÖNELİK FAALİYETLERİNİN ÖNEMİNİN FARKINDAYIZ. BU NEDENLE, KÜRESEL ÖLÇEKTE KPMG IMPACT İNİSİYATİFİNİ BAŞLATTIK. KPMG IMPACT, YAPTIĞIMIZ İŞLERLE HEM KPMG'NİN HEM DE MÜŞTERİLERİMİZİN SOSYAL DEĞER YARATMASINA YARDIMCI OLMAK İÇİN KOLEKTİF UZMANLIĞIMIZI, COĞRAFİ VE DİSİPLİNLER ARASI ZENGİNLİĞİMİZLE GELİŞTİRMEYE ODAKLANIYOR"

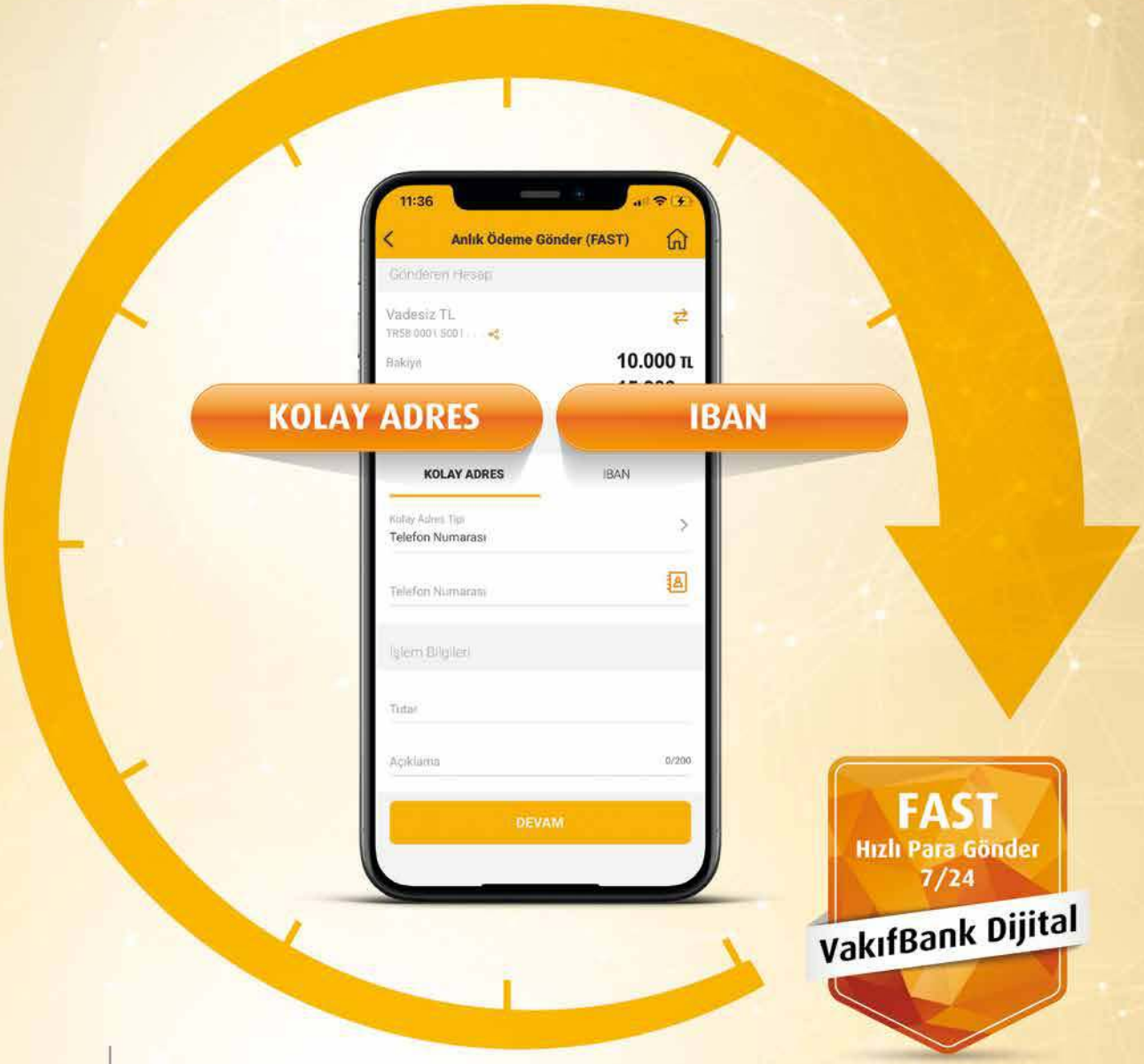
• Sektörleri önceliklendirmek gerekirse hangi sektörler bu alanlarda öncelikli olarak çalışmalı?

Bazı önemli sorunlar, sektörler arasında farklılık gösterebilir. Ancak iklim değişikliği ve salgın hastalıklar gibi sistemik sorunlar hepimizi etkiliyor. Son dönemde ikili önemlilik yaklaşımını benimsememiz gerektiği gerçeği öne çıktı. Bu yaklaşımda sadece bir şirketin veya sektörün çevre ve paydaşları üzerindeki maddi etkilerinin ne olduğunu değil, aynı zamanda şirket üzerinde önemli bir etkiye sahip olan dış konuları da dikkate alıyoruz. Covid-19'un da açıkça gösterdiği gibi, dış sistemik riskler tüm sektörler üzerinde ciddi bir etkiye sahip olabilir ve göz ardı edilmemelidir.

VakıfBank'ta FAST ile para göndermek çok kolay

Kolay Adres ya da IBAN'la 7/24 dilediğiniz kişiye dilediğiniz anda para gönderebilirsiniz.

VakıfBank, daima seninle.

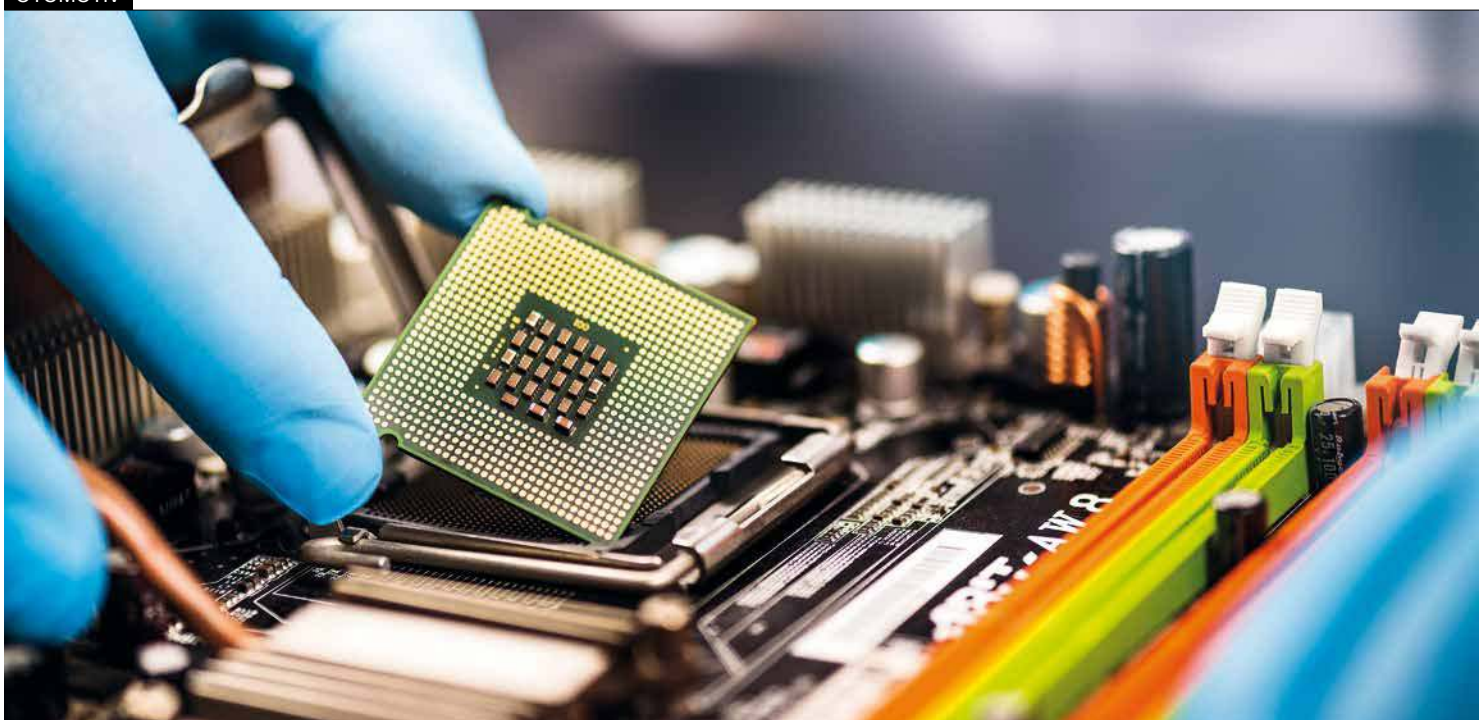


fast | #dijitalkolaylaştırır

444 0 724 | vakifbank.com.tr

VakıfBank
Burası Sizin Yeriniz

/vakifbank



Dijital çağın petrolü haline gelen çipler, pandemide otomotiv sektörünü vurdu

PANDEMİYLE BİRLİKTE OTOMOTİV VE TÜKETİCİ ELEKTRONİĞİ SEKTÖRLERİNDE DEĞİŞEN ARZ VE TALEP DENGESİ KÜRESEL BİR ÇİP KRİZİNE NEDEN OLDU. KISA SÜREDE TOPARLANAN OTOMOTİV SEKTÖRÜ İSE ŞİMDİ ÇİP BULAMAMAYA BAŞLADI.

Melih Kocagil / melih.kocagil@platinonline.com

Günümüzden yaklaşık 60 yıl önce icat edilen çipler, bilgisayarlardan otomobillere modern cihazların en önemli ve en pahalı bileşeni haline geldi. Giyilebilir teknoloji ürünlerinden araç içi elektronik sistemlere kadar teknolojinin her alanında büyük öneme sahip olan çipler, Covid-19 salgınının etkisiyle otomotiv sektöründen başlayarak global ölçekte yaşanan krizde başrol aldı. Çip krizinin, şu anki şartların olumlu yönde değişmemesi durumunda akıllı telefon üretimi de dahil olmak üzere çeşitli alanlardaki üretimlerde de aksamalara neden olabileceğibelirtiliyor. Otomotiv şirketleri başta olmak üzere dünyada çeşitli şirketlerin üretimini olumsuz etkileyen çip krizi, Türkiye'de üretim yapan otomotiv şirketlerinin üretiminin de aksamasına neden oldu.

OTOMOTİV DEVLERİ KRİZE GİRDİ

Küresel ölçekte General Motors, çip tedariğindeki sıkıntılar nedeniyle ABD'de üretimini azaltmaya devam edeceğini bildirmiş, Suzuki Motor da Japonya'da bulunan 3 fabrikasından ikisinde üretimi durdurduğunu açıklamıştı. Diğer küresel devler; Nissan, Volkswagen ve Honda da peş peşe üretime ara vermek zorunda kaldılar.Türkiye'de ise Oyak Renault, çip sorunu nedeniyle mart ayında üretimine ara verirken; Tofaş, yine mart ayı içinde yaptığı açıklamada 19 Mart-5 Nisan'da üretimin durduğunu duyurmuştu. Ford Otomotiv de Kocaeli yerleşkesinde yer alan Gölcük ve Yeniköy fabrikalarında mikroçip kullanımının yoğun olduğu bazı parçaların yurt dışından tedariğinde yaşanan kısıtlar nedeniyle üretime nisan ayı içinde ara verdi.

Vodafone Business SD-WAN çözümü: Şube ağınızın tek merkezden esnek yönetimi.

Birlikte mümkün.



vodafone business



OSD BAŞKANI YÖNETİM KURULU BAŞKANI HAYDAR YENİGÜN:
"TAYVAN'DA YAŞANAN KURAKLIK, ABD'DEKİ SOĞUK HAVA KOŞULLARI VE JAPONYA'DAKİ DEPREM, ÇİP KRİZİNİN DAHA DA BÜYÜMESİNE NEDEN OLDU"



TAYSAD BAŞKANI ALBERT SAYDAM:
"ÇİP KRİZİNİ ÇÖZMEK İÇİN MASAYA OTURMAK GEREKİYOR. MAALESEF KISA VADEDE BİR KAPASİTE ARTIRIMI MÜMKÜN DEĞİL"

KÜRESEL ARAÇ ÜRETİM KAYBI 2.4 MİLYON ADEDİ BULACAK

Otomotiv Sanayii Derneği (OSD) Yönetim Kurulu Başkanı Haydar Yenigün, yaşanan çip krizine ilişkin; "Pandemi tüm dünyayı etkilediği gibi otomotiv sektörünü özellikle tedarik zinciri açısından fazlasıyla etkiledi. Sosyal hayattaki kısıtlamalar ile tüketici elektroniğinde yaşanan ciddi talep artışı ve otomotiv sanayinin talep öngörülerinin beklenenin üzerinde gerçekleşmesi ile küresel olarak mikroçip talebindeki artış, tedarik sürecinde darboğaz yaşanmasına sebep oldu" diyor. Çip üreticilerinin bulunduğu lokasyonlardaki doğal afetlerin de çip üretimine sekte vurduğunu dile getiren Yenigün, "Tayvan'da yaşanan kuraklık, ABD'deki soğuk hava koşulları ve Japonya'daki deprem, krizin daha da büyümesine neden oldu. Şu ana kadar üretilemeyen araç sayısı 1.38 milyon adet olarak hesaplanırken; yıl toplamında küresel araç üretim kaybının 2.4 milyon adet seviyesine ulaşması tahmin ediliyor" açıklamasında bulunuyor.

TÜRKİYE SÜRECİ BAŞARILI YÖNETTİ

Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de mikroçip tedarik sorunu olduğunu belirten Yenigün, "Fabrika duruşları ve üretim tempo düşüşleri kaçınılmaz hale geldi. Ancak dünya geneline kıyasla ülkemizde bu sürecin çok daha başarılı yönetildiğini söyleyebiliriz. Rekabet hassasiyeti ve farklı ürün gamına özgü parametreler nedeniyle sanayinin geneli için net bir yorum yapmak doğru olmayacaktır. Ancak yılın ikinci yarısında çip krizinin etkisinin kademeli olarak azalacağını tahmin ediyoruz" diyor.

TEDARİKTE YÜZDE 59 ORANINDA GECİKME YAŞANDI

Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği (TAYSAD) Başkanı Albert Saydam, otomotiv tedarik sanayisinde faaliyet gösteren 160 firmanın katıldığı anket sonuçlarına göre Türkiye'deki tedarikçilerin 2021 yılıyla birlikte yaşadıkları en büyük sorunun, yüksek girdi fiyatları olduğunu söylüyor. Saydam, "Tedarik sanayi firmalarının yüzde 30'unun, müşterilerinin yaşadığı çip sorunu nedeniyle üretimlerinde düşüş olduğunu ifade ediyor. Bununla birlikte üretimlerinde çip kullanan tedarik sanayicilerinin yüzde 59'u çip krizini, teslim süresindeki gecikmeye bağlarken, yüzde 23'ü temin edememe, yüzde 18'i ise yüksek fiyatla ilişkilendirdi. Tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi, tedarik zincirinde de kırılmalara neden oldu. Tedarik zincirindeki sorunların kısa vadede çözülmesi için bütün ülkelerdeki aşılamanın tamamlanması ve hayatın normale dönmesi gerektiği kanaatindeyiz" açıklamasında bulunuyor.

ÇİP KRİZİ BİR SÜRE DAHA DEVAM EDECEK

Sorunun sadece çip olmadığını vurgulayan Saydam, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Tedarikte yaşanan sorunlar var ve gözüküyor ki bu sorunlar bir süre daha devam edecek. Çip krizini çözmek için bir masaya oturmak gerekiyor. Çünkü maalesef kısa vadede bir kapasite artırımı mümkün değil. Yaşanılan sorun sadece çip eksikliği problemi değil. Pandemi öncesinde düzgün işleyen dünya ticareti ve otomotiv tedarik zincirinde kopmalar yaşanıyor. Çip, konteyner yokluğu, çelik, sac gibi hammaddelerde yaşanan artış ve temin sorunu üretimi etkileyen konular. Bu sorunların çözümü de pandeminin sona ermesi ile doğrudan orantılı."

1.38 milyon
PANDEMİ NEDENİYLE ŞU AN ÜRETİLEMEYEN ARAÇ SAYISI

2.4 milyon
YIL SONU KÜRESEL ARAÇ ÜRETİM KAYBI

%30
TEDARİK SANAYİ FİRMALARININ YÜZDE 30'U ÜRETİMLERİNİ DÜŞÜRDÜ

%23
SANAYİCİLERİN YÜZDE 23'Ü ÇİP KRİZİ NEDENİYLE ÜRÜN TEMİN EDEMEDİ

20 yılı bir sayfada anlatabilir miyiz?

20 yıl önce filo kiralama sektörüne adım attığımızda, esas işimizin araç kiralama olmadığını, fark yaratan noktanın çözüm odaklı bir hizmet anlayışı olduğunu biliyorduk. İlk günden beri bu bakış açısının ne kadar doğru olduğunu gerçek deneyimlerle yaşayarak görüyoruz. %90'ın üzerinde sözleşme yenileme oranı, bizim sektörümüzde görülmemiş bir müşteri sadakati göstergesi.

Bizimle çalışmaya başlamadan, tüm süreçlerde standardizasyonu sağlamış olduğumuzu görürsünüz. Çalışmaya başladıktan sonra da anlık gelişebilen özel durumlar karşısında düşük hiyerarşi, yüksek sorumluluk modeliyle hızlı çözüm bulma becerisine sahip olduğumuzu fark edersiniz.

Sözleşmelerimiz son derece kapsamlı ve detaylıdır. Yine de en doğru şekilde hazırlanmış bir sözleşmenin de kapsamı dışında kalan olaylarla karşılaşacağımızı biliriz. Bu yüzden bir çözüme ihtiyaç duyduğunuzda size asla "sözleşmede yazmıyor" kalıbıyla cevap vermeyiz.

Geride bıraktığımız 20 senenin gücüyle yol alırken, bizi daha da ileri taşıyacağına inandığımız yeni kurum kimliğimizin temelinde işte bu anlayış var. Yeni logomuz sadece iki noktanın buluşmasını değil, müşterilerin hizmet verenle, beklentilerin ötesiyle, ihtiyaçların da en iyi çözümlerle buluşmasını temsil ediyor.

Bugüne kadar doğru yaptığımız her şeyi aynı şekilde yapmaya, daha iyi yapabileceğimiz her şeyi de daha iyi yapmak için çalışmaya devam edeceğiz.

İşte bu sözün karşılığı Fleet excellence*

*Bizden alacağınız hizmeti başka hiçbir yerde bulamayacağınızın ifadesi ve garantisi

SERHAT ÖZEREN
İTÜ ETA Vakfı Doğa Koleji Yönetim Kurulu Başkanı



OTOMOTİV SEKTÖRÜ VE ÇİPLER

Otomobilin ilk icadından bu yana temel nokta, içten yanmalı motordur. Yıllar içerisinde motor teknolojisi gelişti. Ama temel unsur hâlâ aynı. İçten yanmalı motorlar hâlâ kullanılmakla beraber elektrik gücünden de faydalanma süreci başladı. Motor hacimleri düştü, motor gücü arttı, yakıt tasarrufu arttı ama hâlâ unsur aynı; belirli bir güç oluşturma ve bu gücü tekerleklere ileterek çekme kuvveti yaratmak. Bize konfor, hız, performans, eğlence, güvenlik sunan unsurlar ise elektronik ve yazılım teknolojileri... Bunları çıkaralım, ilk araba teknolojisiyle şu andaki otomobil teknolojisinin mantığı yüzde 95 aynıdır.

MODERN CİHAZLARIN EN ÖNEMLİ VE EN PAHALI BİLEŞENİ

Merak etmeyin, uçak teknolojisinde de durum aynı. İçten yanmalı motorlar... Uçaklarda akü ağırlığı fazla olduğu için elektrik gücünden henüz ticari olarak yararlanılamıyor. Tepki gücü, pervane, turbo jet veya turbo fan. Bize değişim sunan elektronik, yazılım ve özellikle de yapay zeka. Otomotiv sektöründe, elektronik sektörüne bağımlılık bu kadar artınca, elektronik sektörünün temel unsuru olan çip elemanlarında problem yaşandığı zaman otomotiv sektörü de bu durumdan direkt etkileniyor. 60 yıl önce icat edilen çip, bilgisayarlardan otomobile günümüz modern cihazlarının en önemli ve en pahalı bileşenine dönüşürken, salgın sırasında akıllı telefonlar ve elektronik ürünlere yönelik talebin beklenmedik şekilde artmasıyla benzeri görülmemiş bir küresel kıtlığı tetikleyen kısa vadeli bir arz şokuna neden oldu. 'Yarı iletkenler' olarak da bilinen çiplerin, yıllar geçtikçe daha karmaşık hale gelen tasarımları, üretimini zorlaştırdı ve yaşanan küresel arz sıkıntısının temelini oluşturdu. Çip sektöründe, Covid-19 salgının etkisiyle aniden artan talep, çip tedariğinde sıkıntılara neden oldu.Salgın döneminde alınan karantina önlemleri, insanları evlere kapatırken; iş, eğitim ve eğlence gibi faaliyetlerin evden yapılmaya başlanmasının da önünü açtı. Bu durum pek çok insanı bilgisayarları, akıllı cihazları, tabletleri, hatta oyun konsollarını daha çok kullanmaya itti. Ayrıca pek çok şirketi, uzaktan çalışma sistemleri geliştirmeye ve bulut altyapısı kurmaya ya da mevcut altyapıları iyileştirmeye zorladı. Teknolojik ürünlerin artan kullanımıyla çiplere olan talep artış gösterirken, bu ürünlerin arzı beklenmedik talebi karşılamakta yetersiz kaldı. Araç içi bilgisayar sistemlerinin gelişmesiyle çiplere daha çok ihtiyaç duyulan otomotiv endüstrisinde, salgının satışları olumsuz etkileyeceği endişesiyle çip siparişleri iptal edilmişti. Ancak elektronik firmalarının artan talebi, otomotiv firmalarının piyasada çip bulamamasına neden oldu.

> ANİDEN ARTAN TALEP, ÇİP TEDARİĞİNDE SIKINTILARA NEDEN OLDU

KRİZİN ETKİSİ BİR SÜRE DAHA DEVAM EDECEK

Otomobillerde kullanılan çiplerin tedarik zinciri, Covid-19 salgınında tüketicinin elektronik ürünlere olan talebindeki artıştan olumsuz etkilenirken, otomobil üreticilerini Apple gibi elektronik devleriyle sınırlı çip tedariki için rekabete zorladı. Küresel çip sıkıntısı; Ford, General Motors, Toyota, Volkswagen, Honda, Stellantis ve elektrikli araba üreticisi Nio gibi otomobil üreticilerinin çipler ile mikroçiplerin kullanıldığı bazı parçaları satın almak için mücadele etmelerine, üretimi azaltmalarına veya tesislerini kapatmak zorunda kalmalarına neden oldu. Bu krizin bir süre daha etkisini göstereceği düşünülüyor. Zamanında TÜBİTAK bünyesinde yarı iletken tasarım ve üretim için oluşturulan çalışma grubunun iyi bir fikir olduğunu düşünebiliriz. Hâlâ önümüze öyle güzel tarihi fırsatlar çıkıyor ki bunları iyi değerlendirmeliyiz. Katma değerli üretim ancak bu şekilde olur.

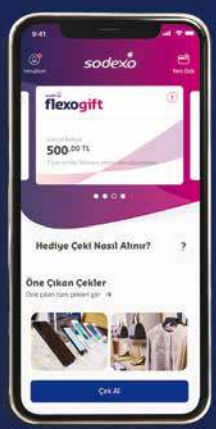
'Yarı iletkenler' olarak da bilinen çiplerin, yıllar geçtikçe daha karmaşık hale gelen tasarımları, üretimini zorlaştırdı ve yaşanan küresel arz sıkıntısının temelini oluşturdu.

KURUMSAL HEDİYENİN ADRESİ, MUTLU ÇALIŞANLARIN SESİ: FLEXOGIFT

sodexo flexogift

DİJİTAL | ESNEK | KOLAY





Sodexo FlexoGift ile kurumsal hediye çekleri dijitalleşiyor. Siz de FlexoGift'i tercih edin, çalışanlarınıza ve iş ortaklarınıza binlerce markadan hediye seçme özgürlüğü sunun!

- Gıda
- Giyim
- Teknoloji
- Ayakkabı
- e-Ticaret
- Akaryakıt
- Sağlıklı Yaşam

FlexoGift hediye dünyasıyla tanışmak için:
sodexoavantaj.com

444 72 77

sodexo
YAŞAM KALİTESİ HİZMETLERİ

TARIM

Bu trendlere dikkat

EN ESKİ ENDÜSTRİLERDEN BİRİ OLAN TARIM, ARTAN TALEP VE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ GİBİ ÇEŞİTLİ YIKICI GÜÇLERLE SAVAŞABİLMEK ADINA DİJİTAL-BAĞLANTI DESTEKLİ BİR DÖNÜŞÜMÜ BENİMSİYOR. 2021 VE SONRASINDA ÖNE ÇIKMASI BEKLENEN TARIM 4.0 TRENDLERİ DE BU VİZYONU DESTEKLİYOR

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com



ÇÖL TARIMI VE DENİZ SUYU ÇİFTÇİLİĞİ

Negev Çölü'nde, tarımın M.Ö. 5000 yılına kadar dayandığını gösteren kanıtlar var. Gezegenimizin yüzeyinin çoğu okyanus şeklinde suyla kaplı... Dünyanın yüzde 29'unu kaplayan kara kütlesinin üçte biri ise çöllerden oluşuyor. Gıda krizinin üstesinden gelmek için dünyanın, çölleri ve denizleri gıda üretim tesislerine dönüştürecek formüller geliştirmesi gerekiyor. Suudi Arabistan'daki Kral Abdullah Bilim ve Teknoloji Üniversitesi (KAUST), çöl tarımı araştırmalarının ön saflarında yer alıyor. Bugün, Güney Kaliforniya, Avustralya, Suudi Arabistan ve İsrail modern çöl tarımını destekleyen ülkeler olarak karşımıza çıkıyor. Öte yandan; deniz suyu tarımı, çok çeşitli sürdürülebilir tarım faaliyetlerini doğrudan desteklemek ve kıyı bölgelerindeki toprakları zenginleştirmek için kullanılabilir.

YEMEK PAYLAŞIMI

Paylaşım ekonomisi ve kitle kaynak kullanımı; gıda israfını önlemede bir yere sahip. Tüm tarım arazilerinin yüzde 25'i halihazırda yüksek oranda bozulmuş olarak değerlendirilirken yüzde 44'ü ise orta veya hafif bozulmuş durumda. Dünya kırsal nüfusunun yüzde 40'ından fazlası su kıtlığı olan bölgelerde yaşıyor. Ekonominin tamamında olduğu gibi, tarımda da paylaşım ön plana çıkıyor. Teknoloji, toplulukların mal ve hizmetlerini paylaşmalarına olanak sağladı. Bu, ilk önce araç paylaşımı ve ev paylaşımında popüler oldu ve şimdi yemek dahil her sektörde uygulanıyor. Sosyal girişimciler tarafından kurulan Olio, fazla yiyeceğin atılmak yerine paylaşılabilmesi için insanları, komşularına ve yerel mağazalara bağlayan bir uygulama geliştirdi. Bir başka sosyal girişim projesi olan Naranjas del Carmen, 'Crowdfarming' konseptini geliştirdi. Naranjas del Carmen, kişinin çiftçinin yetiştirdiği ağaçların ve arazinin mülkiyetine sahip olduğu bir sistem yarattı. Böylelikle, bu ağaçların meyveleri sahiplerine giderek üretim ve tüketim arasında doğrudan bir bağlantı oluşturuyor. Değer zinciri boyunca aşırı üretim ve israf da önleniyor.



bankkart
Başak

İhtiyacınızı düşünür, üretiminizi büyütür



DİKEY VE KENTSEL TARIM

Nüfus büyüklükleri arttıkça ve kentsel şehirlerde yaşamak daha popüler hale geldikçe küresel dikey tarım pazarı son yıllarda istikrarlı bir şekilde büyüyor. 2019'da dikey tarım pazarı yaklaşık 4.4 milyar dolara ulaştı. Statista verilerine göre, piyasa değerinin 2025 yılına kadar 15.7 milyar dolara yükselmesi bekleniyor. San Francisco merkezli start-up Plenty'nin tarla ölçeğindeki kapalı çiftlikleri, tarım ve mahsul bilimini makine öğrenimi, nesnelerin interneti, büyük veri ve iklim kontrolü teknolojisiyle birleştirerek su ve enerji kullanımını en aza indirirken sağlıklı yiyecekler yetiştirmesini sağlıyor.
SoftBank Vision Fund ve Amazon CEO'su Jeff Bezos, şirketin çiftliklerini ilerletmesine yardımcı olacak çok sayıda yatırım yaptı.

DRONE TEKNOLOJİSİ

Drone destekli çözümlerin tüm uygulanabilir endüstrilerdeki değeri 127 milyar dolardan fazla ve en umut verici alanlardan biri, insansız hava araçlarının büyük zorlukları çözme potansiyeline sahip olduğu tarım. Drone teknolojisi, tarıma yüksek teknolojili bir görünüm kazandırıyor. İşte, dronların mahsul döngüsü boyunca kullanılmasının altı yolu:

- Toprak ve tarla analizi
- Dikim
- Mahsul püskürtme
- Mahsul izleme
- Sulama
- Sağlık değerlendirmesi

BLOCKCHAIN İLE E-TARIM

Tarımda, bilgi ve iletişim teknolojilerinin öneminden bahsettik. Öte yandan, tarım alanında blockchain teknolojisi ise sağlanan, otomatik ödemelerle birlikte kendi kendini yürüten akıllı sözleşmeler oyunun kurallarını değiştirebilir. FAO'nun hazırladığı 'Tarım için Blockchain' raporu verilerine göre, akıllı sözleşmelerin özellikle tarım sigortası, yeşil tahviller ve izlenebilirlikteki rolü çok etkili olabilir. Hava durumu verileri ve bağlantılı akıllı sözleşme ile hazırlanmış, blokchain üzerine inşa edilmiş tarım sigortası, mobil cüzdanlarla ve sensörlerden gelen hava durumu değişiklilerine bağlantılı olarak sahada bir kuraklık veya su baskını durumunda anında ödeme yapılmasını kolaylaştıracak.



Kredi kartı ve banka kartı tek kartta!

TEKNOLOJİYİ KULLANMAK DNA'MIZDA VAR

SIGNIFY OLARAK LED VE BAĞLANTILI AYDINLATMA, SERVİS VE SİSTEMLERİ KONUSUNDA AÇIK ARA SEKTÖR LİDERİ OLDUĞUMUZU BELİRTMEK İSTERİM. 2021 YILINDA DA VAR OLDUĞUMUZ TÜM ALANLARDAKİ LİDERLİĞİMİZE DEVAM ETMEYİ HEDEFLİYORUZ

ERAN GÖRGEN
Signify Türkiye ve Magrep Bölge CEO'su

130 yıldır dünyada, 90 yıldan fazla süredir ise Türkiye'de faaliyet gösteren bir şirket olarak, Philips Aydınlatma adıyla başladığımız serüvende, 2016 yılında Royal Philips'ten ayrılarak kendi ayakları üzerinde duran bağımsız bir şirket olmanın gücüyle halka arz sürecimizi gerçekleştirdik. İsmimizi, Mayıs 2018'de Signify olarak değiştirdik. En büyük markamız olan Philips'i de Interact, Trulifi ve Color Kinetics markaları gibi bünyemizde barındırmaya devam ediyoruz. Signify olarak aydınlatmanın üzerimizdeki olumlu etkilerine yönelik anlayışı ve derin teknolojik bilgisi sayesinde; ticari değer yaratan, zengin kullanıcı deneyimi sağlayan ve hayat kalitesini yükselten dijital aydınlatma yenilikleri sunuyoruz. Evlerin yanı sıra ofisleri, binaları ve kentsel mekanları da dönüştürmede nesnelerin internetini kullanan bir şirket olarak dünya genelinde 70'ten fazla ülkede 38 bin çalışanımız bulunuyor. Biz, insanın bireysel olarak iyi olmasının yanı sıra toplumsal olarak da iyi olmasını önemsiyor ve ışığın olağanüstü potansiyelini ortaya çıkarmak amacıyla çalışıyoruz. Bu doğrultuda Signify çatısında insanların hayatına sunduğumuz çözümlerle anlam katmaya devam ediyoruz.

DÜNYANIN DAHA FAZLA DİJİTAL AYDINLATMAYA İHTİYACI VAR



Günümüzde dünyanın daha fazla aydınlatmaya, daha fazla enerji tasarruflu aydınlatmaya ve daha fazla bağlantılı dijital aydınlatmaya ihtiyacı olduğunu görüyoruz. Artan refahla birleştiğinde bu durum, özellikle yeni gelişen pazarlarda, aydınlatmaya duyulan ihtiyacın artması anlamına gelecek. 'Daha Aydınlık Yaşamlar, Daha İyi Bir Dünya' sürdürülebilirlik programımız kapsamında hem dünyayı iyileştirmeyi hem de insanların hayatını iyileştirmeyi misyonu edindik. Covid-19 sürecinde misyonumuza paralel olarak insanların hayatlarını iyileştirmek amacıyla UV-C ürünümüzü öne çıkardık. Ürünümüz özelinde ABD'de bulunan Boston Üniversitesi Ulusal Yeni Görülen Bulaşıcı Hastalıklar Laboratuvarlarından Signify'ın UV-C ışık kaynaklarının Covid-19'a neden olan SARS-CoV-2 virüsünü etkisiz hale getirdiğini doğrulayan bir araştırma yayınladı. UV-C aydınlatma armatürleri; hava, yüzey ve eşya dezenfeksiyonu için özel olarak geliştirildi. Virüssüz ortamlar sağlayan ofisler, okullar, spor salonları, mağaza, depo ve toplu taşıma gibi pek çok farklı alanda kullanım için uygun bir ürün. Kurumların operasyonlarını sürdürme ve güvenli ortamda hizmet verme yollarını araştırdığı bu dönemde, Koronavirüs ile mücadeleye yardımcı olacak yegane ürün özelliği taşıyor. Signify'ın yeni UV-C ürün grubunda çok çeşitli profesyonel uygulamalara yönelik lambalar ve kabinler yer alıyor. Ürünler arasında ofislerde, okullarda ve tuvaletlerde derin yüzey dezenfeksiyonu için ideal bir çözüm olan UV-C armatürleri bulunuyor. Bu ürünlere sadece insansız ve hayvansız ortamlarda kullanımı garanti etmek üzere sensörler ve kontrol mekanizmaları eklendi.

UV-C ÜRÜN AİLESİNİ GENİŞLETİYORUZ



Bunların dışında, otel odasına taşınabilen veya otobüs ve tren gibi toplu taşıma araçlarındaki yüzeylerin dezenfeksiyonunda kullanılabilen ayaklı mobil UV-C armatürler yer alıyor. Özellikle içinde olduğumuz yerli turizmin canlandığı bu dönemde, önemli bir araç olduğunu düşünüyoruz. Yine aynı şekilde okula dönüş sürecinde okulları daha güvenli hale getirmek için kullanılabilir. Yeni normal sürecinde güvenilir bir kaynak tarafından onaylanmış bir ürünle; otellerin, okulların, iş yerlerinin ve hatta perakende mağazalarının dezenfekte edilmesi ve bunun tüketiciye anlatılması faydalı olacaktır.

Örneğin, bu konuda Amerika'da faaliyet gösteren dev bir perakende şirketi, alışveriş arabası dezenfeksiyonu için pilot UV-C tüneli uygulamasını başlattı. Mağazalarda ise kabinde denenen kıyafetlerin, iade edilen ürünlerin, gözlüklerin dezenfeksiyonu için ideal çözüm olarak öne çıkıyorlar. Diğer bazı ülkelerde ise otel odalarında, lobilerde ve özellikle bagajların otele girişi sırasında UV-C ürününün kullanıldığını görüyoruz. UV-C ışık kaynakları aynı zamanda ofislerde ve belediye binalarında ziyaretçi kartlarının, telefonların,

çantaların, dizüstü bilgisayarların ve cüzdanların dezenfeksiyonunda kullanılabiliyor. Virüsle mücadele döneminde Signify, kapasitesini artırarak ve UV-C portföyünü genişleterek yeni normale alışmaya çalışan insanların güvende kalmalarına katkıda bulunuyor.
Bu doğrultuda UV-C ürün ailesini genişleterek, 12 adet farklı alanlarda kullanılabilecek ürün piyasaya sunacağız. UV-C ışık kaynağı üretim tesisini bu yıl 8 katına çıkartmayı hedefliyoruz. Signify olarak geçtiğimiz günlerde UV-C dezenfeksiyon çözümlerinde engin bir uzmanlığa sahip olan Hollanda merkezli Germicidal Lamps & Applications (GLA) adlı şirketin hisselerini satın alarak portföyümüzü tamamladık. İki şirketin anlaşmasıyla, GLA'nın UV-C üst hava dezenfeksiyon portföyünün yanı sıra derin uygulama bilgisinden de faydalanıyor olacağız.

VİRÜSLERE SON

Çok yeni bir haber olarak UV-C dezenfeksiyon masa lambamız da Türkiye'ye geliyor. Covid-19 da dahil olmak üzere yüzeylerdeki gözle görünmeyen zararlı virüs ve bakterileri dakikalar içerisinde %99,99 oranında yok etme özelliği olan masa lambamız, herkesin kolayca kullanabileceği basit iki tuşlu bir yapıda tasarlandı. Doğru kullanımı ve canlılar için tehlikeli olan UV-C ışınlarından korunmayı garanti altına almak için Türkçe sesli yönlendirme ve hareket sensörü ile birlikte sunuluyor. UV-C masa lambası, çevrede bir hareket algıladığında cihaz çalışmayı otomatik olarak durdurarak kullanıcıların ve diğer canlıların zarar görmesini engelliyor. Sağlık Bakanlığı'ndan da gerekli onayları almak üzere başvurularımızı yaptık. Ürünümüze kullanıcılar e-ticaret ve yapı market kanallarından kolaylıkla ulaşabilecekler.

NESNELERİN İNTERNETİNİ KULLANAN BİR ŞİRKET OLARAK DÜNYA GENELİNDE 70'TEN FAZLA ÜLKEDE, 38 BİN ÇALIŞANIMIZ BULUNUYOR

YENİ YAŞAM STİLLERİMİZ, YENİ TEKNOLOJİLER

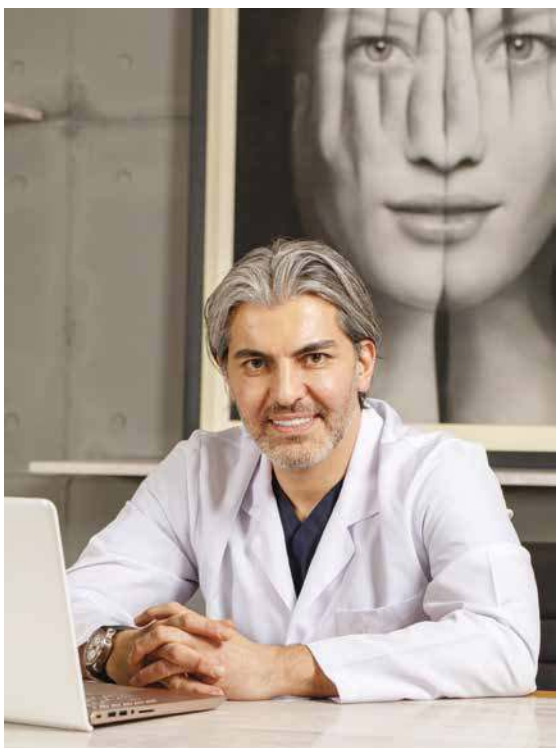
İnsanların hayatını her alanda iyileştirmek adına çalışmalarımızı ve yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Yeni yaşam stillerimize yeni teknolojileri de dahil etmeye başladık. Bunlardan biri, Philips Hue. Bağlantılı teknolojisi sayesinde Philips Hue ürünümüzle kullanıcılarımıza renkli bir dünya sunuyoruz. Genişleyen ve hızla büyüyen Philips Hue ailesi, akıllı aydınlatmaya sahip olmak isteyen herkese eğlenceli bir dünyanın kapılarını açıyor. Philips Hue ampuller, ev içinde birbirlerine tek bir köprü üzerinden bağlanarak kullanıcılarına cep telefonlarından kontrol imkanı sunuyor. Philips Hue, sabahları gün ışığıyla sizi uyandırabilir, psikolojik olarak canlanmanıza, okumanıza, kafanızı toplamanıza ve dinlenmenize yardımcı olur. Kullanıcılar cep telefonu ve akıllı tablet üzerinden ışıklarını kontrol edebilir, rengini değiştirebilir hatta konum bilgilerine bağlı olarak ışıkların açılıp kapanmasını sağlayabilirler. Yeni dönemde evlerde daha fazla vakit geçirdiğimiz için hayatımızı renklendirecek arayışlar içindeydik. Tam da bu noktada Philips Hue devreye girdi. Philips Hue ampuller; oyun, film ve müzik içeriği ile mükemmel bir şekilde senkronize oluyor. Böylelikle kullanıcılar gerçek anlamda yoğun bir ev içi eğlence deneyimi yaşayabiliyor.



SAĞLIK TURİZMİ CİROSUNUN YÜZDE 25'İ SAÇ EKİMİNDEN GELİYOR

TÜRKİYE SAĞLIK TURİZMİNDE EN BAŞARILI ÜLKELERDEN BİRİ. 2019 YILINDAKİ SAĞLIK TURİZMİ CİROSU 2.5 MİLYAR DOLAR SEVİYELERİNE ULAŞAN TÜRKİYE'NİN, BU GELİRİNİN DÖRTTE BİRİ İSE SAÇ EKİMİ KAYNAKLI. HER YIL YURT DIŞINDAN GELEN 300 BİNİN ÜZERİNDE HASTAYA SAÇ NAKLİ YAPILAN TÜRKİYE, SADECE ARAPLARIN DEĞİL, AVRUPALI HASTALARIN DA EN ÇOK TERCİH ETTİĞİ ÜLKELERİN BAŞINDA GELİYOR

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com



DR. SERKAN AYGIN

Türkiye, sağlık hizmetlerinin tüm toplumu kapsayıcı şekilde sunulması ve güçlü deneyimiyle dünyadaki rakiplerinden ayrılan bir yapıya sahip. Bu deneyim, yüksek yatak kapasiteleri ile birleşirken, daha ucuz iş gücü maliyeti olduğu için de daha çok ön plana çıkıyor. Bu noktada Dr. Serkan Aygın da Türkiye'nin sağlık hizmetleriyle fark yaratmasını sağlayan esas nedenin aslında fiyat değil, elde edilen deneyim olduğunu söylüyor. "Kimse bedenini sadece daha düşük fiyata hizmet alacağı için bir doktora teslim etmez. Türkiye'de yapılan işlem adedi çok yüksek sayılarda olduğu için artan deneyim dolayısıyla doktorlar artık çok başarılı operasyonları yapabiliyor" diyen Aygın, hem sağlık turizmi hakkında önemli bilgileri hem de Dr. Serkan Aygın Klinik'in sunduğu hizmetleri şöyle anlatıyor:

• Yabancılar Türkiye'ye hangi sağlık alanları için geliyor?
Sağlık alanının tüm branşlarında Türkiye'de hizmet veriliyor. Yani çok spesifik operasyonlar dışında genel anlamdaki tüm operasyonlar ülkemizde yapılıyor. En bilinen ve önemli paya sahip alanlardan biri de saç ekimi. Bu alanda gerçekten büyük bir hacim söz konusu. Bunun da önemli nedeni, tamamen özel sektörün bu konuda çok rekabetçi bir yapıda çalışması. Gayriresmi verilere göre yurt dışından gelen her yıl 300 binin üzerinde insana Türkiye'de saç ekimi yapılıyor. Saç ekimi alanında yine operasyon sayısı yılda 200 bine ulaşan Hindistan ve bundan çok daha az sayılarda olsa da ABD, önemli ülkelerden ikisi. Sektörün yıllık cirosunu söylemek gerekirse, 700-800 milyon dolardan bahsedebiliriz. Yani toplam sağlık turizmi gelirinin 1/4'ü saç ekiminden geliyor. Bunun dışında bilinen estetik cerrahi, operasyonlar, diş sağlığı hizmetleri ve yine göz ameliyatları ile Türkiye, ön planda olan bir ülke.

• Türkiye'yi sağlık turizminde hangi ülkeler tercih ediyor?
Geleneksel olarak akla ilk Arap ülkeleri gelmesine karşın, aslında Avrupa ülkelerinin son beş yılda öne çıktığını söyleyebiliriz. Özellikle Almanya, İngiltere, İtalya ve İspanya başta olmak üzere tüm Avrupa, denizaşırı ülkeler Amerika, Brezilya, Avustralya ve Kanada'dan da insanlar sağlık turizmi hizmetleri için ülkemizi tercih ediyor.



"PANDEMİ DÖNEMİNDE, EVDEN ÇALIŞANLAR, SAÇ EKİMİ SÜRECİNİ EVDE GEÇİREBİLECEKLERİ İÇİN TÜRKİYE'YE GELMEYE DEVAM ETTİ. BURADA SAĞLIK TURİZMİ ALANINDA FAALİYET GÖSTEREN KURUMLARIN DİNAMİK YAPISI VE PAZARLAMA SÜREÇLERİNİ DURDURMAMASI ETKİLİ OLDU"

• Bu noktada saç ekimi alanında Dr. Serkan Aygın Klinik'in başarısı hangi alanlarda, nasıl hissediliyor?

Kliniğimiz 1996 yılından beri çeyrek asrı aşan deneyimiyle, 148 ayrı ülkeden gelen hastalarımıza saç ekimi hizmeti veriyor. Bu başarının arkasındaki sır, sadece saç ekimi operasyonuna odaklanmak ve ileri teknolojileri ve teknikleri takip ederek Türkiye'yi bu alanda temsil etmek. Amacımız dünyanın her yerinden kliniğimize gelen insanlara dünya standartlarında hizmet verebilmek. Alanında uzman doktorlarımız ile güvenilir, etik değerlere uygun ve çözüm odaklı saç ekimi hizmetimiz, bizi diğer kliniklerden ayıran özelliklerimizden.

• Dr. Serkan Aygın Klinik'i diğer saç ekimi kliniklerinden farklı kılan noktalar neler?

Bir saç ekimi merkezinin kalitesini gösteren en önemli faktör, saç ekimi operasyonlarının tıp eğitimi almış saç ekimi doktoru ve tecrübe sahibi sağlık ekibi tarafından gerçekleştiriliyor olması. Saç ekimi, doğru koşullar ile doğru uzmanlar tarafından gerçekleştirildiğinde, kişinin doğal bir görünüm ile sağlıklı saçlara kavuşmasını sağlayacak bir operasyon. Operasyonlarımızın içeriğini, Avrupa ve ABD'de ünlü televizyon kanallarında, ünlü medya ve dijital haber sitelerinde yayınlıyoruz. Yurt dışında GQ Magazin, Esquire, Forbes gibi dergilerde yer aldığımız haberler ile yaptığımız işten söz ettiriyoruz.

• European Awards of Medicine ödüllerinde 'Avrupa'nın En İyi Saç Ekimi Doktoru' ödülünü aldınız. Bu ödülü kazanmanızdaki etkenler neler?

Kliniğimizin misyonu, sağlık alanında etik bakış açısı ile son teknolojileri bir araya getirip, en doğal sonuçları elde etmek. Bunun altında ise herkes için özel hazırladığımız operasyon planı ve operasyon sonrası ömür boyu iletişimde kalma politikası yatıyor. Operasyon geçiren hastamızı, hasta takip ekibi ile sürekli gözlemliyoruz. Yapılan saç ekiminin yanı sıra operasyon sonrası bakım ile yaşanabilecek herhangi bir aksaklığı öngörmek, başarımızın en önemli etkenlerinden. İleri teknoloji ve teknikleri kullanırken; hastalarımızı ülkelerine döndüklerinde de yalnız bırakmıyoruz.

• Saç ekimi teknikleri arasında en çok tercih edilen teknik hangisi?

FUE ve DHI isimlerinde 2 teknik ile saç ekimi işlemi gerçekleştiriyoruz. FUE tekniği ile dünya genelinde yüksek sayıda ziyaretçi referansı elde ettik ve alınan sonuçları değerlendirerek süreçleri iyileştirme hedefindeyiz. FUE tekniğinin yanı sırası, tıraşsız DHI tekniği ile de saç ekimi operasyonlarını gerçekleştiriyoruz ve hastalarımızın ihtiyacına uygun tekniği seçmeye özen gösteriyoruz. Saç ekiminde acıyı azaltmasıyla ön plana çıkan Soft FUE tekniği ile iğnesiz lokal anestezi uygulamasını saç ekimi protokolümüze dahil ettik. 2018'in başında Safir FUE tekniğini Türkiye'ye tanıttık ve bu yöntemi de sıkça kullanıyoruz.

• Son zamanlarda açılan merdiven altı saç ekim klinikleri giderek artıyor. İnsanların bu kliniklerden korunmaları için neler tavsiye edersiniz?

Yurt dışından gelen hastaların hayatlarını tehlikeye atan bu lisanssız klinikler hem turistleri mevcut saçlarından ediyor, hem de sağlıklarını ciddi anlamda riske atıyor. Ayrıca bu tür klinikler sağlık turizminde sağladığımız başarıya büyük tehdit oluşturuyor. Yasa dışı merdiven altı yerlerin hızla artması, kaliteli işlem yapan sağlık kuruluşlarını da kötü etkileyebiliyor. Saç ekimi için ülkemize gelen ve döviz bırakan turistlerin böyle lisanssız saç ekimi merkezlerinden kaçınmaları gerekiyor. Hem ülkeminizi ziyaret eden misafirleri sağlıklarından etmemek, hem de ülkemizin itibarına zarar vermemek için dikkatli olmak gerekiyor.

• Pandeminin sağlık turizmine etkisi nasıl hissedildi?

Pandemi tabii ki tüm dünyayı derinden etkiledi. İnsanlar evlerine kapanmak zorunda kaldı. Özellikle Türkiye'nin üç ay boyunca kapalı kalmasının etkileri elbette bize de yansıdı. İçinde bulunduğumuz saç ekimi sektörü, 2020'nin temmuz ayında tekrardan operasyonlarına başlayabildi. Fakat sektörümüz bu dönemi hızlı bir şekilde lehine çevirmeyi başardı.



Mobilya sektörü nereden nereye gidiyor?

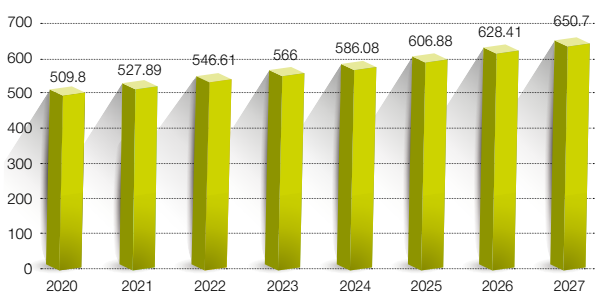
KÜRESEL EKONOMİNİN ÖNEMLİ BİR PARÇASI OLAN MOBİLYA PERAKENDECİLİĞİ VE TİCARETİ; DÜNYA ÇAPINDA ÇOK SAYIDA İNSANI İSTİHDAM EDİYOR. MİLYARLARCA DOLAR DEĞERİNDE BİR ENDÜSTRİ OLUŞTURUYOR. PAZARIN KÜRESEL PİYASA DEĞERİNİN 2027 YILINDA 605.7 MİLYAR DOLARA ULAŞACAĞI TAHMİN EDİLİYOR. İŞTE, COVID-19 SALGINI ETKİSİYLE YOLU HER SEKTÖR GİBİ DİJİTALLEŞME İLE KESİŞEN MOBİLYANIN, BUGÜNÜ VE YARINI...

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

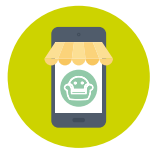
Genel olarak tüketici harcamaları tarafından yönlendirilen mobilya pazarı; kuşkusuz Covid-19 sürecinde ithalat ve ihracat noktasında olumsuz etkilendi. Tedarik zincirindeki aksamalar ve küresel ticaretin geçici olarak sekteye uğraması, mobilya hammaddesi için ithalata bağımlılığı yüksek olan ülkeleri negatif yönde etkiledi. Ancak, dünya nüfusunun bir anda kendisini evde bulması ile birlikte hane halkının bütçesinde mobilya harcamalarına ayrılan pay da arttı. Salgın, dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 58'ini daha uzun süre evde kalma protokolüne geçmeye zorladı ve bu da müşterileri evde geçirdikleri sürenin artmasıyla birlikte evlerini ve mobilyalarını optimize etmeye motive etti. Pandemi, endüstride otomasyonu ve dijitalleşmeyi iyileştirmenin yanı sıra ithalata olan bağımlılığı azaltmanın önemini de gösterdi. Tüketicinin ise online kanallara yönelimi göze çarpıyor.

2020'DEN 2027'YE KADAR DÜNYA ÇAPINDA MOBİLYA PAZARININ DEĞERİ

(Milyar dolar cinsinden)



Kaynak: Statista



ONLINE MOBİLYA PAZARI, 2020-2024 DÖNEMİNDE 84.26 MİLYAR DOLAR BÜYÜYECEK

E-ticaretin ilk günlerinde, çoğunlukla kolayca paketlenebilen ve gönderilebilen ürünleri çevrimiçi olarak satın alan tüketici, artık mobilya alışverişlerinde de online kanallara yöneliyor. Technavio verilerine göre, yüzde 16'lık yıllık bileşik büyüme oranıyla online mobilya pazarı, 2020-2024 döneminde 84.26 milyar dolar büyüyecek. Öte yandan mobilya alanında; Çin, ABD, Almanya, Japonya ve Hindistan küresel olarak en yüksek gelir payına sahip olacak. Pazarın 2024 yılına kadar yüzde 3,66 yıllık bileşik büyüme oranında büyüyeceği öngörülüyor. Tahmin döneminde mobilya sektörü, 113.61 milyar dolarlık hızlanan bir genişleme içinde olacak.



PAZARDAKİ GELİR, KÜRESEL ALANDA 2021 YILI İÇİN 1.371.983 MİLYON DOLAR

Statista verileri, pazardaki gelirin küresel alanda 2021 yılı için 1.371.983 milyon dolar olduğunu ve pazarın 2025 yılına kadar yıllık yüzde 4,18 oranında büyümesinin beklendiğine işaret ediyor. Global karşılaştırma, yalnızca 2021'de 247 milyon doları aşan tutar ile gelirin çoğunun Amerika tarafından elde edildiğinin altı çiziliyor. Günümüzde, tüketiciler mobilyalarını geçmişe göre daha sık değiştirmesi, dairelerinde rahat olma ihtiyacı}yla birleşen estetik nedenler ve çevrimiçi alışverişin benimsenmesi, sürekli büyümeye katkıda bulunan önemli faktörler olarak karşımıza çıkıyor.



AB ÜLKELERİ, MOBİLYA İHRACATININ YAKLAŞIK ÜÇTE BİRİNİ GERÇEKLEŞTİRİYOR

Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan Mobilya Sektör Raporu verilerine göre, 47 milyar dolara yaklaşan mobilya dış ticaret açığı ile ABD, 70 milyar doları aşan ihracatı ile AB ve yaklaşık 56 milyar doları aşan mobilya dış ticaret fazlası ile Çin sektörün önemli aktörleri... Dünya mobilya ihracatının üçte biri Çin üstleniyor. Birçok AB ülkesinde, rekabetçi bir konuma sahip olan mobilya imalatı, temel bir endüstri... Zira Almanya, Polonya ve İtalya; Çin'in ardından en büyük 3 ihracatçı. Fransa, Danimarka, Belçika, İsveç, Danimarka, Avusturya, İngiltere ve Hollanda ise diğer önemli mobilya ihracatçısı ülkeler...

>>



TÜRKİYE'NİN MOBİLYA İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELERİN BAŞINDA AB ÜLKELERİ VE ÇİN GELİYOR

Ticaret Bakanlığı verileri ışığında, Türkiye'nin dünya mobilya ihracatındaki payı 2019 yılı itibariyle yüzde 1,57'... Mobilya ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde, 2020 yılından itibaren en büyük pazarın Irak olduğu görülüyor. Sektörün toplam ihracat içindeki payı 2020'de yüzde 2 seviyesinde gerçekleşti. Sektörce yapılan ihracatın üçte biri AB'ye ve ithalatın yarıdan fazlası AB'den yapılıyor. Türkiye'nin mobilya ithalatı yaptığı ülkelerin başında AB ülkeleri ve Çin geliyor. 2020 yılı itibariyle en fazla ithalat yapılan ülke ise 69 milyon dolar ile Çin. Çin'i 57 milyon dolarlık mobilya ithalatı ile Polonya takip ediyor. Mobilya ithalatımızda öne çıkan diğer ülkeler arasında, İtalya, Almanya, Romanya ve Bulgaristan bulunuyor.

TÜRKİYE'NİN ÜLKELER BAZINDA MOBİLYA İHRACATI

(Değer: Bin dolar)

Ülke Adı	2018	2019	2020
Irak	448.104	510.871	483.844
Almanya	204.096	222.596	347.109
A.B.D.	118.263	152.349	268.363
Suudi Arabistan	169.704	197.637	188.971
Fransa	151.397	146.356	162.961
İngiltere	93.223	101.674	143.335
İsrail	93.727	118.215	136.700
Libya	117.636	200.537	134.567
Hollanda	67.904	75.182	94.342
Romanya	70.306	85.243	90.767
Katar	63.441	86.351	75.493
B.A.E.	61.838	70.506	70.208
Macaristan	9.188	13.190	69.484
İtalya	61.485	65.299	67.256
Çekya	7.626	8.562	62.669
Liste Toplamı	1.737.938	2.054.568	2.396.069
Genel Toplam	2.686.740	3.055.447	3.421.602

Kaynak: TÜİK



2020 YILINDA 3 MİLYAR 422 MİLYON DOLAR İHRACAT GELİRİNE ULAŞILDI

Türk mobilya sektörü, pandemi nedeniyle zorlu bir yıl geçirmesine karşın, 2020 yılında 3 milyar 422 milyon dolar ihracat gelirine ulaştı ve bir önceki yıla kıyasla yüzde 12'lik bir artış gerçekleştirmiş oldu. Ülkemiz, pandemi sürecinde Çin'den kayan talebi karşılamak noktasında oldukça başarılı bir performans sergiledi. Lojistik alanında önemli fırsatlara sahip olan ülkemizde sektörün gelişmesi için Türkiye'nin tasarım alanında öne çıkması ve ihracattaki yerini güçlendirmesi önem taşıyor. Sektörün, dünya mobilya pazarındaki yerini sağlamlaştırması adına 5 konuya yatırım yapması gerekiyor:



Marka algısını yükseltmek ve bu sayede pazarlama alanı oluşturmak



Fuarlara katılımı artırmak



Üniversite iş birliğini sağlamak ve kalifiye iş gücü alanında çalışmalar yapmak



Katma değer sağlayan yarı mamul malzeme üretimi için teşvik sağlamak, bu konuda Ar-Ge yapan firmaları desteklemek



Genelde çoğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir görünüme sahip Türk mobilya endüstrisinde, orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısını artırmaya yönelik çalışmalar yapmak

TÜRK MOBİLYA SEKTÖRÜ, PANDEMİ NEDENİYLE ZORLU BİR YIL GEÇİRMESİNE KARŞIN, 2020 YILI İHRACATINDA BİR ÖNCEKİ YILA KIYASLA YÜZDE 12'LİK BİR ARTIŞ GERÇEKLEŞTİRDİ

galatawindenerji.com

TÜRKİYE'NİN İLK YEŞİL HALKA ARZI

Geleceğimiz, hayallerimiz, enerjimiz ortak... Türkiye'nin ilk yeşil halka arzına* katıldığınız için

TEŞEKKÜR EDERİZ

Türkiye'nin ilk yeşil halka arzını gerçekleştiren Galata Wind olarak
yenilenebilir kaynaklar dışında fosil kaynaklara hiçbir zaman yatırım yapmayacağız.
Operasyonel karbon emisyonlarını 2025 yılı sonuna kadar sıfırlayacak,
karbon salımı azaltımlarını Gold Standard ve VCS süreleri sonuna kadar doğrulatıp
karbon kredilerini onaylatacağız.
Merkez yönetici kadrolarımızdaki kadın oranını 2 yıl içerisinde
%30'un üzerine çıkaracak, Yönetim Kurulu'nda en az 1 kadın üye bulunduracağız.

Daha yeşil bir geleceğe yoğun bir katılım ile ortak olan
tüm ortaklarımıza ve yatırımcılarımıza teşekkür ederiz.



Doğan

GALATAWIND

*Galata Wind halka arz kapsamında verdiği çevresel ve toplumsal taahhütlerle 'Türkiye'nin ilk yeşil halka arzı' oldu.





YENİ TÜKETİCİNİN E-GERÇEKLİĞİ

Genç nesilden gelen önemli talep nedeniyle, sektörün kilit oyuncuları hem ürün çeşitlerinde hem de pazarlama stratejilerinde yeni teklifler sunmaya başlıyor. KPMG verilerine göre, müşterilerin yüzde 45'i, dijitalin gelecekte markalarla iletişim kurmada ana yolları olacağını belirtiyor.



EN HIZLI BÜYÜYEN 6'NCI ÇEVRİMİÇİ PAZAR

Ev mobilyası e-ticareti, en hızlı büyüyen 6'ncı çevrimiçi pazar olarak yerini sağlamlaştırıyor. Statista verileri; 2018 yılında, mobilya ve ev aletleri e-ticaret pazarının toplam gelirinin dünya çapında 258 milyar dolarken; pazar büyüklüğünün 2022'de 394 milyar dolara ulaşacağını gösteriyor.

MOBİLYA PİYASASI-BÜYÜME, EĞİLİMLER, COVID-19 ETKİSİ VE TAHMİNLERİ RAPORU VERİLERİNE GÖRE, GLOBAL MOBİLYA ENDÜSTRİSİNDE ÖNE ÇIKAN EĞİLİMLER ŞÖYLE SIRALANIYOR:



Y Kuşağı arasında artan marka bilinci ile birlikte artan mobilya ürünleri harcamaları, pazarı destekliyor.



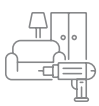
Büyüyen genç nüfus ve benzersiz mobilya tercihleri birleştiğinde, maksimum depolama olanağı, yenilikçi, yerden tasarruf sağlayan tasarımlar ve şık tasarıma sahip çok işlevli mobilyalara olan talep, mobilya pazarının büyümesini sağlıyor.



Mobilya ürünlerinin çeşitli tasarım ve modellerini sunan e-ticaret platformlarının sayısındaki önemli artış, gelişmekte olan ülkelerde pazarın büyümesini hızlandırıyor.



Omnichannel dağıtım uygulamaları, önemli oyuncuların pazarda daha fazla gelir kaydetmesine de yardımcı oluyor.



'Kendin yap' mobilya ürünleri ve montaja hazır ürünler için artan talep, pazarın özellikle ev ve ofis mobilyası segmentlerinde daha da büyümesine yardımcı oluyor.



Dünya genelinde büyüyen konut ve ticari inşaatın ve artan sayıda stratejik ittifak ve ortaklıkların pazarın büyümesini hızlandırması bekleniyor.



Asya- Pasifik, sektörde gücünü artırıyor. Çin'de yaşam standardının iyileşmesiyle birlikte, müşteriler ev dekorasyonu ve ev mobilyalarına yatırım yapmaya başlıyor. Tüketicilerin satın alma gücünün artması, mobilya pazarını da geliştiriyor. Pazarın kilit oyuncuları çevrimiçi platformlarını da başlatıyor ve e-ticaret kanallarıyla ortaklıklar kuruyor. IKEA'nın 2018'de Hindistan alt kıtasına girmesiyle rekabet, ülkede ve dolayısıyla bölgede daha karmaşık hale geldi.



Herman Miller, Covid-19 etkisiyle, özel oyun koltuğu üretimine başladı. Eylül 2020'de IKEA, evdeki oyun deneyimini yeni bir seviyeye taşımak için yeni bir uygun fiyatlı oyun mobilya ve aksesuarları yelpazesi geliştirmek için Republic of Gamers ile iş birliği yaptı.


İstikbal 2021 Koleksiyonu
Yaşamın Merkezinde
Zamanın Ötesinde
STUDIO Collection
#YasaminMerkezinde
istikbal
Erciyes HOLDING

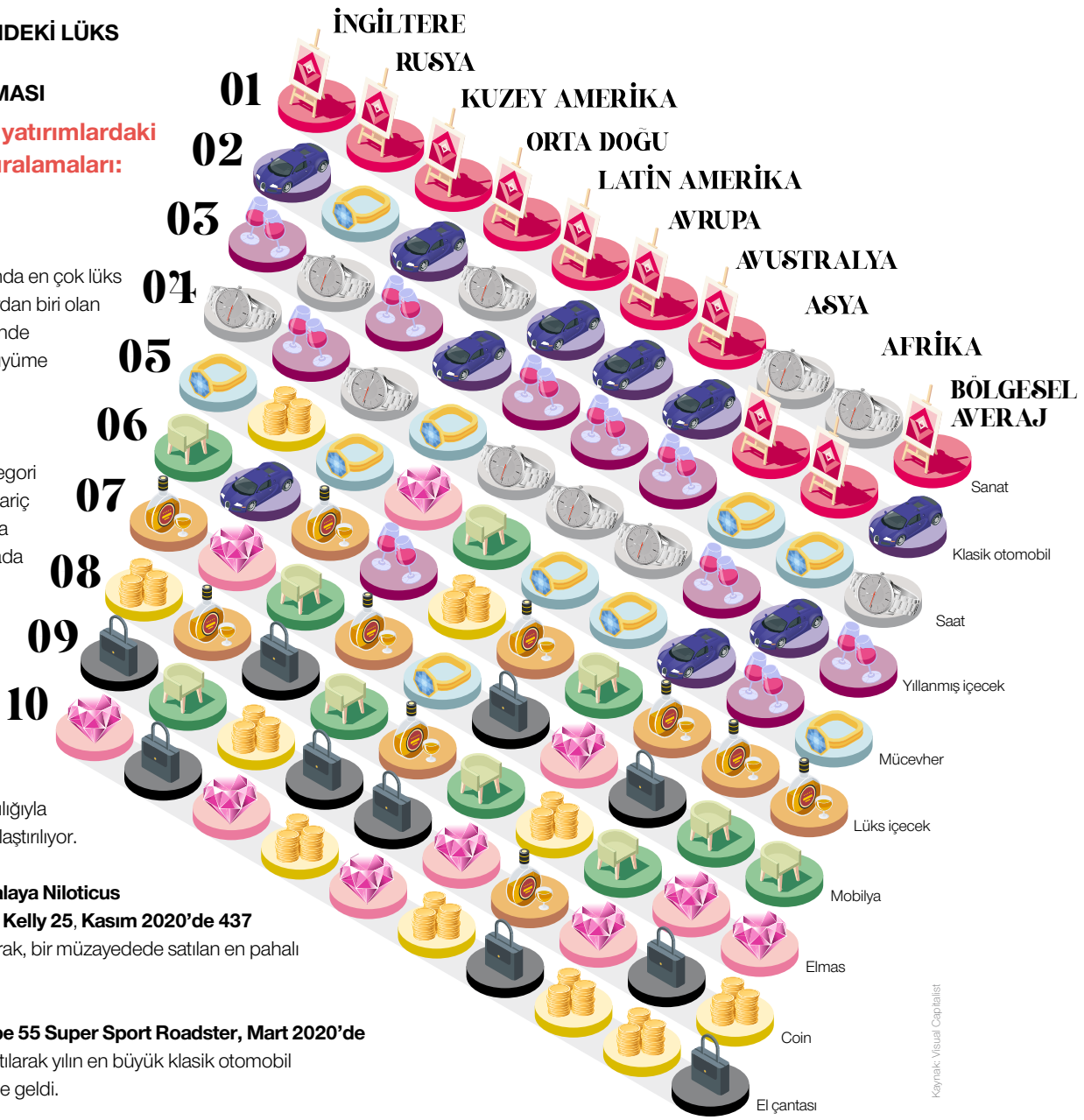
DÜNYADAKİ LÜKS YATIRIMLARIN PARLAYAN YILDIZI: MOBİLYA

HAYATTAKİ GÜZEL ŞEYLERDEN ZEVK ALIYOR MUSUNUZ? DÜNYANIN EN ZENGİN İNSANLARININ ÇOĞU İÇİN SANAT, KALİTELİ MOBİLYA VE SAAT GİBİ LÜKS MALLAR EDİNMEK BİR TUTKU. FİNANSAL VARLIKLARA YAPILAN GELENEKSEL YATIRIMLARIN AKSİNE LÜKS MALLARA DEĞER BİÇMEK OLDUKÇA ZOR OLSA DA DÜNYADAKİ LÜKS YATIRIMLARI HIZ KESMEDEN DEVAM EDİYOR. MOBİLYAYA OLAN İLGİ İSE DÜNYANIN DÖRT BİR YANINDA SÜRÜYOR

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

DÜNYA GENELİNDEKİ LÜKS YATIRIMLARIN KARŞILAŞTIRILMASI

9 bölgenin lüks yatırımlardaki ilgi alanları ve sıralamaları:



>> Dünya sıralamasında en çok lüks yatırım yapılan alanlardan biri olan mobilya, varlık değerinde **10 yıllık yüzde 22** büyüme kaydediyor.

>> Sanat, **2020** için tartışmasız en üst kategori oldu. Afrika ve Asya hariç her coğrafi bölgede ya birinci ya da ikinci sırada yer aldı. Dünya sanat eserleri pazarının **2019**'da, **64 milyar dolar** değerinde olduğu tahmin ediliyordu. Genellikle **Sotheby's** gibi müzayede evleri aracılığıyla sanat yatırımları kolaylaştırılıyor.

>> Bir Hermès Himalaya Niloticus Crocodile Retourné Kelly 25, Kasım 2020'de 437 bin 330 dolara satılarak, bir müzayedede satılan en pahalı el çantası oldu.

>> 1932 Bugatti Type 55 Super Sport Roadster, Mart 2020'de 7.1 milyon dolara satılarak yılın en büyük klasik otomobil satışlarından biri haline geldi.



MİLYONLARIN HAYALLERİYLE BULUŞTUĞU ADRES:

sahibinden.com

Google Analytics 2021 Mart verilerine göre; sahibinden.com'u ayda 54,9 milyon kullanıcı ziyaret etti.
Kullanıcı sayısı tekillik ifade etmez; raporlama tekniği gereği platform kullanımları farklı kullanıcı olarak sayılır.

MARANGOZDAN MARKAYA

MARKA ALGIDIR, ALGI DA SOYUT BİR DEĞERDİR. EĞER DÜNYANIN ALGISINA YATIRIM YAPAMAZSAK BİR DÜNYA MARKASI OLAMAYIZ. ALGININ DÜĞÜMLERİNİ ÇÖZEBİLMEK İÇİN HEDEF ÜLKELERDEKİ İNSANLARIN DAVRANIŞLARINI VE DUYGULARINI ÇOK İYİ ANALİZ ETMELİYİZ. ÇÜNKÜ VAR OLMAK, ALGILANMAKTIR. MAALESEF DÜNYANIN EN KALİTELİ ÜRÜNLERİNİ EN UCUZA SATAN ÜLKE, BİZİM ÜLKEMİZDİR. BU SORUNUN EN BÜYÜK NEDENİ İSE MARKALAŞAMAMAK...

ÖMER ŞENGÜLER
Marka Ol E Mi? kitabının yazarı
omer@globalmagicbrands.com

Türkiye'de mobilyacılık işinin önemli bir endüstri haline dönüşmeye başlaması, 1960'lı yıllarda Marangozlar Esnaf ve Sanatkârlar Odası'nın önderliğiyle Ankara Siteler'de gerçekleşti. Sonraki yıllarda Bursa, Kayseri, Eskişehir, İstanbul, İzmir ve daha birçok ilimiz de zamanla bu yarışta gururla yerlerini aldılar. Sektör, bugün yıllık yaklaşık 60 milyar TL iş hacmine sahip. 3.4 milyar dolar seviyesinde de ihracat yapılıyor. Bu büyük yolculuk yıllar önce Marangozlar Odası'nın vizyonu sayesinde başlamış, vesile olanları tebrik ediyorum.

DÜNYANIN GÖZÜNDE MARKA DEĞİL, ÜRÜN ÜRETİYORUZ

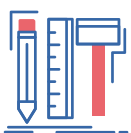
Türkiye, son 35 yılda ihracatını 1 milyar dolar seviyelerinden alıp 180 milyar dolar seviyesine çıkaran ender ülkelerden biri oldu. Canla başla, gece gündüz üreten ve ürünlerini tüm dünyaya satan küçüklü-büyüklü tüm şirketlerimizi bu başarılarından dolayı kutlarım. İhracat rakamlarını analiz ettiğimde beni en çok düşündüren konulardan biri, Türkiye'nin ihracat kilogram değeri... Maalesef dünyanın en kaliteli ürünlerini en ucuza satan ülke, bizim ülkemizdir. Kanımca, bu sorunun en büyük nedeni markalaşamamak... Dünyanın gözünde bizler markalar değil, ürünler üretiyoruz. Markalaşmayı da fuarlara katılım, reklam yapmak, katalog basmak veya sosyal medyada var olmaktan ibaret sanıyoruz. Markalaşamadığımız ve 'no name' olduğumuz için de dünya fuarlarında üreticilerimizden ısrarla istenen tek şey; 'daha fazla indirim' oluyor. 2019 raporlarına göre ucuzcu Çin Halk Cumhuriyeti dahi ürünlerini ortalama 1,65 dolara satarken Türkiye'nin ortalama satış değeri 1,27 dolar.

KISIR DÖNGÜYÜ TETİKLEYEN DÜŞÜNCELER

Türk mobilya şirketlerinin içine düştüğü bu kısır döngüye neden olan yanlış davranışlar, 6 aşamada özetlenebilir:



01I
"Covid-19 e-ticareti hızlandırdı. İnegöl'deki mobilya üreticilerinin hazır modellerini satıp iyi para kazanıyorlar. Haydi biz de başlayalım, kervanı sonra yolda düzeriz."



02I
"Tasarımcıya çuvalla para ödemeye ne gerek var, gireriz internete en güzel markaların mobilyalarını biraz değiştirip benzerlerini yaparız."



03I
"Cin fikirli iyi bir reklamcıyla anlaşalım gerisi kolay."



04I
"Biz, 70 ülkeye ihracat yapıyoruz zaten dünya markasıyız."



05I
"Marka tescil şirketine söyleyelim bize şöyle yakışıklı İtalyanca bir marka adı bulsunlar."



06I
"Devlet desteğini alırsak dünyaya da açılırız."

EVRENDE ALGINIZ KADAR YER EDİNİRSİNİZ

Marka mobilyalar üreten Avrupa ve Amerikan mobilya şirketlerinin ihracat kilogram değeri 8-10 dolar seviyesindeyken; Türk ihraç mobilyalarında bu değer 3-4 dolar seviyelerinde... (1) Benzer gerçek maalesef neredeyse tüm sektörlerimizde aynı... Marka algıdır, algı da soyut bir değerdir. Eğer dünyanın algısına yatırım yapamazsak bir dünya markası olamayız. Algının düğümlerini çözebilmek için hedef ülkelerdeki insanların davranışlarını ve duygularını çok iyi analiz etmeliyiz. Çünkü var olmak algılanmaktır. Evrende kütleniz kadar değil; algınız kadar yer edinirsiniz.

PEKİ, ÇÖZÜM NEDİR?

Çözüme ulaşmak; 'Hikayesi marangozdan başlayıp günümüzde en az 133 bin kişiye istihdam sağlayan (2) modern, inovatif dev bir endüstri haline gelmiş mobilya sektörümüz nasıl markalaşır?' sorusunun cevabında saklı... Dilerseniz reçetedeki ilaçları birlikte tek tek inceleyelim:

PAZARLAMA

Ülkemizde sonuçları çok rahatsız edici bir galat-ı meşhur yani doğru sanılan yaygın bir yanlış, pazarlamanın satış ya da reklam sanılması... Halbuki pazarlama, üretim öncesinden satış sonrasına her şeyin mükemmel gitmesini sağlayan, başlangıç ve bitiş noktası olmayan, markanın ömrü boyunca sürecek bir yaşam döngüsüdür. Araştırmadır, konumlandırmadır, kurumsal kimliktir, iş planıdır, tedarik zinciri yönetimidir, ürünü ve hedef kitleyi iyi tanıyıp yolun en başında marka adı geliştirmektir. Pazarlama; analizdir, stratejidir, matematiktir, ürünü kaç liraya üreteceğinize, onun satış fiyatına, vadesine, insanlarla onu nasıl tanıştıracağınıza, ofisinizi, mağazanızı, internet sayfanızı nasıl tasarlayacağınıza karar verir. Müşterilerinizi nasıl memnun edeceğinizi ve onları nasıl markanıza sadık kılacağınızı size söyler. Yani aslında markayı yaratan pazarlamadır ve pazarlama bir bilimdir.



DÜNYA MARKASI OLMANIN 8 ADIMI

01I Konumlandırma (Satış fiyatı hangi seviyede olmalı, hedef kitlen kim?)

02I Her ülke için ayrı ayrı hedef kitle analizi,

03I Ülke, müşteri, ürün bazında segmentasyon yapmak,

04I Araştırmaları kullanarak veri madenciliği yapmak ve veriyi doğru analiz etmek,

05I Müşteri ilişkileri (deneyim, değer, sadakat) yönetimi,

06I Marka stratejisi geliştirmek,

07I Pazarlama stratejisi ve sonrasında da iletişim stratejisini geliştirmek,

08I Tüm bu adımları atmak için güçlü pazarlama ekibi (reklam değil) kurmak, markalaşma danışmanlık hizmetleri satın almak.

MOBİLYA SEKTÖRÜNDE GLOBAL MARKA ALGISI NASIL YARATILIR?

-Kurucunun soyadından uzak durarak, hedef kitlenin benimseyeceği bir marka adı geliştirip hikayesi olan (eşe dosta "nasıl güzel oldu mu?" diye sorarak değil, kalitatif araştırmalarla belirlenmeli) amblem ya da logo tasarlamak ve hedef ülkelerde isimle logonun marka tescilini almak.

-Hedef kitlenin (yani hangi ülkeye ihracat yapılacaksa oradaki potansiyel müşteriler) beğeni ve ihtiyaçlarına cevap verecek ürün tasarımları geliştirmek için paraya kıyıp en doğru-iyi-yaratıcı yerli/yabancı tasarımcılarla çalışmak.

-Hedef ülkelerdeki lojistik, depolama, dağıtıcı, kargo, hukuki zorunluluklar, e-ticaret platformu gibi altyapı gereklerini yerine getirmek.

-Pahalı dünya markalarının internet sayfalarından ya da kataloglarından kopya çekip onları taklit etmekten zinhar uzak durmak. Çünkü her marka bir hikayedir ve her ürünün, her tasarımın bir hikayesi olmak zorundadır. Hikayesi olmayan marka olamaz. Örneğin; Ikea'nın hikayesi; 'Çoğunluk (kalabalıklar) için daha iyi günlük yaşam yaratmak'tı.

"Bu kadar zahmete ne gerek var ki?" düşüncesinde olanlar için son sözüm şöyle olsun:

Yalnızca satışa odaklanan; paralı, güçlü pazarlama stratejisi geliştiren zengin, bir dünya markası yaratan ise varlıklı olur. Marka ol, tüm yorgunluğuna değsin. Kalın sağlıcakla...

Kaynak:

1-Mobilya Dergisi, Nasip Uzun yazısı, 19,03,2021, http://www.mobilyadergisi.com.tr/haber/turk-mobilya-sektorunun-genel-yapisi-ve-kuresel-pazardaki-yeri

2- T.C. Ticaret Bakanlığı, Mobilya Sektör Raporu, 2018



TÜRKİYE: MOBİLYA ÜRETİM FABRİKASI

MOBİLYA, TÜRKİYE'NİN DÜNYA SAHNESİNDE KENDİNE EN FAZLA GÜVENDİĞİ VE EN ETKİN OLDUĞU SEKTÖRLERDEN BİRİ. ÜRETİM TARAFINDA ÖZELLİKLE İSTANBUL, ANKARA, KAYSERİ VE BURSA'NIN ÖNE ÇIKTIĞI GÖRÜLÜRKEN, İHRACATA DA YİNE BU BÖLGELER YÖN VERİYOR

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com



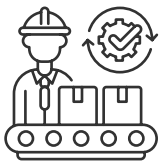
AHMET GÜLEÇ
Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) Başkanı

"HER BÖLGEDE, HER TÜR MOBİLYAYI ÜRETİYORUZ"

Mobilyada özellikle KOBİ düzeyinde üretim sektörde yaygın... Bunun anlamı, KOBİ düzeyindeki farklılıkların çok değişken olması. Firma ortalamasından ziyade toplam istihdama odaklanmak daha yerinde. Ancak, istihdam açısından mobilya sektörünün en önemli özelliği, tam kapasite çalışan ve ihracat ayağı olan; mobilya merkezi konumundaki tüm bölgelerde işsizlik sorununun neredeyse hiç olmadığı gerçeği. Türkiye'nin her yerinde her tür mobilya üretiliyor; bu da Türkiye'nin son derece büyük bir üretim gücü olduğunu gözler önüne seriyor. Aslında Türkiye'nin bir mobilya üretim fabrikası olduğunu söylesek yanılmayız. Bugün Karadeniz'den Akdeniz'e, Doğu Anadolu'dan Ege'ye, Türkiye'nin her bölgesinde ve şehrinde üretim ve ihracat gelişiyor. Kümelenme modeli ile çalışan 15 şehir var. Bu şehirlerden İstanbul, Bursa, Ankara ve Kayseri öne çıkıyor.

İSTANBUL

İstanbul'da özellikle şehirde organize sanayi bölgelerinde yoğunlaşan üretim, çok çeşitli olmasıyla öne çıkıyor. Bu noktada üretimin daha çok fabrikasyon olduğunu görülüyor. Dolayısıyla İstanbul, A'dan Z'ye her türlü mobilya grubunun üretiminde en büyük söz sahibi merkez.





%21

İSTANBUL'UN TÜRKİYE'DEKİ TOPLAM MOBİLYA ÜRETİMİNDE SAHİP OLDUĞU PAY

35 BİN+

ŞEHRİN HER İKİ YAKASINDAKİ TOPLAM MOBİLYA İŞLETME SAYISI

MASKO MOBİLYA KENTİ

Modoko

MODESA İstanbul Mobilya Merkezi

2 BÖLGE: İstanbul'da mobilya üretiminin iki bölgede yoğunlaştığı biliniyor. İkitelli Organize Sanayii Bölgesi'nde yer alan Masko ve Ümraniye'de bulunan Modoko, şehrin en önemli iki merkezi. Bunların yanı sıra daha küçük çapta Eyüp'te MODESA, Çamlıca'da ÇAMOÇA gibi merkezler de söz konusu.





%20

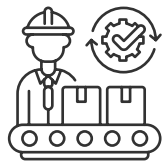
ŞEHRİN MOBİLYA İHRACATINDAN ALDIĞI PAY

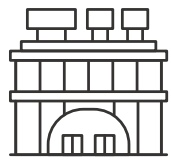
200 BİN+

İSTANBUL'UN DİREKT OLARAK SEKTÖRE SAĞLAMIŞ OLDUĞU İSTİHDAM SAYISI

ANKARA

Siteler, 1960'lı yıllarda Marangozlar Odası'nın önderliğinde kurulan, bugün 5 bin dönüm arazi üzerinde faaliyet gösteren büyük bir organize sanayi bölgesi. Ancak bu işletmeler emek yoğun işletmeler ve büyük ölçekli üretim yapan firma sayısı fazla değil.





%8

MOBİLYA İMALATINDA ANKARA'NIN SAHİP OLDUĞU ORAN

20 BİN+

BAŞKENTTE BULUNAN TOPLAM MOBİLYA İŞLETME SAYISI





EL EMEĞİ: Ankara, işletme sayısı bakımından Türkiye'nin en büyük mobilya üretim bölgelerinden biri olsa da geleneksel yöntemlerle çalışması açısından en yoğun üretimin olduğu yer değil. Başkentteki üretimin en önemli özelliği el işçiliği ve katma değeri yüksek ürünlerin üretiliyor olması.



150 BİN+

MOBİLYA SEKTÖRÜNDE ANKARA'DAKİ DİREKT İSTİHDAM SAYISI

KAYSERİ

Sanayinin başkentlerinden biri olan Kayseri, özellikle ihracat tarafında İstanbul'u yakalamasıyla dikkat çekiyor. Daha önce Orta Doğu ve Arap coğrafyasına ihracat yapan şehir, bugün Avrupa ve ABD'ye yaptığı yoğun ihracatla öne çıkıyor. Kent, geçtiğimiz yıl toplamda 720 milyon dolarlık mobilya ihracat etti.



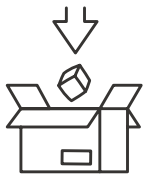
%20

MOBİLYA İMALATINDA KAYSERİ'NİN SAHİP OLDUĞU ORAN



36 BİN

KAYSERİ'DEKİ MOBİLYA İŞLETME SAYISI



400

BÖLGEDEKİ FABRİKASYON SERİ ÜRETİM YAPAN VE İHRACATA YÖNELİK ÇALIŞAN ŞİRKET SAYISI



ÜRETİM: Kanepe, koltuk ve yatak imalatı ile yükselişe geçen Kayseri mobilyası hem Türkiye'de hem de globalde markalaşırken, bu ürün gruplarındaki yüksek montanlı üretim, şehrin diğer mobilya gruplarını üretmesine de önayak oldu.



140

2020 YILINDA MOBİLYA İHRACATI GERÇEKLEŞTİRİLEN ÜLKE SAYISI



%20

ŞEHRİN, TÜRK MOBİLYA İHRACATINDAN ALDIĞI PAY



11,5

MOBİLYA İŞLETME BAŞINA DÜŞEN İSTİHDAM ORTALAMASI.

TÜRKİYE GENEL İMALAT İSTİHDAM ORTALAMASININ YAKLAŞIK 2 KATI.

BURSA

Bölgenin ihracatta yakaladığı başarı, Bursa-İnegöl'ün mobilyada önemli bir uluslararası merkez olma yolunda olduğunu gösteriyor. Bursa büyük ormanlık alanlara sahip. Bu paralelde ağaç sanayisinin hızlı bir gelişme gösterdiği bir yer olmasıyla da şehir, sektörün en önemli merkezlerinden. biri.



45 BİN+

ŞEHRİN SEKTÖRE SAĞLAMIŞ OLDUĞU İSTİHDAM



4.500 +

BURSA'DA BULUNAN MOBİLYA İŞLETMELERİNİN SAYISI



3. SIRA

İHRACATIN BÖLGELERE GÖRE DAĞILIMINDA

İSTANBUL: 1.
KAYSERİ: 2.



%18

BURSA-İNEGÖL, TEK BAŞINA TÜRK MOBİLYA İHRACATININ NEREDEYSE 1/5'İNİ SIRTLANIYOR



HATAY, MOBİLYANIN TASARIM ÜSSÜ OLMAYA HAZIRLANIYOR

HATAY'DA KURULAN ANTAKYA MOBİLYACILAR İHTİSAS SANAYİ SİTESİ İLE ŞEHİR, TÜRK MOBİLYACILIĞININ TASARIM ÜSSÜ OLMAYA HAZIRLANIYOR. TÜRKİYE'DE İLK DEFA BU BÜYÜKLÜKTE BİR İHTİSAS SANAYİ SİTESİ KURULURKEN, TOPLAMDA 100 FİRMA BU SİTEDE FAALİYET GÖSTERECEK. TAM KAPASİTEYE ULAŞILMASIYLA HATAY'IN 70 MİLYON DOLARLIK MOBİLYA İHRACATININ DA KISA BİR SÜRE İÇERİSİNDE 500 MİLYON DOLARA ÇIKMASI BEKLENİYOR

Bir önceki sayfamızda Türkiye'nin mobilyada öne çıkan dört üretim merkezini ele aldık. Fakat bunun yanında MOSFED Başkanı Ahmet Güleç'in de belirttiği gibi Türkiye, tam anlamıyla bir mobilya üretim fabrikası. Bu noktada kümelenme faaliyetleri sonrasında Türkiye'deki en önemli mobilya üretim merkezleri arasına yeni bir şehir daha kendi ismini yazdırmaya namzet: Hatay... Şu anda yapılan yatırımlarla Türkiye'nin en büyük mobilya ihtisas sanayii olan Hatay, bu oluşumla beraber yıllık 70 milyon dolar olan mobilya ihracatını 500 milyon dolara çıkarmak için kolları sıvarken, mobilyada tasarımın da merkezi olmaya hazırlanıyor.

Hatay'daki mobilya sektörünün Hz. Habibi Neccar'a kadar dayandığı söylenir. Türkiye'nin medeniyetler baş şehri olan Hatay, ahşap işlemeciliği noktasında bünyesinde oldukça önemli sanatkâr/zanaatkârlara sahip bir kent de aynı zamanda. Fakat geçtiğimiz dönemlerde firmalara yatırımlar yapılmaması nedeniyle, mobilya sektöründe şehrin gerilediği de görülüyordu... Son yıllarda ise genç neslin gelmesiyle yapılan yatırımlar bir örnek teşkil etti. Diğer şirketlerin de bu yatırımları örnek alarak mobilya sektöründeki firmalara ciddi yatırım yapmaya başlaması ise, şehrin geçmiş yıllarda düşüşe geçen sektörü mobilyaya adeta can suyu oldu. Yapılan bu yeni yatırımlar neticesinde alanlar ve mekanlar yetersiz hale gelince, Hatay'da yepyeni bir proje doğdu: Antakya Mobilya İhtisas Sanayii...

>>

90 ŞİRKET ÜRETİME BAŞLADI

Bu noktada Antakya Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi Kooperatifi olarak 2012'de arazi alımı ile çalışmalarına başladıklarını dile getiren Kooperatif Başkanı Hüseyin Doğru, bir yıl içerisinde projelerinin hazırlandığını söylüyor. 2014 yılında altyapı inşaatı tamamlanan mobilya ihtisas sanayiinin üstyapı inşaatı da 2017-2019 yılları arasında tamamlandı. "465 bin metrekare alana sahip site içerisinde, oturum alanları bin 500, 2 bin 225 ve 3 bin metrekare olan, üç kata çıkabilecek şekilde modüler yapıda inşa edilen üç tip fabrika bulunuyor. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile ortaklaşa yürüttüğümüz ve tamamladığımız projemiz, 100 fabrikadan oluşan Türkiye'nin en büyük ihtisas sanayi sitesi. Yolların asfaltlanması çalışmalarında da sona gelindi. 100 firmamızdan 90 tanesi de üretim faaliyetlerine başlamış durumda" diyen Doğru, bununla beraber hedefleri olan 10 bin kişilik istihdama da yaklaştıklarının altını çiziyor. Geri kalan şirketler ise fabrikalarını faaliyete açma sürecini devam ettiriyor.

HEDEF YEDİ KAT BÜYÜMEK

Sitede şu an için bulunan fabrikaların tamamı, Antakya'nın yerli firmaları. Şehrin geçen yıl mobilya ihracatında büyüklüğü ise 70 milyon dolara ulaştı. Mobilya ihtisas sanayii ile beraber mobilya ihracatlarını birkaç yıl içinde 500 milyon dolara çıkarmayı hedeflediklerinin altını çizen Doğru, en büyük ihracat pazarlarının Orta Doğu ülkeleri olduğunu söylerken, sitenin kendilerine katacağı üretim gücü ile beraber hedef ülkelerinin ABD, Afrika ve Orta Asya olacağına dikkat çekiyor. "Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın sanayi sitelerine sağladığı yüzde 2 faizli krediden kullandık. Normalde sanayi sitelerinde iş yeri büyüklüğü 300, 400 ve 600 metrekare civarlarında olur. Bakanlık, ilk defa bu büyüklükte bir siteyi destekledi. Örnek proje olarak lanse edilen projeyi Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan da yakından takip ediyor" diyen Doğru, Sanayi Bakanlığı desteği ve Kalkınma Ajansı kanalıyla, üyelerine yüzde 0 faizli, üç yıl vadeli 1 milyon TL'ye kadar makine, ekipman ve inşaat kredisi kullanılması sağlandığına dikkat çekiyor.

TEKNOLOJİYE YATIRIM

Tasarım merkezi oluşturma konusunda ise finansmanı bakanlıktan sağlayarak ve mekanı hazır olan projeyi kısa sürede faaliyete geçirmeyi düşündüklerini aktaran Hüseyin Doğru, tasarımcıların makine ekipman ve üç boyutlu yazıcılar ile tasarımlarını yapabilecekleri bu merkez için en önem verdikleri konunun, tasarlanan ürünlerin ticarileştirilebilmesi olduğunu vurguluyor. "Bunu sağlamak amacıyla üniversite ile iş birliği yaparak sağlam bir kurgu oluşturmak istiyoruz. Diğer kentlerle rekabet etmenin yolu teknoloji geliştirmekten geçiyor. Eski yerlerimizde büyük makineleri tesise yerleştiremiyorduk. Şu anda ise mekan anlamında da hiçbir sıkıntımız yok" diyen Doğru, dolayısıyla hem rahat hem de verimli üretim yapma şansları olduğunu anlatıyor.

ANTAKYA MOBİLYACILAR İHTİSAS SANAYİ SİTESİ'NDE 100 TANE MOBİLYA FABRİKASI BULUNURKEN, BU ŞİRKETLERİN HEPSİ DE ANTAKYA'NIN YERLİ FİRMASI. 10 BİN KİŞİYE İSTİHDAM SAĞLAYACAK BU PROJE İLE ŞEHİR, MOBİLYA İHRACATINDA YÜZDE 1 OLAN PAYINI DA ÇOK DAHA YUKARILARA TAŞIRKEN, ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİNİ DE ARTIRMIŞ OLACAK

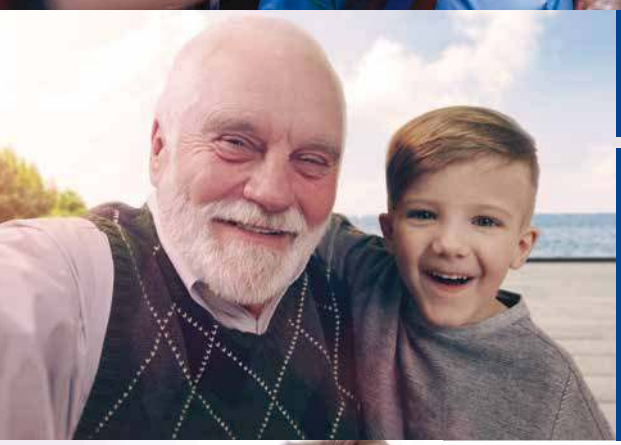
ZİGON VE ORTA SEHPADA DÜNYANIN MERKEZİ

Kaliteli ve gösterişli üretimle adından söz ettiren Hataylı mobilyacılar, el ustalığıyla öne çıkıyor. Geçtiğimiz yıllarda yalnızca Orta Doğu ile sınırlı kalan yurt dışı pazarına Türk Cumhuriyetleri ile Afrika ve Avrupa ülkelerini de ekleyerek ihracatta daha güçlü bir noktaya gelmeye başlayan Hatay, Türkiye'nin ve hatta dünyanın zigon ve orta sehpa üretim üssüyken, şehrin mobilya ihracatının yüzde 50'sini zigon ve orta sehpa oluşturuyor. Hatay şu an 50 ülkeye ihracat gerçekleştirse de, yeni dönemde ABD ve Avrupa pazarlarıyla bu sayıyı artırmak için hazırlıklarını tamamlıyor.









Bu ülkeyi kalpten kalbe, gönülden gönüle bağlayan yol
Turkcell kalitesiyle tam 27 yıldır



#ÇOK ÇEKİCİ



Kapsama, baz istasyonu ve coğrafi koşullara göre değişiklik gösterebilir. Detaylar turkcell.com.tr'de.

İKONİK TASARIMLARIN
TÜRK İMZALARI

TÜM DÜNYADA KABUL GÖREN VE ASLINDA SEKTÖR TARAFINDAN DA EN ÇOK TAKLİT EDİLEN İKONİK TASARIMLARIN GEÇTİĞİMİZ YÜZYILDAN GÜNÜMÜZE KADAR GELDİĞİ BİR GERÇEK. BAZI TASARIMLARIN İSİMLERİNİ BİLMESEK DE GÜNLÜK HAYATTA ONLARLA ÇOK KARŞILAŞIYORUZ. PEKİ, SİZCE DÜNYADA KABUL GÖRMÜŞ İKONİK TÜRK TASARIMLARI VAR MI?

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

Literatürdeki orijinal isimleriyle Wassily Chair, Eames Lounge Chair, Egg Chair, Arco Floor Lamp, Banker's Lamp ve Knoll Platner gibi ikonik tasarımlar, aslında birer antika değil, bugün bile kullanılan ya da çoğu tasarıma ana fikri vermiş olan fenomenler. İşin bir başka ilginç yanı, ismini geçirdiğimiz çoğu tasarım da genelde sandalye ya da aydınlatma üzerine şekilleniyor. Peki, Türk mobilya tasarımları arasında adını dünya literatürüne yazdırabilenler var mı? Aslında yok değil. Fakat yeterli sayıda olmadığı aşikar. Bu noktada daha çok Türk modern tasarımının öncülerinden tasarımcı, heykeltıraş ve ressam Sadi Öziş'in eserleri öne çıkıyor. 1950'lerde tasarlanan bu eserlerin, Neptün Öziş'in yeni yorumlarıyla dünyaca ünlü Alman mobilya üreticisi Walter Knoll'un koleksiyonuna dahil edlmesi Türkiye için bir ilkti.

01 OTTOMAN BENCH

Türk Tasarım Vakfı yetkililerinin Platin'e verdiği bilgilere göre dünya mobilya literatürüne doğrudan 'Ottoman Bench' ifadesiyle girmiş bir mobilya türümüz var. Bu tasarım, aslında pufa tekabül ediyor. Arkalıksız, döşemeli, rahatlık sağlamaya yönelik gündelik hayatta çok tercih edilen bir mobilya tipi.

ULUSLARARASI MOBİLYA LİTERATÜRÜNDEKİ SOFA VE DİVAN İFADELERİNİN DE BİZİM GELENEKSEL MEKANLARIMIZDA KULLANILAN DÖŞEME AĞIRLIKLI MOBİLYALARDAN TÜREDİĞİNİ BİLİYORUZ





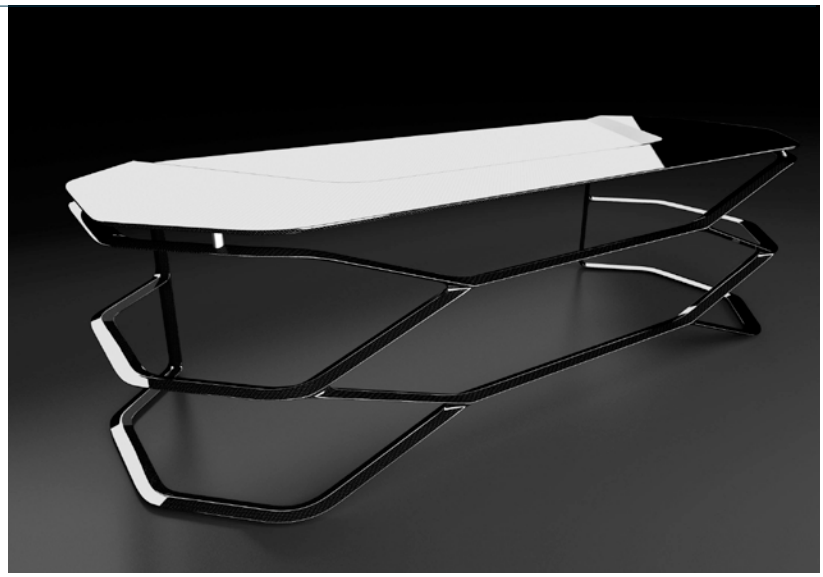
02 BURGAZ SANDALYE

Sadi Öziş ve oğlu Neptün Öziş tarafından tasarlanan Burgaz Sandalye; çizgi ve boşluğun ilişkisi, hafif görüntülü metal borular ve rahat oturma bölümünün birleşimiyle tasarlanmış bir fenomen. 1953'teki orijinal tasarımda kullanılan elektrik kabloları yerine yerleştirilen döşemeli oturma bölümü, günümüzün konforunu sağlıyor.



03 FLYING RUMI

Esin kaynağını semazenlerden alan bir sandalye olan Flying Rumi, kollarını açmış dönen semazenleri anımsatıyor. Flying Rumi, 1964 yılında Türkiye'nin ilk modern mobilyalarından biri olarak Sadi Öziş tarafından tasarlanmış ve o yıllarda prototip üretimi yapılmıştı. Neptün Öziş, ilk prototipin üretilmesinden 50 yıl sonra, Flying Rumi'yi bugünün şartlarında güncel malzemelerle geliştirerek, tasarımı döşemeli olarak yeniledi.



04 HEXA

Hexa, Nurus Mobilya'nın tasarladığı bir masa. Uluslararası platformlara katılmanın, tasarımlarıyla dünya piyasalarında rekabet etmenin önemini ve küresel temsil için gerekli bilgi, deneyim ve yaratıcılık gücüne sahip olduklarını gördüklerini ifade eden Nurus Yönetim Kurulu Üyesi ve Baş Tasarımcı Renan Gökyay, zamanın çok ötesinde tasarladıkları Hexa masanın da bu güçle ortaya çıktığını bize aktarıyor. Bu tasarımda materyal olarak karbon kullanılırken, Hexa'nın birden fazla Hollywood prodüksiyonunda yer alması da, bu tasarımın gücünü ortaya koyuyor.





05 FISHNET SANDALYE

Klasik bir tasarım olan Fishnet, sanatsal bir ivme ile Sadi Öziş tarafından tasarlandı. Sadi Öziş, 1959 yılında İkinci Dünya Savaşı sonrası Türkiye'de yaşanan malzeme yokluğu nedeniyle sanatsal dürtülerini kullanarak, bükülmüş inşaat demirlerinden oluşturulan bir iskeletin içerisine balık ağı örerek bu tasarımı ortaya çıkardı. Neptün Öziş tarafından geliştirilen yeni Fishnet Sandalye ise döşemeli oturma ve sırt bölümü ile ikonik cazibesini yansıtan bir hale bürünüyor.

MURAT YEŞİLDERE
murat.yesildere@platinonline.com



KÜRESEL MARKA YARATMAK: DİSİPLİN Mİ YARATICILIK MI?

İçinde olduğumuz salgın dönemi, Giorgio Armani'nin mobilya sektörüne giriş motivasyonunun ne kadar doğru olduğunu da bir kez daha kanıtladı. Armani, 'zihnine girdiği' müşterilerine mutlu ve rahat yaşayabilecekleri ortamları tasarlatabilmek için 'mobilyacı' olmuş. Bugün dünyanın her yerinde evlerinde 'kapalı' kalan insanlar, Armani'nin öngördüğü gibi iş ile özel hayatın arasında giderek görünmez hale gelen sınırları iyice ortadan kaldırarak 'yaşama alanlarını' genişletmenin peşinde...

MODA AKIMLARININ DIŞINA ÇIKTI

"Kendimi ifade etmektense dinlemeyi tercih ederim; ben bir gözlemciyim" cümlesini dünyanın en tanınmış markalarından birini yaratan Giorgio Armani'den duymak sizi şaşırtır mı? 86 yaşındaki iş insanı Armani, hayatını aşırılıkların dışında kalmaya ve zaman zaman da moda akımlarının tersine hareket etmeye adamış. Kadın ve erkek giyimi ile tanınan ve moda dünyasında imrenilen bir kariyer yapan Armani, son 20 yıldır tasarım, dekorasyon, mobilyanın yanı sıra turizm, eğlence ve yeme-içme sektörlerine de yatırım yaptı. İnsan anatomisine duyduğu hayranlıkla iki yıl tıp eğitimi alan Giorgio Armani, askerlik görevini ifa etmeden önce fotoğrafçılıkla uğraşmak için tıp eğitimini yarıda bırakmış. 1974'te ortağı ve hayat arkadaşı Sergio Galeotti ile erkek giyimi üzerine çalışmaya başlayan Giorgio Armani, hemen ardından kadın giyimine de yöneldi. Armani, Galeotti'nin 1985 yılında vefatının ardından, tek başına yoluna devam etti.

> MÜŞTERİLERİN KENDİLERİNİ NASIL İFADE ETMEK İSTEDİKLERİNİ HİSSETMELİSİNİZ

DETAYLARA YATIRIMLA GELEN BAŞARI

Armani; "Böyle bir işletmeyi yönetmek; bir bebeği büyütmeye benzer. Her detay önemlidir" diyerek en küçük detayı dahi ihmal etmeden işinin başında durdu. Sürdürülebilir başarısını, 'saplantı derecesindeki odaklanmaya ve detaylara hakim olmasına dayandırdığı için', kişisel disiplinini hâlâ devam ettiriyor. Dünyanın en önemli moda markalarından birinin yaratıcısı olan Armani; "Yaptığım işin yüzde 80'i disiplin, geriye kalan kısmı ise yaratıcılık" diyor. "Etrafımdaki insanlara güveniyorum ama en son kararı da ben vermeye devam ediyorum" diyen Giorgio Armani, 45 yıl sonra hâlâ yeterince delege edemediğinin, hatta zaman zaman 'odaklanmış, tekil bir vizyon yaratmak için bir nebze diktatörlük' yaptığının da farkında... Ancak geçen yıllarda sevdiklerine harcayamadığı zaman ve gezemediği, göremediği yerler için pişman da olsa, disiplininden taviz vermiyor. Giorgio Armani'nin fedakârlığı ve 45 yıllık mücadelesinin sonucu ise, küresel olarak 3 bine yakın satış noktasında, 7 bin çalışanı ile yılda 7 milyar dolar ciro yaratan bir moda imparatorluğu ve yaklaşık 8 milyar dolarlık kişisel servet.

MÜŞTERİNİN ZİHNİNE GİRMEK ŞART

Giorgio Armani, "Müşterilerin zihnine girip, nasıl yaşadıklarını anlamak gerek. Kim olmak istediklerini ve kendilerini nasıl ifade etmek istediklerini hissetmek şart" düşüncesi ile son 20 yıl içinde Armani Casa markası ile mobilya sektörüne de yatırım yapıyor. Modayı takip etmeyen, kendi vizyonunun ve fikirlerinin arkasından gitmekten çekinmeyen Armani, 'otantik olabilmenin' mücadelesini veriyor. Onbinlerce dolarlık dolapları, yatakları, sandalyeleri ve koltukları portföyüne dahil eden Armani Casa, grubun turizm ve eğlence sektöründe yaptığı otel, rezidans, restoran, gece kulübü yatırımlarında da mobilyaları ile yer alıyor.

Modayı takip etmeyen, kendi vizyonunun ve fikirlerinin arkasından gitmekten çekinmeyen Giorgio Armani, 'otantik olabilmenin' mücadelesini veriyor.

Keşfetmeye Bak

Yüzlerce kategori, milyonlarca ürün keşfetmen için seni bekliyor.
Şimdi sen de GittiGidiyor'la yepyeni dünyalar keşfetmeye bak!



gittigidiyor

ebay şirketidir

HEMEN İNDİR

Hemen indirin App Store

Hemen indirin Google play

AppGallery ile KEŞFEDİN

Yarına yatırım yapan kazanacak

MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN 2023 HEDEFLERİNE ULAŞABİLMESİ, GELECEK STRATEJİLERİNİN EFEKTİF BİÇİMDE KURGULANMASIYLA DOĞRU ORANTILI. TASARIM KÜLTÜRÜNE, MARKA ALGISINA, YENİLİKÇİ ÜRÜNLERE VE NİTELİKLİ İSTİHDAMA YATIRIM YAPAN MARKALAR, REKABETTE AÇIK ARA ÖNE GEÇECEK



ZİVELLA YÖNETİM KURULU BAŞKANI
ABDURRAHMAN UZUN

Bahar Selin Akgün / bahar.akgun@platinonline.com

Pandeminin etkisiyle 2020 yılında, dünyada ve Türkiye'de bir süreliğine de olsa ofislerin kapanması, uzaktan çalışma modelinin tercih edilmesi ve ardından hibrit çalışma tarzının hayatımıza girmesiyle ofis mobilyası sektörü de değişti. Tüm kuralların yeniden yazıldığı ve ihtiyaçların değiştiği bu dönem; çalışma koltuğu, çalışma masası ve izole ortamların ne kadar önemli olduğunu gösterdi. Evlerin çalışma ortamına dönmesi ile fonksiyonel mobilyalara yönelik talep arttı. Özellikle ofislerde izole ortamlar oluşturmaya yönelik tasarımlara odaklanıldı. Çalışma koltuğu ve masaları ev ortamına uygun hale getirildi. Fonksiyonel ofis mobilyası tasarımları ağırlık kazandı. Sağlıklı yaşamı destekleyen, izole ortamlar yaratan tasarımlar üzerinde çalışıyoruz. Tasarımlarımızda yer alan akustik kumaşlarla kaplı paneller sayesinde sessiz bir çalışma ortamı sunarken; fiziki izolasyon da sağlıyoruz.

İNSANA DEĞER VEREN TASARIMLARIN DÖNEMİ

Ev-ofislere yönelik tasarımların çeşitliliğini artıracağız. Yalın ve insana değer veren tasarım yaklaşımımızı, 2021'de de sürdüreceğiz. Geleneksel satış kanallarımızın yanı sıra bayi kanalında da büyümeyi planlıyoruz. E-ticaret platformlarındaki etkimizi ve çeşitliliğimizi de artıracağız. İş hedefimize uygun olarak start-up'ları ve genç tasarımcıları destekleyeceğiz. Satış sonrasındaki süreçlerimiz için de hızlı tüketimdeki dijitalleşme örneklerini sektörümüze uyarlamak için çalışıyoruz. Afrika ülkeleri ve İngiltere, pazar payımızı yükselttiğimiz ülkeler arasında yer alıyor. Şu an 37 ülkeye ihracat yapılıyor. Hedefimiz ise 45 ülkeye ihracat yapmak. Yurt dışı temsilcilik sayımızı da 10'dan 15'e çıkarmayı planlıyoruz.

MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİNE YÖN VERECEK 8 STRATEJİ

Mobilya Çalışma Grubu'nun belirlediği 2023 vizyonunu efektif bir şekilde hayata geçirmek için 9 maddeye yatırım yapılması gerekiyor:

01I Dijital dönüşüme uygun makine ve donanımın olduğu üretim sahaları artırılmalı.

02I Kaynakların etkin kullanılması için her türlü enerjinin verimli kullanılabileceği bir strateji benimsenmeli.

03I Daha rekabetçi olmak için tasarım odaklı yaklaşım sahiplenilmeli. Tasarım kültürü ile şirketlerin marka algıları geliştirilmeli.

04I Pazar beklentileri, değişen dünya düzenine uygun olarak analiz edilmeli ve ihtiyaca yönelik tasarımlar üretilmeli.

05I Daha kaliteli ürünlerin üretilmesi için nitelikli mesleki ve teknik eğitime sahip çalışanlar istihdam edilmeli.

06I Tedarik zincirinin bozulmasıyla ülkemize doğru kayan talebin kalıcı hale getirilmesi adına etkin çalışmalara imza atılmalı.

07I Fiyat, zaman ve kalite açısından Türkiye'yi tercih eden müşterilerin beklentilerini karşılayacak düzeyde ürün ve hizmet sunulmalı.

08I Yeni pazarlar keşfedilmeli.



“SAĞLIKLI YAŞAMI DESTEKLEYEN, İZOLE ORTAMLAR YARATAN TASARIMLAR ÜZERİNDE ÇALIŞIYORUZ. TASARIMLARIMIZDA YER ALAN AKUSTİK KUMAŞLARLA KAPLI PANELLER SAYESİNDE SESSİZ BİR ÇALIŞMA ORTAMI SUNARKEN; FİZİKİ İZOLASYON DA SAĞLIYORUZ”

>>


FATİH KIRAL

Kişiye özel tasarımlar yükselişe geçti

PANDEMİNİN ETKİSİYLE BİREYLERİN EVLERİNDE DAHA ÇOK VAKİT GEÇİRMEYE BAŞLAMALARI, KİŞİYE ÖZEL MOBİLYA TASARIMLARINI ARTIRDI. TASARIMLAR İSE KONFOR, GÜVENLİK, RAHATLIK VE FONKSİYONELLİK KRİTERLERİNE GÖRE ŞEKİLLENİYOR

Bahar Selin Akgün / bahar.akgun@platinonline.com

Fatih Kıral Mobilya olarak büyük bir açılım ve atılımın eşiğindeyiz... Sahip olduğumuz fabrikada son teknolojiyle üretim çalışmalarını hızlandırmak için Ar-Ge çalışmalarına hız verdik. Yetiştirdiğimiz ustalar ve el işçiliğiyle ortaya çıkardıkları tasarımlar sayesinde kişiye özel üretilen mobilyaları daha geniş kitlelere ve dünyanın dört bir yanına tanıtma hedefiyle hareket ediyoruz. Fatih Kıral olarak en büyük farkımız da bu... Geleneksel usta-çırak ilişkisinin hakim olduğu, fabrikasyon olmayan ve el işçiliğiyle kişiye özel tasarlanıp üretilen mobilyalar. Birleşik Arap Emirlikleri'nde hayata geçirdiğimiz 20 ayrı proje, uygulama sonrasında büyük takdir ve beğeniyle karşılanınca, ortaklık ve iş teklifleri de almaya başladık. Bugün Azerbaycan, Orta Doğu ülkeleri, Katar; BAE ve Dubai de dahil pek çok ülke ile çalışıyoruz. Fatih Kıral Mobilya artık yeni inşa edilen bir dairenin yaşam alanlarındaki her tür mobilyayı tasarlıyor ki buna mutfaklar da dahil. Şu an bünyemizde 250 kişi çalışıyor. Bu sayının önümüzdeki dönemde yüzde 20 oranında artmasını bekliyoruz. 2022 yılı sonuna kadar 10 mağaza daha açmayı hedefliyoruz.

YENİ TASARIM KODU: RAHATLIK

Son yıllarda artan teknoloji ve sosyal medya kullanımı, iç dekorasyonda uluslararası trend ve stilleri hızlı ve kolay bir şekilde bilmemizi sağlıyor. 2020'de hayatımıza giren Covid-19 pandemisi ile birlikte insanlar evleri ile daha çok ilgilenmeye başladı. Bireylerin evlerinde geçirdikleri uzun zaman, rahatlık ihtiyacını artırdı. Bu nedenle mobilya tasarım vizyonu konfor, güvenlik, rahatlık ve fonksiyonellik gibi değerleri ön plana çıkardı. Yaşamlar alanları her zamankinden daha fazla bir araya gelmek, dinlenmek veya home ofis çalışmak için uygun ortamlar haline getiriliyor.

>>

KUR RİSKİNİ YÖNETMENİN EN RİSKSİZ HALİ

Şirketlerin kur risklerini daha rekabetçi, güvenli ve şeffaf bir platformda yönetmelerine imkân sağlayan Borsa İstanbul Vadeli İşlem ve Opsiyon Piyasası'na gelin, Merkezi Karşı Taraf güvencesi altında risklerinizi yönetin.



www.borsaistanbul.com

/ borsaistanbul

BORSA İSTANBUL

Dijital dönüşüm, ofis tasarımlarını etkileyecek

AR-GE, MOBİLYA VE TASARIM SEKTÖRÜNDEKİ İVMEYİ ARTIRAN EN BÜYÜK GÜÇLERDEN... TEKNOLOJİ ÜRETME HAKİMİYETİNE YANİ BİLİMSEL BİLGİ GÜCÜNE SAHİPSENİZ, TASARIMDA İNOVASYON BAŞARISI GÖSTEREBİLİRSİNİZ. HER BAŞARI İTİCİ BİR GÜÇ, YENİ BİR FİKİR VE CANLI BİR MOTİVASYON OLARAK YENİ BAŞARILARI TETİKLER

Mustafa Gündoğdu /mustafa.gundogdu@platinonline.com

Mobilya, Türk ekonomisinin ihracat fazlası veren sektörleri arasında yer alıyor. Bu yükselişte teknoloji hakimiyetine sahip, tasarım ve marka yönetiminin önemini kavrayan üreticilerin payı büyük. Türkiye'nin, konumu gereği üst düzey segment mobilya üretimi konusunda cazibe merkezi olarak kalmaya devam edeceği düşüncesindeyiz. Bu sektörün kendini güncel tutmaya, hatta modernize ederek rekabeti artırmaya ihtiyacı var.

OFİSLER, SAĞLIK MERKEZLİ DEĞİŞİM YAŞAYACAK

Değişen çalışma şekilleriyle ofis yapıları da değişti. Esnek çalışma modellerinin uygulanmasıyla mekanlar da mobiliteye imkan veren, esnek çalışma şekillerini destekleyen, dolayısıyla teknolojiyi, akıllı mobilyaları barındıran, sosyalleşmeye ve iyi olma haline önem veren yapılar haline gelecek. İstanbul Levent'te bulunan Han Spaces, bunun en güzel örneklerinden biri. Dijital dönüşümün 2021 yılında ofis tasarımlarını da büyük ölçekte etkileyeceğini göreceğiz. Uzaktan toplantılar ve mobil çalışan sayısının artacağı, bir odayı ve hatta mobilyanın da rezerve edilebileceği teknolojiler kullanılacağı için tüm şirketler de zorunlu olarak bu dijital dönüşümü gerçekleştirmek ve bunu ofis tasarımlarına yansıtmak durumunda kalacak.
2021'de ofis tasarımlarında daha sağlıklı malzemeleri, antibakteriyel, antiviral kumaşları veya yüzeyleri daha çok konuşacağız. Yeni normlara uygun tasarlanmış alanlar ön planda olacak.

2021 SIÇRAMA YILI

Türkiye'nin ofis mobilyaları alanında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından akredite ilk Ar-Ge merkezini Nurus kurdu. Ar-Ge payımız da sektör ortalamalarının üzerinde... Akustik teknolojileri, mekatronik sistemler, ileri imalat tekniklerinin uygulamaları ve malzeme teknolojileri üzerine Ar-Ge yapıyoruz. Ar-Ge merkezimizde mikron altı hassas işleme tezgahları da tasarlıyoruz, nanoteknolojinin kullanıldığı havacılık kimyasalları da geliştiriyoruz. 5G altyapısını otonom sistem ile genişletmeye kafa yorarken; bir taraftan da uçak koltuğu tasarlıyor ve kompozit araştırmaları yapıyoruz.
Nurus olarak iç tedarik prensipleri ile çalışıyoruz. Aksesuar ve levha, kaplama gibi girdiler haricinde neredeyse her şeyi biz üretiyoruz. Bu da bizi çok güçlü kılıyor. Hammadde tedarikçilerimizin de desteğiyle 2020 yılını iyi geçirdik. 2021'in ülkemiz için bir sıçrama yılı olacağını düşünüyorum. Özellikle sektörümüzün çok gelişeceği kanaatindeyim.



"2021'İN ÜLKEMİZ İÇİN BİR SIÇRAMA YILI OLACAĞINI DÜŞÜNÜYORUM. ÖZELLİKLE SEKTÖRÜMÜZÜN ÇOK GELİŞECEĞİ KANAATİNDEYİM"

>>



"EVDEN ÇALIŞMA SÜRECİYLE BİRLİKTE ONLINE MAĞAZAMIZIN SATIŞLARI OLDUKÇA ARTTI. KURUMSAL ŞİRKETLER ÇALIŞANLARINA EVDE RAHAT ÇALIŞABİLMELERİ İÇİN ÇALIŞMA KOLTUKLARINI VE ÇALIŞMA MASALARINI BİZDEN ALMAYI TERCİH ETTİ"


KELEBEK

Sektör, doğrudan 500 bin dolaylı 1 milyon istihdam sağlıyor

MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN 2021 YILI İHRACAT HEDEFİ 4 MİLYAR DOLAR. BU HEDEFE ULAŞMAK İÇİN SEKTÖR OLARAK ÇALIŞIYORUZ

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

Bugün için Türkiye'nin hemen her bölgesinde üretim yapılmasının yanı sıra ihracat ağıyla da kendi alanında farkını ve gücünü ortaya koyan sektör, Türkiye'de 36 bin üretici, 50 bin mağaza, doğrudan 500 bin, dolaylı 1 milyon istihdam sağlıyor. Mobilya sektörünün 2021 yılı ihracat hedefi 4 milyar dolar. Bu hedefe ulaşmak için sektör olarak çalışıyoruz. Kelebek Mobiya olarak yurt dışı pazarlarına her zaman önem verdik. Yurt içinde olduğu gibi yurt dışında da konsept mağazalar ile büyüme planımız var. 2021 yılında 14 yeni satış noktası açmayı hedefliyoruz. Libya, K. Irak, Fildişi Sahili, Katar, Fas, Rusya, Özbekistan, Kazakistan, Avusturalya, İngiltere, Romanya, Kanada, Sırbistan ve Fransa hedeflediğimiz pazarlar arasında yer alıyor.

2021 yılına geride bıraktığımız yıla göre daha pozitif baktığımızı söyleyebilirim. Belirlediğimiz strateji çerçevesinde sürdürülebilir şekilde çalışmalarımızı devam ediyor; her senenin sonunda şirketin büyüme oranlarında planladığımız hedeflerimize ulaşabilmek için çalışıyoruz. 2021 yılında yurt içinde 35 adet mağaza açmayı, yurt dışında 11 ülkeye giriş yapmayı hedefliyoruz. Dünya genelinde bilinirlilik kazanma idealimize; ihracatımıza, e-ticaretimize, teknolojik altyapımıza verdiğimiz hassasiyetlerle ulaşacağımıza, sektörümüzde öne çıkan isimlerden olmaya devam edeceğimize inanıyoruz. Bugün yurt içinde 150'nin üzerinde mağazamız mevcut. 32 ülkeye de ihracat yapıyoruz.

DÜNYA MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN EN BÜYÜK SEKİZİNCİ İHRACATÇISI OLAN TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜ, YAYGIN ÜRETİM VE SATIŞ AĞI İLE HER YIL SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR ŞEKİLDE BÜYÜYOR



TÜRKİYE®
İTİBAR
ENDEKSİ

Yıldız Teknik Üniversitesi ve Bursa Teknik Üniversitesi'nin destekleriyle
Türkiye İtibar Akademisi tarafından hazırlanan Türkiye İtibar Endeksi'ne göre

KARGO SEKTÖRÜNÜN EN İTİBARLI MARKASI

yurtiçikargo
Söz verdiğimiz gibi

444 99 99
alo yurtiçikargo

/yurticikargo /yurticikargo /yurticikargo /yurticikargoservis

www.yurticikargo.com

NURİ GÜRCAN
MOBİLYA SANAYİ İŞ ADAMLARI DERNEĞİ (MOBSAD) BAŞKANI



TÜRK MOBİLYASI, 'YDLM' İLE ABD PAZARININ YILDIZI OLACAK

Türkiye'nin önemli sivil toplum kuruluşlarının ve kurumlarının ABD ile ticaret hacminin 100 milyar dolar olması için başlattığı ihracat çalışmasında yer alan sektörlerden biri de mobilya... ABD'nin yıllık mobilya ithalatı 60 milyar dolar. Türk mobilya sektörü ise 2020 gibi bir yılda ABD'ye yaklaşık 200 milyon dolarlık ihracat yaptı. Bu rakamı çok rahat katlayarak artırabiliriz.

ABD'de yılda ortalama 5.7 milyon adet konut satılıyor ve bu da ABD pazarını özel kılıyor. TİM'in verdiği bilgilere göre 2020 yılında sektörümüzün aynı pazar payı Delaware eyaletinde yüzde 11, Missouri'de yüzde 5,4, New Jersey'de yüzde 1,7, Washington'da ise yüzde 1,4 seviyesinde. Amacımız Yurt Dışı Lojistik Merkezleri (YDLM) üzerinden buradaki paylarımızı artırabilmek. Projenin amacı lojistik kolaylığı sağlamak, sektörde birlik yaratarak maliyetleri aşağıya çekebilmek.

AVANTAJLARI NELER?

YDML projesi ile bilişim dahil yatırım, ruhsat ve izin giderlerinin önemli bir kısmı devlet tarafından karşılanıyor. Kira, komisyon ve kullanım giderleri, reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, danışmanlık hizmeti alımına yönelik giderleri ve istihdam harcamaları, kullanıcıların gümrükleme, envanter yönetimi, depolama gibi lojistik giderleri için destekler sunuluyor. Devlet beş yıl boyunca bahsettiğimiz konularda belli oranlarda destek sunuyor. Yani kısacası rakiplerimize göre birkaç adım önde olabileceğiz.

> YDML'NİN AMACI LOJİSTİK KOLAYLIĞI SAĞLAMAK, SEKTÖRDE BİRLİK YARATARAK MALİYETLERİ AŞAĞIYA ÇEKEBİLMEK

Bu açıdan biz mobilyacılar olarak dünyanın en önemli noktalarında bulunuyoruz. YDML, bizim mevcut ihracatımızı artırmak adına, sektörümüze güç katacaktır. Özellikle bu merkezlerin Uzakdoğu ve ABD kısmı bizim için büyük önem teşkil ediyor.

KİLO BAŞINA DEĞERİ 20 $

ABD pazarını sadece tek bir pazar olarak düşünmemek gerekiyor. Burası bizim diğer hedef pazarlara ulaşmamız adına da önem taşıyor. Nedir bu? Dizi ihracatı nedeniyle hareketlenen Latin pazarına ulaşmamız adına ABD'de yer almamız lojistik rahatlık adına bize kolaylık sağlayacaktır. Bunun dışında Türk mobilyasını alabilecek alım gücü yüksek bir kitle var ve o kesime ulaşmamız gerekiyor. Öte yandan ABD pazarına ihracatımızın kilogram başına yaklaşık 5 dolar olması, bu pazarı daha niş kılıyor ki, MOBSAD üyelerinin her biri kilogram başına en az 20 dolar ihracat gerçekleştiriyorlar. Aslına bakılırsa mobilya sektörü yaklaşık 200 noktaya ihracat gerçekleştiriyor. Bu anlamda müteşebbis sektörüz. Bizim son zamanlarda üzerinde durduğumuz pazar ABD'ydi. Bunun en büyük nedeni katma değeri yüksek bir pazar olması ve 100 milyar dolarlık ticaret anlaşmasında mobilya için özel bir yer ayrılmasıydı.

İHRACAT YDML İLE HIZLANACAK

2020 yılında hedefimiz, 4.5 milyar dolar ihracat rakamını yakalayabilmekti. Pandemi beklentilerimizi bir yıl geriye itti. 2021 yılında 4.5-5 milyar dolarlık bir ihracat yakalamayı hedefliyoruz ki, ilk çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre yaklaşık 30'luk bir artış yakaladık. 2023 yılı hedefimiz ise 10 milyar dolar ihracat gerçekleştirebilmek. Tabii ki YDML'lerle ihracatta yeni bir boyuta geçeceğiz. Dolayısıyla bu proje, hedeflerimizin tutması açısından önemli.

Mobilyacılar olarak Yurt Dışı Lojistik Merkezleri (YDLM) ile dünyanın önemli noktalarında Türk mobilya satışlarını artırmak için kollarımızı sıvadık. YDLM ile özellikle ABD pazarı ön plana çıkarken, Avrupa ve Uzakdoğu'da gerçekleştireceğimiz ihracatla 2023 yılında 10 milyar dolarlık hedefimizi tutturabilmek için çalışacağız.

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

"MÜŞTERİLERİMİZİ, KARŞILIĞINI UZUN DÖNEMDE ALACAKLARI TASARIMLARA TEŞVİK EDİYORUZ"

MOBİLYA VE TASARIM KONUSUNDAKİ TÜM GLOBAL YENİLİKLERİN TÜRKİYE'YE AKTARILMASI KONUSUNDA KÖPRÜ GÖREVİNİ ÜSTLENEN BMS DESIGN CENTER, ETİLER'DEKİ MAĞAZASINDA FARKLI OFİS SENARYOLARINI İÇEREN BİN METREKARELİK BİR ALAN YARATTI. BMS DESIGN CENTER CEO'SU NESLİHAN IŞIK, PANDEMİ SONRASI HEDEFLERİNİ PLATİN'E ANLATTI

Melih Kocagil / melih.kocagil@platinonline.com

Türkiye'de BMS Design Center olarak ergonomik çalışma alanları yaratıyorsunuz. Covid-19, ofis mobilyası tercihlerinde şirketleri nasıl etkiledi?
Herman Miller, Amerika ve Avrupa'da Covid-19 ile gelen yeni iş düzeni için uzaktan çalışma alışkanlıklarımızı, ofis ihtiyaçlarımızı ve verimli çalışma için araçlarımızı içeren araştırmalar gerçekleştirdi. Uzmanların raporlarına göre çalışanlar, ofise döndüklerinde mekan ihtiyaçları için 3 temel alan öne çıkıyor: Takım çalışması alanları, sosyal alanlar ve konsantre çalışma alanları... Çevrimiçi toplantılarla kişisel ve sessiz alanlara ihtiyaç oldu. Hem çevrimçi hem de ekibin bir araya geldiği, teknolojinin buluşturduğu uzun süren toplantılar artmaya başladı. Herhangi farklı bir ülke ve şehirde gerçekleşen kurumsal eğitimler, lansmanlar veya yıl sonu değerlendirmeleri gibi 60 dakikayı aşan toplantılar artık online olarak gerçekleşiyor. Şirketler, bu yeni sistemde teknolojik altyapıya, güvenli havalandırılmış alanlara, sınırlar belirleyen çalışma masalarına, aksesuarlarına ve uzun saatler oturulduğu için ergonomik koltuklara yatırım yaptılar. Pandemi bir gün sona erecek. Bizlerde yarattığı alışkanlıklar ve etkileri çalışma düzeninde kalıcı olacak gibi görünüyor. Bu nedenle ofis mobilyasına yatırım yapacak müşterilerimizi, karşılığını uzun dönemde alabilecekleri ergonomik, fonksiyonel ve kullanışlı tasarımlara teşvik ediyoruz.



BMS DESIGN CENTER CEO'SU **NESLİHAN IŞIK**

• Uzaktan çalışma sürecinin hem dünyada hem de Türkiye'de çalışanları nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?
Pandemi öncesinde Türkiye'de teknoloji ve yazılım odaklı girişimci ve global markaların temsilcisi olan müşterilerimizin birçoğu şirket kültürlerine 'agile & hibrit' ofis sistemi olan, 'dilediğin yerden çalış modeli'ni eklemişlerdi. Çalışan sayısının, niteliğinin ve kullanım alanlarının revize edildiği yeni şirket kültürleri başlamıştı. Yöneticilerin bu sistemi tercih etmeleri bulaşıcı hastalık ile ilgili güvenlik amaçlı değildi. Zamandan tasarruf etmek ve çalışanların verimini yükseltmek hedefleniyordu. Uzaktan çalışanlar iyi bir programlama ile işlerini yürütürken, ofise ihtiyaçları olduğu anda konforlu, konsantre ve takım çalışması yapabilecekleri ofislere

"ŞİRKETLERDE VERİMLİ VE SAĞLIKLI ÇALIŞMA ORTAMI YARATILMASI ÖNCELLİĞİMİZ. 100 YILINI AŞAN HERMAN MILLER GÜVENCESİYLE SÜRDÜRÜLEBİLİR, ERGONOMİK, BEŞİKTEN BEŞİĞE SERTİFİKALI, ÇEVRECİ VE UZUN ÖMÜRLÜ (MAX.12 YIL) TASARIMLAR İLE MÜŞTERİLERİMİZE TÜRKİYE'DE YARDIMCI OLUYORUZ"



"KOLAY TAŞINABİLEN 'KİVO' AKUSTİK PARAVAN SES YALITIMI VE MEKAN BÖLEBİLİR, ERGONOMİK SETU TOPLANTI & CAPER BREAKOUT KOLTUKLARI İLE STRESSİZ ÇALIŞMA ORTAMI YARATABİLİRSİNİZ"

sahip olduklarını biliyorlardı. Fakat eve kapanma kısıtlamalarında, çalışanlarda ofis konforuna, takım çalışmasına özlem ve ihtiyaçları olduğu gözlemlendi. Pandemi ile birlikte çalışanların, sınırları belirleyen masalara, dijital toplantıların artışı nedeni ile ses yalıtımlı alanlara veya Kivo gibi paravanlara yönelik talepleri oldu. BMS Design Center olarak verimli ve sağlıklı çalışma ortamı yaratılmasına kaliteli, uzun ömürlü, ergonomik ve çevreci tasarımlar ile yardımcı oluyoruz.

• BMS Design Center ofis mobilyasında Herman Miller tasarımlarına yatırım yapan şirketlere ne gibi avantajlar sunuyor?
'Wellbeing in working places' Herman Miller ile özellikle oturarak çalışanların ofiste, evde ve her yerde üretken ve sağlıklı kalmalarına yardımcı olacak içgörüler, tasarımlar ve hizmetler sunuyoruz. Herman Miller ofis sistemlerine ve çalışma koltuklarına yapılan yatırımın karşılığını uzun vadede şirket alıyor, şirket sermayesine yapılan stratejide değer/fayda endeksini yükseltiyor. İster iş yerinizi yeni düzende dönüştürmeye başlıyor olun, ister mevcut düzeni koruyarak verimi artırmayı hedefleyin... Çalışanın beden ve ruhsal sağlığını destekleyen sürdürülebilir, çevreci ve ergonomik tasarımlar ile hayat ve iş yapma kalitesinin artırılmasına destek oluyoruz.

• Evden çalışanlara hangi konseptlerde hizmet veriliyor?
Herman Miller, çevreci tasarım ve ergonomik çözümler vurgusuyla ürettiği çalışma koltuklarına 'performans koltukları' diyor. Çünkü yüksek kalite ve teknoloji kullanıcısının tüm hareket performanslarına cevap verebiliyor, çalışan kişiyi yormuyor ve stresten uzak tutuyor. Müşterilerimiz için iş hayatının stresinden uzaklaştıran verimli çalışma ve yaşam alanları yaratmayı pandemi sonrasında daha çok önemsiyoruz. Bu nedenle Etiler'deki mağazamızda farklı ofis senaryolarını içeren bin metrekarelik bir alan yarattık, müşterilerimiz kendilerine en uygun çalışma masasını, ekran kollarını, koltuğu veya aydınlatmayı deneyerek alabiliyor. Ayrıca performans koltuklarını, shop.bms.com.tr adresinden tüm Türkiye'de satışa sunduk.



COSM ERGONOMİK PERFORMANS KOLTUKLARI



AERON ÇALIŞMA KOLTUĞU

“SADELEŞİYORUZ”

“DOĞANIN MATERYALİNİN VE DOKULARININ, SEÇİLEN RENKLERİN BİRBİRİ İÇİNDEKİ UYUMUNUN BİZİ KARŞILADIĞI MEKANLARLA ARTIK DAHA SIK KARŞILAŞIYORUZ” DİYEN DK MİMARLIK KURUCUSU İÇ MİMAR DİLEK KARAMAN, OFİS TRENDLERİNİ VE SON DÖNEMİN BELİRLEYİCİ UNSURU OLAN ‘DOĞAYA DÖNÜŞ’ KONSEPTİNİ ANLATIYOR

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

Ofislerin işlevsel hale getirilmesi için ne gibi uygulamalar ön plana çıkıyor?

Hepimiz rahat ve davetkar bir atmosferde olmanın, genel ruh halimiz ve verimliliğimiz üzerinde çok büyük bir rol oynadığını biliyoruz. Ancak, iyi tasarlanmış bir ofis dekorasyonunun işinizin başarısını etkileyebileceğini biliyor muydunuz? En verimli ofisler, ev konforunu profesyonel bir işletme imajıyla dengeler. Yaşam ve ilham dolu şık bir ortam, ekip üyelerinizin gelişmesi için mutlu ve sağlıklı bir çalışma ortamı yaratır. Ofis tasarım fikirleriniz, iş yerinde herkesin kendilerini harika hissetmesini sağlayacak şekilde şirketinizin değerlerini içermelidir. Ofis tasarımlarında; bilginin, deneyimin, teknolojinin paylaşıldığı sosyal alanlar oldukça artırıldı. Daha fazla ortak gelişim mekanı ve motive edici alanlar oluşmaya, gelişmeye başlandı.

OFİS TASARIMI İPUÇLARI

- Estetik, kalıcı mobilyalar alın. Uzun yıllar modası geçmeyecek olan ürünleri tercih ederseniz, sık sık ofisinizi yenilemek zorunda kalmazsınız.
- Mobilyaların fonksiyonel olmasına özen gösterin.
- Şık, stil sahibi bir tarzı yakalamaya çalışın. Mimarlık ofislerinden bu konuda destek alın.
- Doğal kumaşlar ve organik tekstil ürünleri, bir ofisi ciddi ve şık göstermek için birebirdir. Ayrıca böyle bir tercihle doğaya olan sorumluluğunuzu da yerine getirmiş olursunuz.
- Altın, bronz, pirinç gibi tonları musluk, kapı kolu gibi aksamlar da kullanabilirsiniz. Bu tonlar, ofisinize aristoktatik bir dokunuş katacak.
- Ofisinizde, iş yerinize özel olarak tasarlanmış ve üretilmiş seramik panolar da kullanabilirsiniz. Bulunduğunuz şehirde mutlaka bir seramik atölyesi vardır. Araştırın.
- Beton, cam ve ahşabın bir arada kullanımı her zaman dikkat çekmeye devam edecek.
- Modüler mobilyalar tercih edin, böylelikle ihtiyacınıza göre değişiklikler yapabilirsiniz.
- Duvarlarda doğal kaplamalı malzemeler kullanarak doğanın



DK MİMARLIK KURUCUSU İÇ MİMAR **DİLEK KARAMAN**

“VİLLA TASARIMI, OFİS TASARIMI, MALİKANE TASARIMI, KAFE TASARIMI VE OTEL TASARIMI ÇALIŞMA ALANLARIMIZIN İÇİNDE YER ALIYOR. ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMDE YURT DIŞI PROJELERE İMZA ATMAYI HEDEFLİYORUM”





enerjisini yaşam alanlarınızda hissedin.

• Yine zemin kaplamalarınızda doğal malzemeler tercih edin.

• Doğru ışık tercih edin. Gün ışığı tonlarındaki ışık tercihleri, doğal ışığa daha yakın olduğu için enerjinizi artıracak.

• Enerjik renkleri doğru alanlarda doğru miktarda kullanın. Bu dinamiğinizi her zaman koruyacak.

• Tablo ve bitki gibi dekoratif dokunuşlar ile çalışma alanlarınızın görsel etkisini ve enerjisini artırın.

"İHTİŞAM VE GÖSTERİŞTEN UZAK DETAYLAR İLE ÖNE ÇIKAN DEKORASYONLAR TERCİH EDİLMEYE BAŞLANDI"

• Tasarım açısından nasıl trendler öne çıkıyor? Sizin tasarımsal tercihleriniz nasıl şekilleniyor?

Doğaya ve doğallığa dönüş... Sadeleşiyoruz. Tasarımın çalışma disiplini ve tasarıma yaklaşma biçimi, genel olarak tasarımda buluştuğumuz trendin parçası olduğumuz doğanın materyal ve dokularının, seçilen renklerin birbiri içindeki uyumunun bizi karşıladığı mekanlarla artık daha sık karşılaşıyoruz diyebiliriz. Yaşam alanlarımızda daha fazla zaman geçirdiğimiz ve işlerimizi evlere taşıdığımız pandemi sürecinde kendimize ait alanlar oluşturmak, mevcuttaki alanları ise iyileştirmek ve yeniden tasarım yapmak isteği öncelik kazandı. İhtiyaca yönelik, konforun ön planda olduğu ve iç dünyamıza iyi gelen, bizi yansıtan mekanların önem kazandığı, ihtişam ve gösterişten uzak detaylar ile öne çıkan dekorasyonalar tercih edilmeye başlandı.

"DOĞAYA OLAN ÖZLEM ARTIYOR"

• Biyofili akımından ve yansımalarından söz edebilir misiniz? Bu akım ülkemizde ne düzeyde ilgi görüyor?

Her geçen gün doğaya olan özlem artıyor. Tasarım dünyasının bu ihtiyacın farkındalığı ile geliştirdiği biyofilik tasarımlar ise insanı doğaya yaklaştırıyor. Doğa ile entegre biyofilik tasarımlar sayesinde insan zihni ile doğa yeniden bir araya geliyor. Bu tasarımlar, insan sağlığını korumak ve insan ruhunu beslemek için geliştirilen; doğal sistemleri insan yaşamıyla uyumlu hale getiren dekorasyonlar olarak biliniyor. Bu yönüyle çevreci duyguların pekiştirilmesini sağlarken yaşam standartlarını da yükseltiyor. Ev, ofis ve benzer pek çok yaşam alanında yeşilin farklı tonları tasarımlara ve dekorasyon anlayışına yansıyor. İnsan motivasyonu ve oksijen ihtiyacının büyük bir gereksinim olduğu ofis alanlarında ise yaygın bir biçimde tercih ediliyor. Biyofilik ofis tasarımlarında, ofis içerisinde uygun olan tüm boşlukları yeşil bitkilerle donatmak ve biyofilik dizayn yapmak mümkün... Bu tasarım sisteminde yalnızca çalışanlar değil, ofisin potansiyel müşteri ve ziyaretçileri de olumlu etkiler kazanıyor. İnsan yaşamının var olduğu tüm alanlarda güvenle uygulanabilen biyofilik tasarım; evinizin farklı odalarında, geniş alanlara sahip alışveriş merkezlerinde ve benzer pek çok alanda yeşilin ve kent yaşamının etkileyici birlikteliği ile huzur yaratıyor. Yapılan araştırmalar biyofili akımının hastalar üzerindeki pozitif etkilerine değiniyor. Bu açıdan bakıldığında, 2020-2021 sezonunda bizi bekleyen renklerin toprak ve yeryüzü tonları olduğunu söyleyebiliriz. Tasarımda tercih edilen renkler, dokular, ışık renkleri, canlı bitkiler ve hayvanların yaşam alanlarına dahil olması insanların doğaya kaçış arzusunu bir nebze olsun hafifletiyor. Kütük ve masiften esinlenen şık tasarımlar ile iç mekan bitkileri kombinlenerek doğayla uyumlu yaşam alanları yaratılıyor. Duvarlardaki küçük rafları canlı bitkilerle doldurmak ve aralarına kitaplar yerleştirmek bohem bir görüntü sunuyor. Eve alınabilecek bir akvaryum sayesinde su sesi ve görüntüsü yaşam alanlarına taşınmış oluyor.

• Mobilya seçimi tercihlerinizde belirleyici kriterler neler?

Yapmış olduğum tasarımlarda, mobilya seçimlerinde mevcut alandaki altın oran dengesi benim için önemlidir. Ürünlerin aynı mekanın içinde birbirlerini hem boyut olarak hem de renk olarak rahatsız etmeyeceği tercihlerde bulunuyorum. Estetik kaçınılmaz olarak çok önemli. Ama, fonksiyonelliğin olmadığı yerde görsellik önemli değil. Bu yüzden bir tasarımı ele alırken mekanı maksimum şekilde yormadan her alanını kullanışlı kılmak sonra bu fonksiyonelliğin üzerine tasarımı giydirmek dersem, tasarıma yaklaşım dilimi daha doğru ifade etmiş sayılırım. Mekandaki tasarımı bir bütün olarak ele alırsak, bu dengenin her bir ürün arasındaki ilişkisi çok önemlidir.


TRENDYOL

TASARIMSAL SORUNLARA, EFEKTİF YANITLAR VERİLMELİ

PANDEMİ SÜRECİYLE ÖNE ÇIKAN EN ÖNEMLİ KONULARDAN BİRİ, ÇALIŞMA ALANLARININ NASIL ŞEKİLLENECEĞİ... TASARIMDAKİ TEMEL SORU İSE HANGİ EĞİLİMLERİN YÜKSELİŞTE VEYA AZALMAKTA OLDUĞU DEĞİL, GÖRÜNÜŞTE ÇELİŞEN KRİTERLERİN NASIL DENGELENECEĞİ İLE İLGİLİ OLACAK. YANİ SİNERJİ YARATAN, DİNAMİK VE ÇALIŞANLARIN MUTLU OLACAĞI BİR OFİS TASARLARKEN, 'EKİPLERİN SOSYAL MESAFELERİNİ NASIL KORUYACAKSINIZ?' SORUSUNUN YANITI DA TASARIMCI TARAFINDAN BULUNMALI...

HASAN ÇALIŞLAR & KEREM ERGİNOĞLU / Erginoğlu & Çalışlar Kurucu Ortakları
kerem@ecarch.com
hasanc@ecarch.com

Mimari, hayatla birlikte değişen ve dönüşen bir disiplin. Tarihte mimariyi şekillendiren en önemli unsurlardan birinin, salgın hastalıklar olduğunu görüyoruz. Kolera salgını, İspanyol gribi gibi salgınların görüldüğü yıllarda sıhhi tesisat, kanalizasyon, binalarda doğal aydınlatma ve havalandırma kullanımı gibi bazı standartların uygulanmaya başlandığını biliyoruz. Hayatlarımıza ansızın giren bir virüs, bizi tasarım ve mimarinin yeni bir kavşağına getirdi. Aylarca evde kalma kolektif deneyimimiz, virüsün yayılma hızı, şekli ve korkutuculuğu mimarinin yakın geleceğini elbette çok etkiledi. Etkilenen en önemli konulardan biri de çalışma mekanları tasarımı oldu.

TEKNOLOJİNİN BİÇİMLENDİRDİĞİ TASARIM ANLAYIŞI

Ofis tasarımının tarihine baktığımızda, ofis mimarisini şekillendiren kriterlerin de zaman içinde farklılaştığını görüyoruz. İnsan kaynağının öneminin henüz tam olarak anlaşılamadığı yıllardaki hiyerarşi ve denetime dayalı 'Taylorist' ofislerden kişiselleştirme ve mahremiyetin önem kazandığı 'Herman Miller-Action Office'lere ve ardından hemen her yerde karşımıza çıkmış 'Cubicle'lara kadar... 2000'lerin başından beri ise özellikle teknolojinin biçimlendirdiği ve yön verdiği bir tasarım anlayışı hakim olmaya başladı. Yoğunlukla kullanmaya başladığımız bilgisayarlar, sonrasında internet teknolojileri, tabletler ve akıllı telefonlar sayesinde çalışma şekilleri ve modelleri zaten çok farklılaşmıştı. Bu yenilikler, çalışanların istek ve beklentileri ile birleşince ofis tasarımlarında da birçok değişiklik yaşandı. Çalışan mutluluğunun iş verimine olumlu yansımaları ve çalışma ortamının tüm paydaşlar ve itibar üzerindeki etkileri de netleşince, ofis tasarımları bambaşka bir boyut kazandı.

OFİSLER DÜNDEN BUGÜNE NASIL FARKLILAŞTI?



01I AÇIK OFİSLERDE DAHA İNTERAKTİF BİR ŞEKİLDE ÇALIŞILABİLEN ESNEK VE DİNAMİK BİR YAPI GELİŞTİRİLDİ



02I YARATICILIĞI VE VERİMİ GELİŞTİRECEK TASARIMLAR ÖN PLANA ÇIKTI



03I İNSANLARIN BİR ARAYA GELECEĞİ, SİNERJİ YARATACAK SOSYAL ALANLAR YARATILDI



04I ORTAK ÇALIŞMAYA DAYALI İŞ BİRLİKÇİ ÇALIŞMA METODLARINI TEŞVİK EDEN, KOLEKTİF VE SINIRLARI BELLİ OLMAYAN ALANLAR, ÖZELLİKLE İŞ HAYATINA YENİ BAŞLAYAN KUŞAKLAR İÇİN AİDİYETİ ARTIRICI UNSURLAR OLARAK KONUMLANDIRILDI



CODEWAY

"İNGİLTERE'DE REAL FOKUS CONSULTING'İN YAPTIĞI ANKET, ÇALIŞMA MODELLERİ İLE BİRÇOK ŞEYİN DEĞİŞECEĞİNİ İSPATLIYOR. ANKETE KATILANLARIN YÜZDE 60'TAN FAZLASI HİBRİT ÇALIŞMA MODELİNE GEÇMEK İSTEDİĞİNİ BELİRTİYOR"



YEMEK SEPETİ

PANDEMİNİN ARDINDAN

Pandemiyle birlikte tüm dünyada ofis hayatı neredeyse durma noktasına geldi. Bu süreçte zorunlu olan uzaktan çalışma, bu sistemin hem işverenler hem de çalışanlar açısından mümkün olabileceği konusunda bir ipucu verdi. Daha önceden esnek çalışmaya karşı çok daha sert veya limitli bakan birçok şirket, artık bu şekilde çalışmanın o kadar da korkulacak bir şey olmadığını gördü. Daha ilginç olan, esnek çalışma ya da evden çalışma hayali kuran birçok çalışanın, bu hayalin aslında o kadar da güzel olmadığını bizzat deneyimlemesi oldu. Bugün insanlara sorsanız, evden çalışmanın zorluklarını ve aslında ofis hayatını özlediklerini itiraf edeceklerdir. Geçtiğimiz günlerde İngiltere'de Real Fokus Consulting'in yaptığı anket, çalışma modelleri ile birçok şeyin değişeceğini ispatlıyor. Ankete katılanların yüzde 60'tan fazlası hibrit çalışma modeline geçmek istediğini belirtiyor.

ZOOM YORGUNLUĞU

Öte yandan tüm dünyada yaşanan uzaktan çalışma deneyimleri her geçen gün bize yeni bir şeyler öğretmeye devam ediyor. Stanford Üniversitesi Sanal-İnsan Etkileşimi Laboratuvarı Kurucu Direktörü ve İletişim Profesörü Jeremy Bailensen'in yaptığı çalışma, 'Zoom Yorgunluğu' diye yeni bir kavramı bizimle tanıştırdı. Gerçekteki toplantılardan daha fazla strese neden olan Zoom toplantıları, insanlara sözel olmayan aşırı bir yük getiriyor. Sürekli ekranla iç içe olmanın verdiği yorgunluk, yüz yüze yapılan bir toplantıda tek bir mimikle anlatacağınız bir şey için uzun uzun çaba sarf etmek ve gerçek anlamda sosyalleşememek birçoğumuz için ciddi bir problem halini aldı. Bu yabancılaşma ve sıkışmışlık duygusu devam ederse birtakım kitlesel travmalar yaşanması şaşırtıcı olmayacak.

FARKLI ÇALIŞMA MODELLERİ DİZAYN EDİLECEK

Muhtemel gerçek, eninde sonunda kolektif bir iş yerine geri döneceğimizdir. Elbette bu, hiçbir şeyin değişmeyeceği anlamına gelmiyor. Ofise dönülse bile esnek saatler ve tabii ki birtakım düzenlemelerle her şirket, kendi kurumsal sistemlerine ve verimlilik esaslarına göre farklı çalışma modelleri dizayn edecek. İş kollarının niteliklerine göre bu modellerin uygulanabilirlikleri de değişecek. Örneğin, bir doktorun uzaktan hasta görmesi şimdilik pek mümkün değilken; danışmanlar, pazarlama uzmanları ve stratejistler uzaktan çalışma modeline rahatlıkla geçebilirler.

AÇIK HAVA MEKANLARI YÜKSELİŞE GEÇECEK

İş yerlerinin artık masa, bilgisayar ve toplantı odası alanı olmaktan çıkarak bir hub olarak çalışacağını öngörebiliriz. Açık hava mekanları daha çok talep edilecek. Eskiden şirketlerin tercih ettiği birkaç katlı, bahçeli villalar yine revaçta olacak. Penceresi açılmayan, doğrudan oksijene ulaşılamayan plaza katları cazibesini yitirecek. Zaten kat bahçesi uygulamaları yavaş yavaş başla-

>>

mıştı fakat bunlar daha çok kapatılan balkon gibi mekanlar olarak düşünülüyordu. Artık bu konular çok daha fazla önemsenecek. Pandemiye bağlı olarak değişen tasarım kriterleri ile birlikte, kurumsal çalışma kültürlerinde de farklılıklar gözlemlenecek.

KUŞAKLAR ARASI UYUM VE VERİMLİLİĞİ ARTIRMAK HEDEFLENECEK

Pandemi ile değişen tasarım kriterlerinde aynı ofiste farklı kuşaklardan insanların birlikteliğini ve verimli çalışmalarını sağlayacak yaklaşımlar geliştirilmeye devam edilecek. Daha statik olan üst kuşak ile hareket ederken çalışmak isteyen, çalışma mekanında eğlence de arayan, tamamen esnek ve kolektif bir çalışma tarzını benimseyen Y ve Z kuşaklarının aynı ofiste, yepyeni bir çalışma kültürü ile mutlu olmasını sağlayacak tasarım yaklaşımları öne çıkacak.

PANDEMİ KRİTERLERİNE GÖRE ŞEKİLLENEN OFİS TASARIMLARI

Covid-19 sürecinde uzaktan çalışmanın aksayan yönlerini ve insanların ofis hayatında en çok özledikleri konuları inceleme fırsatı bulduk. Gerçekleştirdiğimiz ofis tasarımlarında özenle yaklaştığımız konuların, ofis hayatının vazgeçilmezleri olduğunu ve verimli çalışma için önemini bir kez daha fark ettik. Birbiriyle ilişkili grupların fiziki olarak yakın olması, küçük grupların baş başa çalışacakları sessiz alanlar, bilgiye kolay erişim sağlanması, sosyalleşme alanları gibi mekanlar halihazırda tasarım yaklaşımımızın önemli bileşenleriydi. Şimdi bu mekanları, pandemi koşullarına göre yeniden şekillendirme ve verimli hale getirme yönünde çalışmalar devam ediyor. Hatta bu konu ile ilgili kendi aramızda bir yarışma düzenledik ve yeni hayatın ofislerdeki etkisi üzerine arkadaşlarımızla birlikte projeler yarattık. Mimariyi ilgilendiren bazı konulardaki çözümler farklı disiplinlerden gelebiliyor. Yarışmayı kazanan arkadaşımız Duygu Uzunalı, büyük ofislerdeki insan yoğunluğunu takip eden bir aplikasyonla sosyal mesafenin korunacağı, ofisin de daha efektif ve homojen şekilde kullanılacağı bir uygulama önerisi getirdi. Yaşadığımız dönemin etkilerini hayatın her alanında görmeye devam edeceğiz.

DÖNÜŞÜM SÜRECİNİ KURGULARKEN...

Büyük şirketlerin esnek kullanımdan dolayı ofislerinin boş olduğu günleri sivil toplum kuruluşlarına ayırarak zor günler geçiren bu kurumlara destek olması da sosyal fayda yaratmaya yönelik bir uygulama olabilir. Ayrıca büyük şehirlerdeki büyük ofislerin yerini daha küçük kent ya da kasabalarda kurulan ofislerin alması da pandemi sonrası yaşanacaklar arasında gösterilebilir. Yaptığımız işlerin kalıcılığı, çevresel etkileri, insan sağlığı ile yakın ilişkisi göz önüne alındığında büyük bir sorumluluk taşıdığımızı düşünüyoruz. Geçtiğimiz yıldan beri yaşadıklarımız hem insan serüveninin bir bütün olduğunu hem de doğayı nasıl hırpaladığımızı bize bir kez daha hatırlattı. Mimarlığın bütün süreçlerinde bu konunun daha fazla göz önüne alınacağı, kullanılan yapı malzemesinden tasarıma kadar birçok unsurun değişeceğine inanıyoruz.

"DAHA STATİK OLAN ÜST KUŞAK İLE HAREKET EDERKEN ÇALIŞMAK İSTEYEN, ÇALIŞMA MEKANINDA EĞLENCE DE ARAYAN, TAMAMEN ESNEK VE KOLEKTİF BİR ÇALIŞMA TARZINI BENİMSEYEN Y VE Z KUŞAKLARININ AYNI OFİSTE, YEPYENİ BİR ÇALIŞMA KÜLTÜRÜ İLE MUTLU OLMASINI SAĞLAYACAK TASARIM YAKLAŞIMLARI GELİŞTİRİLECEK"

NASIL BİR YAPI ÖNE ÇIKACAK?



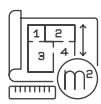
01I RİSKSİZ ORTAK KULLANIM ALANLARI
Bundan sonra planlanacak kamusal alanlar ve yapılar, yaşam mekanları, özellikle de yapılardaki ortak kullanım alanları tasarlanırken risk azaltıcı yeni tasarım anlayışları hayata geçirilecek.



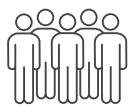
02I DÖNÜŞTÜRÜLEBİLİR YAPILAR
Ev tasarımlarında uzaktan çalışma sistemine uygun alanlar oluşturulacak, dönüştürülebilir yapılar önem kazanacak.



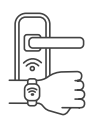
03I ESNEKLİK
Ofislerde ortak kullanım alanlarına farklı kurallar getirilecek ve çok daha esnek alanlar tasarlanacak.



04I METREKARE ORANLARI
Ofis alanlarında da kişi başına düşen metrekare oranlarını gözden geçirebilir, toplantı odalarına istiap haddi (taşıma kapasitesi) konabilir.



05I KİŞİ SAYISI
Belirli bir sayı üzerinde girilen toplantı odası sinyal verebilir. Mimariyle birlikte hareket eden farklı disiplinler de bu konu için yeni çözümler getirecek.



06I TEMASSIZ TASARIMLAR
Zaten hayatımıza girmiş olan temassız su bataryaları, sabunluklar dışında da elle dokunmadan günlük hayatımızı sürdürebilmemiz için tasarımlar gelişecek.



07I KİŞİSEL ALANLAR
Kişisel alanlar ise sosyal mesafeli olsa bile hem sanal olarak bağlantılı hem de fiziksel olarak zenginleştirici olacak.



DETAY MOBİLYA SAHİBİ **BURAK KARAMUKOĞLU**

AĞACI DİLE GETİREN
ZANAATKÂR USTALAR

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE İNSANLARIN BARINMA İHTİYACINI KARŞILAMAKTA KULLANDIĞI AHŞAP, YAPI SİSTEMLERİNDE ARTIK ÇOK TERCİH EDİLMİYOR. BUGÜNKÜ MODERN KONUTLARDA KENDİSİNE YER BULAMASA DA AHŞAPLAR, HÜNERLİ ELLER SAYESİNDE FARKLI FORMLARDA KARŞIMIZA ÇIKIYOR

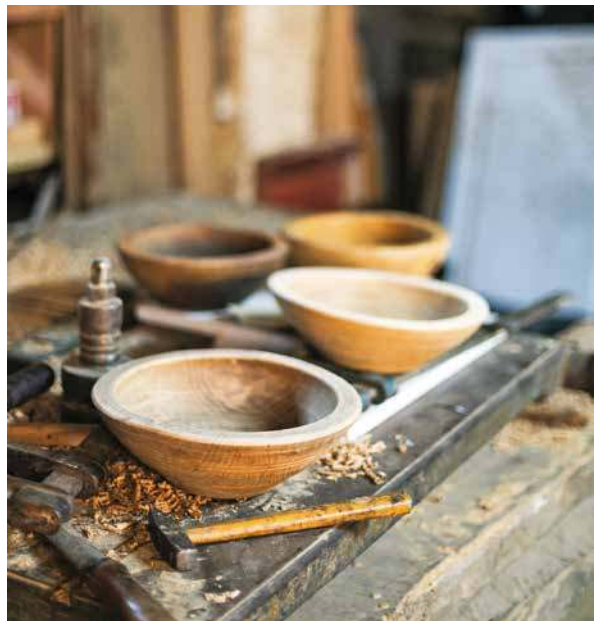
Melih Kocagil / melih.kocagil@platinonline.com

Fotoğraflar: Mesude Bülbül

Ağaç ustası Adil Karamukoğlu'nun babasından devraldığı 100 yılı aşkın bir geçmişi olan Çukurcuma'daki atölyede, şimdi oğlu Burak Karamukoğlu, babasının aşıladığı ağaç sevgisini ve iş disiplinini bugünlere kadar taşıyarak aynı heyecanla sürdürüyor. Karamukoğlu, Çukurcuma'da yer alan tasarım atölyesinde eski ve yeni ağaç gövdelerini eski usul el işçiliği ve tekniğiyle şekillendiriyor. Karamukoğlu, babasından miras kalan bu zaanata başlayışını, "Kendimi bildim bileli bu işin içindeyim. Daha okula gitmeden elimde tutkallarla bu işe başladım. Yeter ki ağacı seçin ve ölçüleri verin" sözleriyle anlatıyor. Karamukoğlu'nun başına geçtiği Detay Mobilya; sıradan bir marangoz atölyesinden öte, bir ahşap mobilya mağazası... Bu atölyede kendi getirdiğiniz modelleri yaptırabildiğiniz gibi hazır ahşap mobilya alma şansınız da var.

"AĞAÇLARI, İSTEDİĞİM HER ŞEKLE SOKABİLİRİM"

Aldığı eğitime yaratıcılığını da eklediğini söyleyen Karamukoğlu, "Baba mesleğini büyük bir keyifle devam ettiriyorum. Ürünlerimi ortaya çıkarırıken; çoğunlukla eski ağaçlardan yararlanmaya çalışıyorum. Eski ağaçlardan yapılmış eşyaları toplamak için Türkiye'nin dört bir yanını dolaşıyorum. Yıkılmış evleri buluyorum. O evlerin sahipleri ve o yerin muhtarıyla görüşüyorum. Kalan sağlam ağaçları alıyorum. Ağaçları el işçiliğimi kullanarak müşterilerin isteğine göre TV ünitesi, masa, sehpa kitaplık gibi her şekle sokabilirim" diyor.



"BABA MESLEĞİNİ DEVAM ETTİRİYORUM. FARKLI ŞEYLER ORTAYA KOYMAK İSTİYORUM. ÜRÜNLERİMİ ORTAYA ÇIKARIRKEN ÇOĞUNLUKLA ESKİ AĞAÇLARDAN YARARLANIYORUM"

>>



>>



TİFTİX KURUCU ORTAĞI **OSMAN AŞOĞLU**

"Etnik ve moderniteyi harmanladık"

"İNSANLAR EVDE OTURUNCA, EVLERİYLE İLGİLENMEYE BAŞLADILAR. RAHATSIZ OLDUKLARI, ESKİDİĞİNİ DÜŞÜNDÜKLERİ EŞYALARI DEĞİŞTİRMEYE YÖNELDİLER. SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN SATIŞLARIMIZ DA ARTTI"

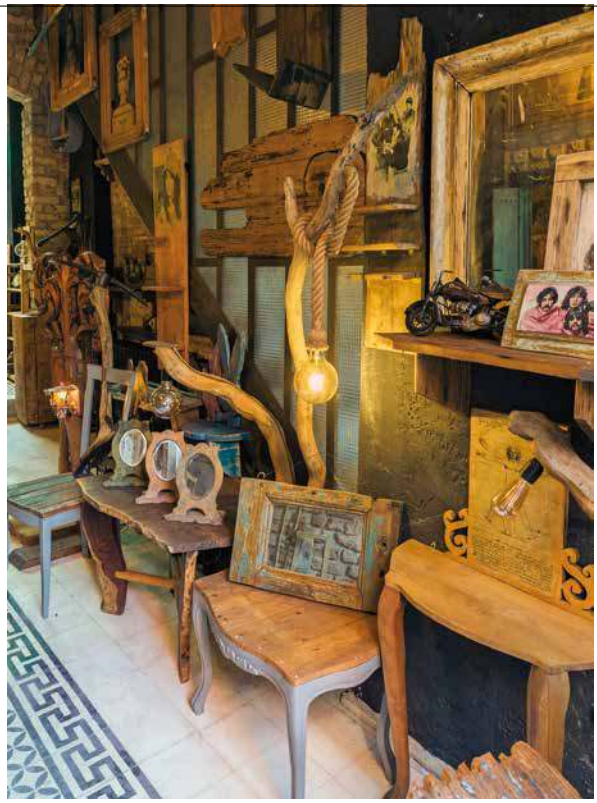
Çukurcuma'da faaliyet gösteren Tiftix ise daha farklı bir konseptle faaliyetini sürdürüyor. Etnik ve modern değerleri harmanlayarak tasarladıkları ürünleri, tüketicilerin beğenisine sunduklarını dile getiren Tiftix Kurucu ortağı Osman Aşoğlu; "Aslında ana dalımız halı... Amsterdam'da da bir mağazamız var. 2014 yılında İstanbul'da mağazamızı açtık. Hollanda'da yaşıyorum ve sık sık gidip geliyorum. Konseptimiz, eklektik bir yapı. Etnik ve moderni karıştırıyoruz. Aksesuar olarak Hollandalı iki firma ile çalışıyoruz. Koltuk ve sandalyeleri kendimiz üretiyoruz. İlk konseptimiz, endüstriyel etnikti. Hindistan'dan ürünler getirmiştik ancak döviz kurları nedeniyle iç pazara yöneldik" diyor. Gümrük Birliği'ne üye olmayan ülkelerle ticaret yapmanın çok zorlaştığını aktaran Aşoğlu, şu ifadeleri kullanıyor: "Türkiye'de dizayn üretmek çok kolay bir şey değil. Pandeminin kendisi kötü ama bizi biraz olumlu etkiledi. Çünkü insanlar evde oturunca, evleriyle ilgilenmeye başladılar. Rahatsız oldukları, eskidiğini düşündükleri eşyaları değiştirmeye yöneldiler. Sosyal medya üzerinden satışlarımız arttı. Yüzde 60 artış oldu. Türkiye'nin farklı yerlerinden sipariş geliyor. Urfa ve Mersin'e de ürün gönderdik. Yurt dışından aydınlatma getirmek çok zorlaştı. Aydınlatma ürünlerinde, üretimimizi Türkiye'ye yönelterek yüzde 100 artış kaydettik. Euro yüksek olduğu için kimse 4-5 bin Euro'yu bir koltuğa vermek istemiyor. Fason üretimlerimizi Çağlayan'da yaptırıyoruz. En pahalı ürünümüz ise Brezilyalı ünlü bir mimarın tasarımı olan, 5 bin dolar etiketli tekli sandalye... 675 Euro'ya sattığımız mavi bir sandalye de var. Aydınlatma ürünümüz ise 7 bin TL. Erzurum leğeninden bir ayna yaptık ve 3 bin 750 TL'ye satıyoruz. Aydınlatmaya çok talep var. Yazlıklar için sandalye ve tabureler, şu sıralar çok yoğun ilgi görüyor. Tasarım konusunda Arjantin, Brezilya ve Meksika'da çok iyi tasarımcılar var. Dünya; İtalyan ve İskandinav tasarımcılardan sıkıldı. Son dönemde Japon tasarımcılar da oldukça popüler."

>>



DÖNÜŞÜM ATÖLYESİ KURUCUSU **MEMET SÖNMEZ**

>>





"Amacımız, dönüşüme katkı sağlamak"

"MUTLU BİR DELİYİM BEN. KARINCA KARARINCA BİR ŞEY YAPMAYA ÇALIŞIYORUZ. MÜŞTERİLER DE BİZE DESTEK OLUYOR. EVLERİNDEKİ MOBİLYALARI BİZE GÖNDERENLER DE VAR. İNŞAATLARDA KARŞILAŞTIKLARI YIKIK TAHTALAR HAKKINDA BİZİ BİLGİLENDİRENLER DE"

Balat'taki Dönüşüm Atölyesi'nde 4 kişi ile birlikte tasarımlarını hayata geçiren Memet Sönmez ise kendini geri dönüşümcü ve tasarımcı olarak tanımlıyor. Çocukluğundan beri oyuncaklarını kendisinin tasarladığını söyleyen Sönmez, "Amacım; sadece yeni ahşapları işimize yarayan objeler haline getirmek değil. İşimize yaramayan, tamamen çöpe atılmış atık bir malzemeyi estetik bir hale getirip günlük hayatımıza nasıl sokabileceğimize de kafa yormaya başladım. Çöpten topladığım ahşaplardan, yıkık binalardan, cumbalı evlerin kerevet tahtalarından ve merdiven basamaklarından harika tasarımlar ortaya çıktı" diyor. Ahşap tasarımcılığının kendisi için yaşam biçimi haline geldiğini vurgulayan Sönmez, "İnsanın hobisi yaşam biçimine dönüşüyorsa gerçekten çok mutlu olur. Herkese bu işi tavsiye ederim. Hem çevremize faydamız oluyor hem de sosyal sorumluluk projesi kapsamında doğaya, ağaçlara ve nefes aldığımız havaya borç iadesi oluyor. Mümkün olduğu kadar ahşap kullanmaya çalışıyorum. Hammaddemiz; yakılacak ya da satılacak ahşaplar. Kerevet tahtasından ya da merdiven basamağından yapmış olduğumuz bir dolap, raf htiyacına yönelik talebi azaltıyor. Bu sayede ağaç kesilmiyor" açıklamasında bulunuyor.

"DÜNYANIN EN İLGİNÇ MÜZESİNİ YAPMAK İSTİYORUZ"

Yaptıkları işi tırnak içinde; "Bizim gibi delilerin yapacağı bir iş" şeklinde tanımlayan Sönmez, şöyle devam ediyor: "Pandemi, nedeniyle sokağa çıkamadık. Tasarım yapamadık. Tasarım müzesi projemiz var. Yerel yönetimler, bize yer gösterirlerse dünyanın en ilginç ve en özgün müzesini oluşturabiliriz. Eski kapılardan tasarlanmış masalara kadar ciddi bir talep bulunuyor. Kütüphane ve raflara da yoğun bir ilgi var. Fiyatlarımız, 5-6 bin TL'yi geçmiyor. Konsept mağazalarda 30 bin TL'ye satılan bir ürünü, biz 2-3 bin TL'ye mal ediyoruz ve çok daha kaliteli oluyor."

Ağaçların gölgesinde ahşap mobilya

TÜRKİYE, AĞAÇ ÇEŞİTLİLİĞİ İLE DÜNYADA SAYILI ÜLKELER ARASINDA YER ALIYOR. GELİN DİŞBUDAKTAN MAUNA, ÜLKEMİZDE YETİŞEN AĞAÇ TÜRLERİNE VE KULLANIM ALANLARINA BERABER BAKALIM

İREM SERTBAŞ / irem.sertbas@platinonline.com

Emlak ve inşaat sektörünün büyümesi ve artan ofis alanı sayısıyla hareketlenen pazarda, kullanılan ağaç türleri ve kontrplak girdiler büyük önem taşıyor. Türkiye'de mobilya üretimi kullanılan malzemelere göre, ahşap mobilya (masif ve kaplamalı), metal mobilya ve diğerleri olarak sınıflandırılıyor. Ülkemizde masif mobilya imalatında kullanılan başlıca ağaç türleri; dişbudak, kayın, meşe, çam, ıhlamur ve maun olurken kaplamalı mobilyalarda; meşe, kayın, ceviz ve maun kullanımı ön plana çıkıyor. Ağaçlar, ahşap mobilya sektörüne hayat veriyor.

Meşe Ağacı

400 KADAR TÜRÜ ARASINDA YAZ-KIŞ YAPRAKLARINI DÖKMEYENLERİ DE VAR. KERESTESİ OLDUKÇA DAYANIKLI OLAN MEŞE AĞACININ, YALNIZCA TÜRKİYE'DE 18 TÜRÜ BULUNUYOR

NEREDE YETİŞİR?

Anavatanı; Anadolu, Irak, İran, Suriye, Lübnan, Afganistan, Pakistan ve Yunanistan'dır. Özel bir yetiştirilme alanı bulunmuyor ve değişik bölgelerde boy gösterebiliyor.Yağışlı yerlerde yetişme olasılığı yüksektir.

GÖRÜNÜŞÜ NASIL?

500 yıldan uzun süre yaşayabilen ve 30 metre uzunluğa ulaşabilen meşenin, tepe kısmı geniş, gövdeleri düzgün; kökleri yanlara ve derinlere doğrudur. Palamut adı verilen meyvesi, kestaneye benziyor.

KULLANIM ALANLARI

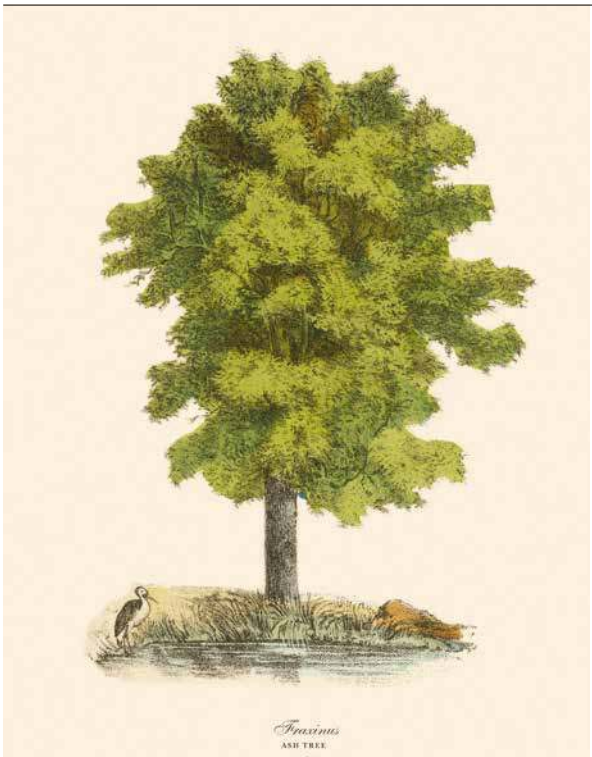
Meyvesi, tohumu, yosunu ve kabuğu olmak üzere bütün kısımlarının insan sağlığı üzerinde önemli faydaları bulunuyor. Ağacın meyvesi olan palamut, sanayi sektöründe hammadde olarak kullanılıyor.
Meşe ağacının kerestesi, ev eşyası yapımında ve parke üretiminde kullanılıyor. Masif olarak küçük gemi yapımında, limanlarda, su içi inşaatlarda, vagon yapımında ve toprakla temas eden her çeşit kullanım yerinde değerlendiriliyor. Palamut ise boya üretiminin etkin maddelerinden biri...



Quercus

OAK TREE

ESKİ YUNAN MİTOLOJİSİNDE, ZEUS'UN KUTSAL AĞACI OLARAK KABUL GÖRMÜŞTÜ. ESKİ ROMA'DA İSE MEŞE AĞACI JÜPİTER'E ADANMIŞ BİR BİTKİYDİ



Dişbudak Ağacı

SIK YAPRAKLANMASI İLE GÜZEL BİR GÖLGE AĞACIDIR. SONBAHARDA SARI YA DA KIRMIZI RENKLENMESİ, ZARİF BEYAZ ÇİÇEKLERİ İLE GÖSTERİŞLİ BİR FESTİVAL SUNAR

NEREDE YETİŞİR?

Genellikle sulak ya da derin toprağa sahip bölgelerde yetişirler. Karadeniz, Marmara ve Trakya sahillerinde ve İç Anadolu'nun iç kesimlerinde, genellikle karışık orman olarak; Adapazarı dolaylarında tek başına orman yapısı olarak bulunurlar.

GÖRÜNÜŞÜ NASIL?

Dış odunu beyaza çok yakın renktedir. İç odunu ise açık kahverengidir. Gövde olgun ağaçlarda gri kabuklu ve derin çatlaklıdır. Sert ağır, sıkı yapılı bir ağaç olan dişbudak, kolay işlenir.

KULLANIM ALANLARI

Yapı kerestesi için tercih edilmez. Masif ve kaplaması mobilya üretiminde sıkça kullanılır. İyi vernik tutar. Su bazlı boyalar ile zor boyanır. Mobilya ve iç mimariden başka, alet yapımında ve spor araçlarında karşımıza çıkar.



Ceviz Ağacı

ANCAK BELLİ BİR BAKIM İLE BAHÇEDE YETİŞTİRİLEBİLEN, ADINA ŞARKILAR YAZILAN CEVİZ AĞACI, MOBİLYA ÜRETİMİNDE BENZERSİZ VE SAĞLAM ÜRÜNLERİN ORTAYA ÇIKMASINA OLANAK VERİYOR

NEREDE YETİŞİR?

Ülkemizin hemen yer yerinde rastlanabilen ceviz ağacı, genellikle orman oluşturmaz.

GÖRÜNÜŞÜ NASIL?

Dış odunu sarı ve gridir. Boyu 25 ila 40 metre arasında değişebiliyor. Kökleri, 3 ya da 5 metre derinliğine ulaşabiliyor. Yüzeyi oldukça düzgündür ve ağacın yaşı ilerledikçe renkleri de koyulaşır.

KULLANIM ALANLARI

Damarlarının estetik görünümü ve zarif şekilleri sebebiyle oldukça değerli olan ceviz ağacı, iyi cila tutar ve kolay işlenir. Mobilya sektöründe aranan bir yere sahip olmasının nedenleri; canlı renklere sahip olması, simetrisi olan dokular elde etmeyi mümkün kılması, fiziki olarak yüksek yeterliliğe sahip olması ve ortaya kaliteli ve dayanıklı mobilyaların çıkmasını sağlamasıdır.

>>

GELECEĞİ
BİRLİKTE
ŞEKİLLENDİRELİM

asi CERTIFIED PERFORMANCE
PROVISIONAL CERTIFICATION

Geleceği **Güvenilirlikle** Şekillendiriyoruz

Biz iş ortaklarımız ve çalışanlarımızla birlikte büyük bir aileyiz.
Birlikte büyümek, gelişmek ve katma değer yaratmak için çalışıyoruz.
Her koşulda iş ortaklarımızın yanındayız.



Kibar

AssanAlüminyum

Kayın Ağacı

YAKLAŞIK 700 YIL ÖMRÜ OLAN KAYIN AĞACI; FAGACEAE (KAYINGİLLER) FAMİLYASININ FAGUS (KAYIN) CİNSİNE AİT. ÜLKEMİZDE AKHUŞ ADIYLA DA BİLİNİR

NEREDE YETİŞİR?
Türkiye'de iki türü bulunan kayın ağacı; (Doğu kayını ve Avrupa kayını) Marmara, Ege ve Karadeniz bölgelerinde ayrıca Ağrı Dağı ve Erciyes Dağı eteğinde görülüyor. Dünyada ise 10'dan fazla çeşidi bulunan bu tür; Güney Çin, Meksika, Tayvan ve Japonya gibi ülkelerde de yetişiyor.

GÖRÜNÜŞÜ NASIL?
Uzun boylu ve gösterişli yapısıyla kayın ağacı, kışın yapraklarını döker. Yaprakları ve meyveleri püskül şeklindedir.

KULLANIM ALANLARI
Dayanıklı yapısı nedeniyle mobilya yapımında çokça kullanılan kayın ağacının; kontrplak, araba, parke, ayakkabı kalıbı, ambalaj sandığı, oyuncak, alet sapları, iş ve marangoz tezgahları olmak üzere çeşitli kullanım alanları mevcut. Dünyada margarin yapımında dahi kullanıldığı biliniyor.



Fagus
BEECH TREE

SAP Platinum Partner

NTT DATA
Trusted Global Innovator

D Ö N Ü Ş Ü M

Muhteşem Olacak



itelligence Türkiye, büyük bir dönüşümle
NTT DATA Business Solutions oluyor!

www.nttdata-solutions.com/tr

NTT DATA Business Solutions

itelligence olarak sürdürdüğümüz başarılı projeleri Türkiye'deki 1200 kişilik uzman kadromuz ile ana şirketimiz olan NTT DATA grubunun gücü ve uluslararası bilgi birikimi ile daha da ileriye taşıyacağız.



Ihlamur Ağacı

40 FARKLI TÜRDE YETİŞEBİLEN HOŞ KOKULU IHLAMUR AĞACI, HASTALARI İYİ ETMESİNİN YANI SIRA, KÖY MEYDANLARINDAKİ BULUŞMA YERLERİ OLARAK DA KONUMLANIYOR

NEREDE YETİŞİR?

Genellikle kayın ağacının yetiştiği bölgeleri severler. Serin, verimli ve kireçli topraklarda yetişebiliyor. Dünya üzerinde yetişen yaklaşık 30 türü bulunuyor.

GÖRÜNÜŞÜ NASIL?

Boyu yaklaşık 20-30 metreye kadar ulaşabiliyor. Kalp şeklinde olan yaprakları 5-10 cm uzunlukta, dişli kenarlara sahip ve uzun saplı olur. Ihlamur ağacının haziran ve temmuz aylarında açan ve ömrü kısa olan çiçekleri, sarkık demetler halinde ve kendine has kokusuyla öne çıkıyor. Bin yıl yaşayabilen ıhlamurun geçmişi ise Orta Avrupa'ya uzanır.

KULLANIM ALANLARI

Odunları hafif ve beyaz olduğundan, doğramacılıkta tercih edilir. Kabuklarında bulunan liflerden elde edilen ipler, dokumacılıkta değerlendiriliyor. Arıcılık için de oldukça kıymetlidir.



Maun Ağacı

PAZARLANDIĞI YERE VEYA GÖNDERİLDİĞİ LİMANA GÖRE İSİMLENDİRİLEN BU AĞAÇ (KÜBA MAUNU, ALASKA MAUNU VB.) YAPISAL ÖZELLİKLERİNE GÖRE DE İSİMLENDİRİLEBİLİR (SAPELİ MAUN, KIRMIZI VEYA SARI MAUN)

NEREDE YETİŞİR?

Maun ağacının anavatanı Batı Hindistan ve Orta Amerika... Sıcak iklimli ve yağışı bol olan bölgelerde yetişiyor. Afrika Kıtası'nda da sıklıkla görülüyor. Güneşlenme oranı fazla olan verimli ve humuslu topraklarda yetişmeye uygundur.

GÖRÜNÜŞÜ NASIL?

Yapraklarını dökmemesiyle ünlüdür. Çeşitli türlerden koyu renkli ağaçları tanımlar.

KULLANIM ALANLARI

Maun; güzelliği, dayanıklılığı ve rengi ile ticari olarak önemli bir kereste... Mobilya, tekne ve müzik enstrümanları yapımında kullanılıyor. Mükemmel işlenebilirliğe sahip ve çok dayanıklı. En iyi boyanan ağaçlardandır. İyi verniklenir. Değişen hava koşullarında bile büyük dayanıklılık gösteriyor. Çivi, vida ve tutkalla çok efektif bağ kurabiliyor.

>>

Turkcell Bulut'la verileriniz hep güvende!

Verilerinizi güvenle saklayıp istediğiniz yerden yönetin diye
Turkcell Bulut hizmeti tüm şirketlerin güvencesi.

işTurkcell



Detaylı bilgi için:
turkcellbulut.com

Turkcell Bulut Hizmetleri ve Turkcell Veri Merkezi Servisleri, Superonline İletişim Hizmetleri A.Ş. tarafından sunulur ve sadece kurumsal aboneler için geçerlidir.

Ziraat Bankası

DİNLEME ÖNERİSİ
MAMA SAID
MUSIC THE SHIRELLES

ANNELERE ÖZEL

BİRBİRİNDEN ŞIK VE ZARİF ARMAĞANLARLA ANNENİZİ ŞIMARTMANIN TAM ZAMANI

HAYATINIZA HER DOKUNUŞUYLA İNCELİK KATAN ANNENİZE UNUTULMAZ BİR GÜN YAŞATMAK İSTİYORSANIZ, BU AY SİZLER İÇİN HAZIRLADIĞIMIZ SEÇKİYE GÖZ ATABİLİRSİNİZ

01 RENGARENK EL YAPIMI ÇİKOLATALAR, ÇİLEKLİ MAKARONLARLA SÜSLENMİŞ FRAMBUAZ VE BEYAZ ÇİKOLATALI PASTALAR İLE GÜNÜNÜZÜ TATLANDIRIN

ÇIRAĞAN PALACE SHOP





Seni düşünür o
bankkart

Bankkart *Seni düşünür o*



02

İKONİK SAATLER VE ALTIN RENGİ TASARIMLAR, ZARİF ANNELERİN TERCİHİ OLUYOR

SAATVESAAT



05

CAM İLE BİRLEŞEN 'YALIN GÜZELDİR' FELSEFESİ, HAYATLARIMIZIN VAZGEÇİLMEZİ OLMAYA ADAY

NUDE

NETWORK

03

BEYAZ, EKRU, HAKİ GİBİ NATÜREL TONLAR, ANIMAL PRINT'LER VE ETNİK MOTİFLER ZAMANSIZ TRENDLER OLARAK ÖNE ÇIKIYOR





06

LOAFER AYAKKABILAR, RAHATINDAN VAZGEÇMEK İSTEMEYENLERİN LİSTELERİNDE İLK SIRADA YER ALIYOR

NETWORK



04

STİL SAHİBİ ANNELERİN ZEVKLERİNE HİTAP EDEN TASARIMLAR İLE GELENEKSEL ARMAĞANLAR SANATA DÖNÜŞEBİLİR

ALTINBAŞ



07

DOĞA İLE ANNELİK BAĞLARINI BİRLİKTE KUTLAYAN KORSİKA'DA YETİŞEN LAVANTA VE ÖLMEZ OTLU BAKIM ÜRÜNLERİ EŞSİZ BİR DENEYİM SUNUYOR

L'OCCITANE

Kredi kartı ve banka kartı tek kartta!





Restorasyon sonrası yeniden doğan Bir İstanbul Masalı: GALATA KULESİ

BİR FENER KULESİ OLAN GALATA, 528 YILINDAN BERİ İSTANBUL'A EŞLİK EDİYOR. ZİYARETÇİLERİNE HEM DERİN BİR TARİH HEM DE KESİNTİSİZ BİR İSTANBUL MANZARASI SUNAN GALATA KULESİ, ÜÇ AYLIK RESTORASYON ÇALIŞMALARININ ARDINDAN GEÇTİĞİMİZ EKİM AYINDA YENİDEN AÇILDI. BUGÜN 672 YAŞINA GİREN KULE, ARTIK AMACINA UYGUN OLARAK MÜZE ŞEKLİNDE KULLANILMAYA BAŞLANDI

Melih Kocagil / melih.kocagil@platinonline.com

Fotoğraf / Mesude Bülbül

İstanbul denildiğinde aklımıza gelen ilk silüetlerden biridir Galata Kulesi. Ondan sonra diğer İstanbul yapıları dizilir zihnimize... İstanbul'a gelen ya da bu şehirde yaşayan herkes, mutlaka ilk olarak Galata Kulesi için bir plan yapar. Hem kuleyi hem de civarındaki sokakları gezenler çok sever. Hikayeleri ve efsaneleriyle İstanbul'a eşsiz bir hava katan Galata Kulesi, pek çok romanın baş kahramanı olmuştur. Galata Kulesi efsanelerinden birine göre; Galata Kulesi'ne ilk kez beraberce çıkan bir kadın ve erkek, mutlaka evlenirmiş. Eğer taraflardan biri, önceden kuleye çıkmışsa bu tılsım bozulurmuş. Ayrıca eğer kuleye beraber çıkacak çiftin kaderinde kavuşamamak varsa karşılarına mutlaka bir engel çıkarmış. Yani Galata Kulesi, bir ömür beraber yaşamayacak çiftleri kabul etmezmiş. Bir çift olarak Galata Kulesi'ne çıkanların akıllarında mutlaka bulundurması gereken bir efsane.

GALATA KULESİ, KIZ KULESİ'NE AŞIK

Bir başka Galata Kulesi efsanesi ise çok daha romantik. Bu efsaneye göre Galata Kulesi ile Kız Kulesi birbirine aşıktır ama aralarında bulunan İstanbul Boğazı, sevgililerin kavuşmasını engellemektedir. Galata Kulesi aşkını yıllarca mektuplara yazar ve Kız Kulesi'ne olan hasretini bu mektuplara döker. Uçma hayalini gerçekleştirmek isteyen Hezarfen Ahmed Çelebi buraya çıktığında, Galata Kulesi onun kulağına Kız Kulesi'ne olan aşkını fısıldar ve mektupları ona verir. İstanbul'un üflediği rüzgarı arkasına alan Hezarfen, mektupları Kız Kulesi'ne ulaştırır. Aşkının platonik olmadığını anlayan Kız Kulesi, sevinçten havaya uçar ve bu iki aşık, İstanbul'un en güzel manzarasını oluşturur.

RESTORASYON 100 GÜNDE TAMAMLANDI

528 yılından bu yana İstanbul'u süsleyen Galata Kulesi, dünyanın en eski kulelerinden biri olarak kabul ediliyor. Galata Kulesi özellikleri bakımından da dikkat çekici. Yüksekliği yerden çatının en uç kısmına kadar 69.90 metre. Yapılan statik hesaplamalara göre 10 bin ton olan kule, sade tasarımına rağmen çok ihtişamlı. Bugün 672 yaşına giren kule, üç aylık restorasyon çalışmalarının ardından yeniden açıldı. Galata Kulesi artık amacına uygun olarak müze şeklinde kullanılmaya başlandı. Galata Kulesi'nin restorasyonu 100 gün içinde tamamlandı. Restorasyon sonrasında artık Galata'da bir restoran yok. Kulenin içinde yeme- içmeye dair hiçbir hizmet verilmeyecek. Kule, sadece turistik gezi için ziyaretçilerine açık.



GALATA KULESİ'NDEKİ EN ÇARPICI DEĞİŞİKLİKLER, SEKİZİNCİ KAT'TAKİ SEYİR TERASINDA... İLK YEDİ KAT ASANSÖR İLE ÇIKILIYOR. DİĞER İKİ KATA MERDİVENLE DEVAM EDİLİYOR. İNİŞTE İSE TÜM KATLARI MERDİVENLE İNİYORSUNUZ

ZİYARETÇİLER İÇİN

YAZ DÖNEMİ SAATLERİ
1 Nisan-1 Kasım
Açılış Saati: 08.30
Kapanış Saati: 00.00

KIŞ DÖNEMİ SAATLERİ
1 Kasım-1 Nisan
Açılış saati: 10.00
Kapanış saati: 20.00

GİŞE YAZ / KIŞ KAPANIŞ SAATLERİ
Yaz Dönemi: 23.30
Kış Dönemi: 19.30

KAPALI GÜNLER
Her Gün Açık
Giriş Ücreti: 30 TL

Bereketzade, Galata kulesi, 34421
Beyoğlu / İstanbul

web: muze.gov.tr

Telefon: 444 68 93

>>



AHŞAP PARKELER DAHA AÇIK BİR RENK TERCİHİ İLE BAŞTAN AŞAĞI YENİLENDİ. SEYİR TERASI BÖLÜMÜNDE KÜLAHIN TAM ALTINA MERMER BİR DESEN YERLEŞTİRİLDİ

GALATA KULESİ'NİN İÇİNİ GEZDİĞİMİZDE ESKİ GÖRÜNÜMÜNDEN DAHA SAKİN VE YALIN BİR GÜZELLİĞE KAVUŞTUĞUNU GÖRDÜK

RESTORASYONDA BİLİM KURULU'NUN YÖNLENDİRDİĞİ 16 MİMAR ÇALIŞTI. ANITLAR KURULU İSE SÜRECİ HER SAFHADA TAKİP ETTİ



8 kat

SEYİR TERASI

DÜNYANIN EN ESKİ KULELERİ ARASINDA SAYILAN GALATA KULESİ, ZİYARETÇİLERİNE HEM MASALSI BİR ATMOSFER HEM DE EŞSİZ BİR İSTANBUL MANZARASI VAAT EDİYOR. EN BÜYÜK YENİLİK İSE SEYİR TERASI KATI OLAN 8'İNCİ KATTA YAPILDI







SEYİR TERASINDA KÜLAH İÇ TASARIM, OLDUĞU GİBİ ORTAYA ÇIKARILDI
TAVANDAKİ AVİZE KALDIRILDI, BETONLA KAPLI TAVAN AÇILDI. KUBBENİN İÇ ÇEPERİNE İSTANBUL'UN FETİH SONRASI GÖRÜNÜMÜNÜN RESMEDİLDİĞİ GRAVÜRÜ GİYDİRİLDİ.

>>

artı&artı
teknoloji hizmetleri

Hewlett Packard
Enterprise

GELECEĞİ KEŞFET,
KOLAYCA DEMO TALEP ET.

www.hpedemo.site



HPE & Artı ve Artı tecrübesiyle
hayatınızı kolaylaştıracak teknolojiler
tek bir adreste!

www.artivearti.com | **0 850 888 1 888**

artı&artı
teknoloji hizmetleri



7. kat

İSTANBUL MAKETİ

7.KATA İNDİĞİMİZDE KOCAMAN IŞIKLI BİR İSTANBUL MAKETİ KARŞILIYOR BİZİ. MAKET ÜZERİNDEN İSTANBUL'DAKİ TÜM TARİHİ YAPILARI GÖRME ŞANSI ELDE EDİYORSUNUZ



6. kat

ORTAÇAĞ TEKNE MAKETİ VE TARİHİ YAPILAR EKRANI

GEZİMİZİ HIZ KESMEDEN SÜRDÜRÜYORUZ. 6'NCI KATA İNDİĞİMİZDE ORTAÇAĞ TEKNE MAKETİNİ GÖRÜYORUZ HEMEN. MİLATTAN SONRA 9'UNCU YÜZYILA AİT BİR YÜK TEKNESİNİN KÜÇÜLTÜLMÜŞ HALİNE BAKIYORUZ

YİNE BU KATTA BİR EKRAN ÇIKIYOR ÖNÜMÜZE. HARİTA ÜZERİNDE İSTANBUL'UN TARİHİ YAPILARININ SORULDUĞU DOKUNMATİK EKRANDA BİR BİR SORULARI CEVAPLIYORUZ



>>





5. kat

TARİHİ BULUNTULAR

BU KATTA ARKEOLOJİK KAZILARDA GÜN YÜZÜNE ÇIKARILAN KALINTILARLA BULUŞUYORUZ. MOTİFLİ TABAKLAR VE PİŞMİŞ ÇANAKLAR, DOĞU ROMA İMPARATORLUĞU DÖNEMİNE TARİHLENİYOR

4. kat

DOĞU ROMA'DAN KALMA ZİNCİRLER

FATİH SULTAN MEHMET'İN İSTANBUL'U KUŞATMA HAZIRLIKLARI YAPTIĞI SIRADA DOĞU ROMA İMPARATORU TARAFINDAN HALİÇ'E GEMİLERİN GİRİŞİNİN ENGELLENMESİ İÇİN HALİÇ'İN AĞZINA GERİLEN DEVASA ZİNCİRDEN GERİYE KALAN HALKALAR SEGİLENİYOR

3. kat

MEHMET AKİF ERSOY İÇİN HAZIRLANAN TARİH BANDI

ÜÇÜNCÜ KATA GELDİĞİMİZDE İSTİKLAL ŞAİRİMİZ MEHMET AKİF ERSOY'A AYRILMIŞ ALANI DOLAŞIYORUZ. ERSOY'UN HAYATININ VE ESERLERİNİN AKTARILDIĞI YAZILARI BÜYÜK BİR MUTLULUKLA OKUYORUZ





IŞIKLI MERDİVENLER

KATLAR ARASINDAKİ BETON MERDİVENLER YERİNE METAL AKSAMLARLA ESKİ GÖRÜNÜM FARKLILAŞTIRILDI. GALATA KULESİ ARTIK HER KATI BAŞTAN AŞAĞI YENİLENMİŞ OLARAK TURİSTİK ZİYARETÇİLERİNİ BEKLİYOR



2. kat

HEZÂRFEN İLE UÇUŞ

İKİNCİ KATTA HEZÂRFEN AHMED ÇELEBİ, DEV BİR EKRANIN İÇİNDEN SELAM VERİYOR BİZE. KULEYİ ZİYARETE GELENLERİ, BU EKRAN ARACILIĞIYLA YAPTIĞI UÇUŞA DAVET EDİYOR

1. kat

HEDİYELİK EŞYA MAĞAZASI

GALATA KULESİ'NE GELİP DE KULENİN İÇİNDE YER ALAN MAĞAZADAN ALIŞVERİŞ YAPMAMAK MÜMKÜN MÜ? KULENİN BİRİNCİ KATINDA YER ALAN MAĞAZADA, OSMANLI HAT SANATINDAN ÖRNEKLER, BİBLOLAR VE ÇEŞİTLİ SÜS EŞYALARI ZİYARETÇİLERİN BEĞENİSİNE SUNULUYOR






Rekabet aynı, heyecan aynı,
coşku aynı, lig farklı:
TURKCELL
KADIN
FUTBOL LİGİ

Urartuların izinde: Van

KEDİSİ, KALESİ, GÖLÜ, ŞELALESİ VE KAHVALTISIYLA MEŞHUR VAN'I GEZİYORUZ ADIM ADIM. URARTULARA BAŞKENTLİK EDEN VAN, DOĞUNUN İNCİSİ OLARAK ANILIYOR

AYSEL YAŞA / ayselyasa@gmail.com





1. GÜN

- VAN KALESİ
- KEDİ EVİ
- VAN MÜZESİ

NEREDE KALINIR?

• BÜYÜK URARTU OTEL • DOUBLE TREE BY HILTON VAN

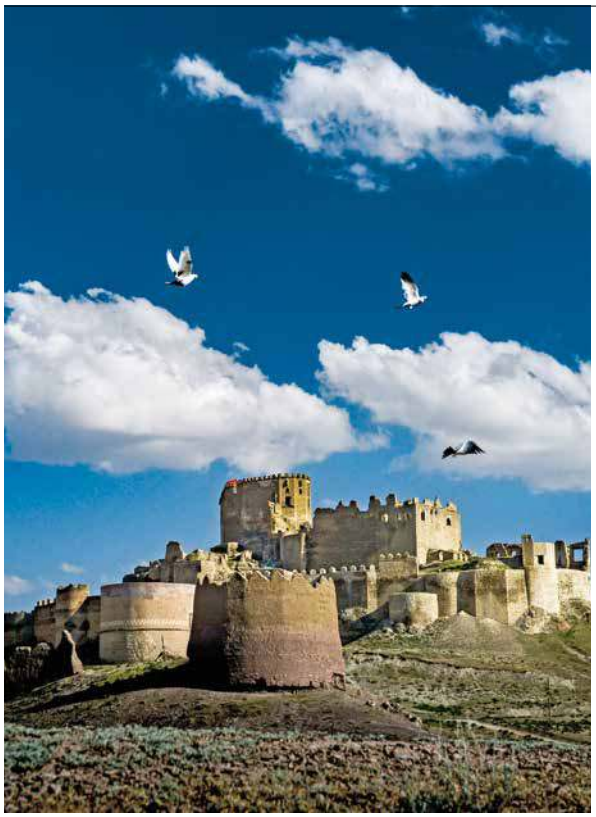
NEREDE YENİR?

• SÜTÇÜ KENAN KAHVALTI SALONU • TANDIRVAN BALIK EVİ

Adı efsanelere geçmiş bir şehir, Van. Doğunun incisi diyen de var, Paris'i diyen de. Doğu Anadolu'nun mutlaka görülmesi gereken şehirlerinden biri. Urartulara başkentlik yapmış olan Van; eşsiz hazineleri ve köklü kültürü ile yakından tanınmayı fazlasıyla hak ediyor. Nüfus bakımından doğunun en kalabalık şehri olarak bilinen Van'da, doğu sınırından İran'a bağlı olması nedeniyle de çok fazla İranlı turist görebilirsiniz. Elbette göreceğiniz tek şey turistler değil. Van Kalesi, Van Gölü, Van Kedisi, Akdamar Adası, Muradiye Şelalesi gezebileceğiniz eşsiz güzelliklerden birkaçı. Van kahvaltısı ise etmeden dönmeyeceğiniz bir lezzet. Van'ı adım adım gezmeye başlamadan önce isminin nereden geldiğine bakalım. Evliya Çelebi, Seyahatnamesi'nde Büyük İskender'in Van Kalesi'nde bulunan 'vank' adlı bir kiliseden ilham alarak şehre Van adını verdiğini anlatmış. Vank ayrıca Ermenice 'kilise' anlamına geliyor.

Van'a eğer sabah saatlerinde gelindiyse gidilecek ilk durak belli; Van kahvaltısı. İpekyolu'nun bu güzel durağında güne muazzam bir şekilde donatılmış kahvaltıyla başlarsanız, geziniz için unutulmaz bir başlangıç yapmış olursunuz. Diyor ya şair; "Ben seninle bir gün Van'daki bir kahvaltı salonunda olma ihtimalini sevdim" diye... Peki, nedir Van kahvaltısını bu kadar meşhur eden? Öncelikle kahvaltı sofrasına getirilen tüm yiyecekler doğal ürünlerle hazırlanıyor. Hakiki Van balı, yoğurt kaymağı, süt kaymağı, yayık tereyağı, cacık, otlu peynir, örme peynir, beyaz peynir, kavurmalı-sucuklu yumurta, zeytin, murtuğa, kavut, gencirun kahvaltı sofrasının vazgeçilmezleri. Yaz aylarında menüye yoğurt, cacık, piyaz, kış aylarında ise bal-pekmez ve tahin de ilave ediliyor. Bu güzel kahvaltılıklar taş fırında pişirilen lavaş ekmeği ve Van çöreğiyle servis ediliyor. Tabii yanında olmazsa olmazı ise semaverde demlenmiş taze bir bardak çay. Dileyenler için ise keçi ya da koyun sütü de sıcak olarak servis edilebiliyor.

>>



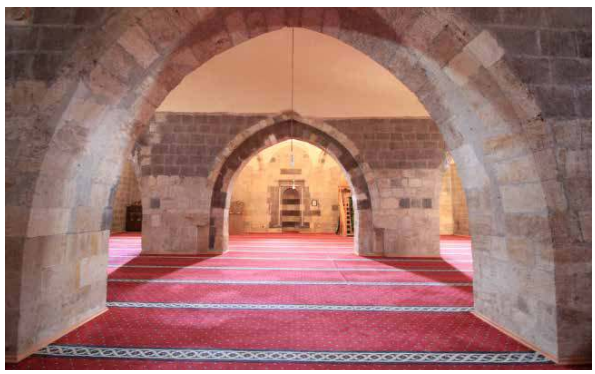
VAN KALESİ



HALİME HATUN KUMBETİ



MEDİEVAL KİLİSESİ



GEVAŞ İZZETTİN ŞİR CAMİİ

KALEYE TIRMANMA ZAMANI

Karnınız iyice doyduysa Van Kalesi'ne tırmanmaya hazırsınızdır. Van'ın en önemli yapılarından biri burası. Tarihi M.Ö. 885'e uzanan, Urartulardan kalma bu kalenin, Urartuların başkenti olan Tuşpa'yı tam olarak görmesi için inşa edildiği söylenir. Kale içerisinde Asur dilinde yazılan ve 1. Sarduri'ye ait olduğu düşünülen kitabeler ve çivi yazıları mevcut. Tarihte pek çok savaşa tanıklık etmiş olan bu kale sayısız kere tahribata uğramış. Burada eski Van şehrinden de söz etmek gerek. Birinci Dünya Savaşı'na dek Ermeni ve Türklerin bir arada yaşadığı bir yer olan eski Van şehri, şu an harabe ve kullanılmaz durumda. Ancak burada halen gezip görebileceğiniz tarihi yapılar mevcut. Van Kalesi'nin eteklerinde, güneyde yer alan bu eski şehri görmek, bir dönem burada yaşamış insanları anmak için de bir vesile.

ÇOK SAYIDA KİLİSE VE CAMİ BULUNUYOR

Tarihi boyunca farklı kültür ve dinlerin yaşadığı bir şehir Van. Bu nedenle şehri gezerken birçok kilise ve camiye denk gelebilirsiniz. Akdamar Kilisesi, St. Bartholomeus Kilisesi, Adır Adası'ndaki Adır Kilisesi, Kaya Çelebi Camii, Hüsrev Paşa Camii, Halime Hatun Kümbeti, Süleyman Bey Kümbeti, İkiz Kümbetler, Hasan Bey Kümbeti uğranabilecek mabetlerden. Van, Urartu uygarlığından kalma birçok esere ev sahipliği yapıyor. Bunları topluca görmek için ise Van Müzesi'ni ziyaret etmek gerekiyor. Arkeolojik kalıntılar, el yazmaları ve el sanat ürünleri ve eski savaş aletlerinin de sergilendiği Van Müzesi şehir merkezinde bulunuyor.

'SAVAT' İŞİ HÂLÂ YAŞIYOR

Buraya kadar gelmişken alışveriş yapmadan dönülmez. Bunun için iki farklı adres önerimiz olacak. İlki hemen Kedi Evi'nin yanındaki Arubani Gümüş Atölyesi. Urartu gümüş sanatı olarak bilinen 'savat'ın halen yaşatıldığı bu çarşıda, orijinal ve tek üretim kolye, bilezik, küpe, yüzük gibi takılar alabilirsiniz. İkinci önerimiz ise, Rus Pazarı. İran'dan gelen ürünlerin yanı sıra yelpazeyi biraz daha genişleterek Tayland ve Dubai'den gelen ürünleri bile görebilirsiniz. Rus Pazar'ından porselen, İran çayı, İran hurması, şal ya da Tayland'a özgü otantik ahşap ürünleri uygun fiyata alabilirsiniz.

NESLİ TÜKENİYOR

Van'ın simgelerinden biri de Van Kedisi. Nesli tükenmek üzere olan bu kedileri korumak için Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi tarafından kurulan Van Kedi Evi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nin kampüsünde yer alıyor. Eskiden hemen her Vanlının evinde bulunan bu kedilerin sayısı giderek azalıyor. Ayrıca kediler hızla melezleşiyor. Bu sebeple gerçek Van kedisi görmek ve mama alarak kedileri beslemek için yolunuzu Van Kedi Evi'ne düşürebilirsiniz.

FOTOĞRAFLAR İÇİN VAN BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ'NE TEŞEKKÜR EDERİZ

>>

Biz TÜRKİYE İçin Çalışıyoruz...



- Çevreyle ilgili yasa ve yönetmelik hükümlerine bağlı kalarak, mevzuatlarda yapılan değişikliklere uyum sağlıyoruz,
- Çevresel amaçları ve hedeflerimizi sürekli geliştiriyor ve iyileştiriyoruz,
- Şirket çalışanlarımızı, müteahhitlerimizi ve tedarikçilerimizi Çevre Politikasına uymaları konusunda bilinçlendiriyor ve bunun için gerekli eğitimleri sağlıyoruz,
- Çevresel faktörleri ve riskleri tanımlıyor, değerlendiren ve etkin bir şekilde kontrol eden bir çevre yönetim sistemini oluşturuyor ve uyguluyoruz,
- Atıkların azaltımı, tekrar kullanımı ve geri kazanımı için çalışmalar yapıyoruz,
- Etkin karar ve önlemler alabilmek amacıyla çevresel konular ve sosyal etkiler hakkında yöre halkı ve ilgili taraflar ile açık bir iletişim kuruyoruz,
- Verimlilik artışını ve yeni teknoloji kullanımını teşvik ile enerji, su ve doğal kaynakların tasarrufunu sağlıyoruz,
- Madencilik faaliyetleri sırasında ve sonrasında arazilerin doğaya yeniden kazandırılma çalışmalarını yürütüyoruz,
- Tedarik zincirinde kullanılan malzemenin ve alınan hizmetlerin Çevre Politikasına uygun olmasını sağlıyoruz,
- Çevresel performansı şeffaf bir şekilde kamuya aktarma yükümlülüğünü sergiliyoruz.

Milli Ekonomiye Katkı Sağlıyoruz

KOZA
ALTIN İŞLETMELERİ

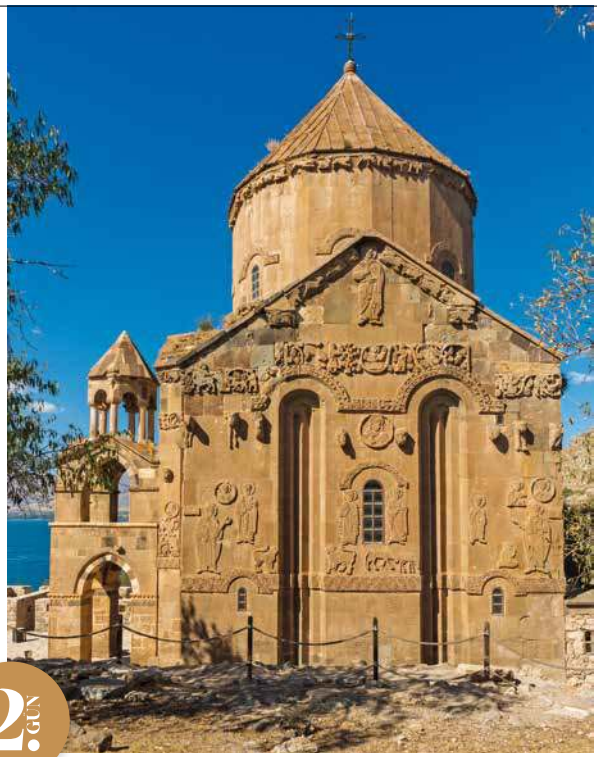
2. GÜN
AKDAMAR ADASI

Akdamar Kilisesi

DIŞ CEPHE KABARTMA DETAYI

ORTAÇAĞ ERMENİ SANATINI YANSITAN KİLİSENİN DIŞ CEPHESİ, ZENGİN BİTKİ VE HAYVAN MOTİFLERİ VE 'KUTSAL KİTAP'TAN ALINMA SAHNELERLE BEZELİ

>>





AKDAMAR KİLİSESİ

2. GÜN

AKDAMAR ADASI/ KİLİSESİ
MURADİYE ŞELALESİ
VAN GÖLÜ

NEREDE KALINIR?

- ŞAHMARAN RESORT HOTEL
- TAMARA OTEL

NEREDE YENİR?

- ALTINSU RESTAURANT
- GRAND DENİZ TOUR RESTAURANT

AH TAMARA...

Gelelim en merak edilen kısma; Akdamar Adası'na... Van, deyince hemen hemen herkesin aklına ilk gelecek yerlerden biri. Haksız da sayılmazlar. Akdamar Adası, yeryüzünde görülmeye layık çok güzel bir ayrıntı. Van Gölü'nün en büyük adalarından biri. Van Gölü'nde irili ufaklı 4 ada bulunuyor. Çarpanak, Adır ve Kuş adaları da tarihi ve turistik özelliğe sahip ve 1990 yılında arkeolojik sit alanı ilan edilmiş. Akdamar Adası'nın güzelliğinin yanı sıra efsanesi de dilden dile dolaşır. Aşık olduğu Tamara için Van Gölü sularında canını veren genç çoban ve Akdamar'ın hüzünlü hikayesi gerçek midir bilinmez ama yıllardır dilden dile dolaşır durur. Adanın adı Ahtamara iken zamanla dil evrelerinden dolayı günümüze Akdamar olarak gelmiş olduğu halk arasında yaygındır. Akdamar Adası'na ulaşım için Gevaş'ta adaya giden teknelerin kalktığı limana gitmeniz gerekiyor. Limandan kalkan teknelerle 15 dakika süren bir yolculuktan sonra adaya ulaşılabiliyor.

1021 YILINDA VASPURAKAN KRALLIĞI YIKILINCA 1113'TE BU YAPI MANASTIRA DÖNÜŞMÜŞ VE ERMENİ PATRİKLİĞİ MERKEZİ OLMUŞ

KEŞİŞ MANUEL'E YAPTIRILMIŞ

Adaya ulaşır ulaşmaz Akdamar Kilisesi karşılıyor sizleri. Adını adadan alan bu kilise, Vaspurakan Hanedanı Kral I. Gakik tarafından M.S. 915-921 seneleri arasında Mimar Keşiş Manuel'e yaptırılmış. Ortaçağ Ermeni sanatını yansıtan kilisenin dış cephesi, zengin bitki ve hayvan motifleri ve 'Kutsal Kitap'tan alınma sahnelerle bezeli. 1021 yılında Vaspurakan Krallığı yıkılınca, 1113'te bu yapı manastıra dönüşmüş ve Ermeni Patrikliği merkezi olmuş. Akdamar kilisesi manastır olduktan sonra Kutsal Haç Kilisesi ismiyle bilinmeye başlamış. Günümüzde Ermeni toplumu tarafından da kutsal kabul edilen kilise, çok sayıda Ermeni ziyaretçiyi de ağırlıyor.

VAN GÖLÜ DEĞİL, VAN DENİZİ

Muradiye ilçesi göreceğimiz ikinci durağımız. Bend-i Mahi Çayı üzerinde yer alan ve şehir merkezine 80 kilometrelik mesafede bulunan Muradiye Şelalesi'ni görmek niyetimiz. Her yıl nisan ayından temmuz ayına kadar süren kefal göçünün yaşandığı Muradiye Şelalesi, ismini Osmanlı padişahı IV. Murat'tan alıyor. 50 metre yükseklikteki şelale, kış aylarında donmuş görüntüsüyle kendine hayran bırakıyor. Şelale bahar ve yaz aylarında debisi yükseldiği için oldukça görkemli bir hal alıyor. Üzerine kurulu asma köprüden seyri ise sıcak yaz gününde ılık bir meltem gibi geliyor. Van'ın en önemli simgelerinden birini son güne saklıyo-

>>



ERCEK GÖLÜ

ruz. İstikamet Van Gölü ya da Vanlıların deyimiyle Van Denizi. Gerçekten de ilk bakışta sonsuz bir denizi andırıyor. Bir dönem adı 'canavarı'yla meşhur olsa da bundan çok daha fazlası Van Gölü. Etrafında sayısız güzelliği yaşatan gölde yüzenlerin sayısı oldukça fazla. Özellikle yaz aylarında serinlemek isteyenler Van'ın Edremit ilçesinden göle giriyorlar. Hatta göl kenarında plajlar bulunuyor. Ayrıca Edremit sahilinde teknelerin bulunduğu alanlarda göle karşı balık ekmek yemek de buraya gelince yapılması gerekenler listesinde.

MURADİYE ŞELALESİ





VAN KEDİSİ



VAN GÖLÜ

VAN'DA SAYILARI 60'I BULAN KAHVALTI SALONLARI GÜN IŞIĞI İLE AÇILIYOR VE GÜN BATARKEN KAPANIYOR



VAN KAHVALTISI



İNCİ KEFALİ

BU DENEYİMLERİ YAŞAMADAN DÖNMEYİN

- Akdamar Adası'nda Akdamar Kilisesi'ni ziyaret etmeden,
- Urartulardan kalan Van Kalesi'ni görmeden,
- Van Gölü'nde günü batırmadan,
- İnci kefali yemeden,
- Van kedilerini görmeden,
- Kahvaltıda otlu peynir yemeden
- Rus Pazarı'na uğramadan dönmeyin.

GÜNCEL İŞ VE EKONOMİ HABERLERİ İÇİN TAKİP EDİN

platindergisi

www.platinonline.com



App Store'dan İndirin
Google play 'DEN EDİNİN
e-dergi
Dergilik



İÇ MEKÂN TASARIMININ TEMELLERİ

SIMON DODSWORTH & STEPHEN ANDERSON

Literatür Yayıncılık

'İç Mekân Tasarımının Temelleri' kitabının ikinci baskısı, iç mekân tasarımının anahtar öğelerine ve temellerine bir giriş sunuyor. Başlangıç aşamalarından üç boyutlu biçime kadar önemli kavramlar kolay anlaşılır; ancak detaylı bir şekilde, bu disiplinin yaratıcı olanaklarını ortaya çıkararak ele alınıyor. Metin boyunca yeni bir tasarımcı için rehberlik edecek ipuçları ve projelerin gerekliliğine uyacak yöntemler anlatılıyor. Bu yaklaşımla tasarımcının kendi becerilerine güvenmesi ve her bir projenin getirdiği yeni zorluklarla başa çıkması hedefleniyor. Kitabın güncellenen ve genişletilen ikinci baskısında Birleşik Krallık, ABD ve Güney Kore'nin de dahil olduğu ülkelerde yapılmış projelerle ilgili altı yeni söyleşide, tasarımcıların çalışmaları hakkında ayrıntılı veriler sunuluyor.



MEKÂNI DÜŞÜNMEK

KOLEKTİF

Nika Yayınevi

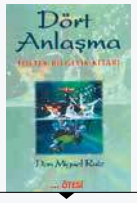
Mekân, gündelik hayatta genellikle 'nerede' sorusuyla ilişkili olarak kullanılır. Oysa söz konusu kavram başka sorularla ilişkili olduğu gibi, tek disiplinin bakış açısıyla da sınırlı bir anlama sahip değildir. Mimarlıktan sinemaya, felsefeden politikaya uzanan geniş evrende mekân olgusu, hem yeniden anlamlanıyor hem de sorulacak sorular, verilen yanıtların çeşitliliği oranında çoğalıyor. Bu kitapta bir araya getirilen makaleler de hem olgunun bu disiplinler arası niteliğine vurgu yapmak hem de bu niteliğe vurgu yaparken farklı bakış açılarının doğurduğu yeni soruları da okurun zihninde uyandırmak amacı taşıyor. Bu doğrultuda, tekil bir uzmanlık alanına sıkışmak yerine, felsefe, politika, mimarlık ve sinema alanlarının perspektifinden yararlanarak mekânı anlatmayı deneyen bu çalışmada, 'mekân nedir ve nasıl üretilir?' sorularına yanıt bulacaksınız.



ETOHUM YÖNETİCİ ORTAĞI
ASLI BÜYÜKDEMİR ÖNERİYOR



İNSAN İNSANA
DOĞAN CÜCELOĞLU



DÖRT ANLAŞMA
DON MIGUEL RUIZ



HAYVAN ÇİFTLİĞİ
GEORGE ORWELL

YENİ ÇIKAN İŞ KİTAPLARI

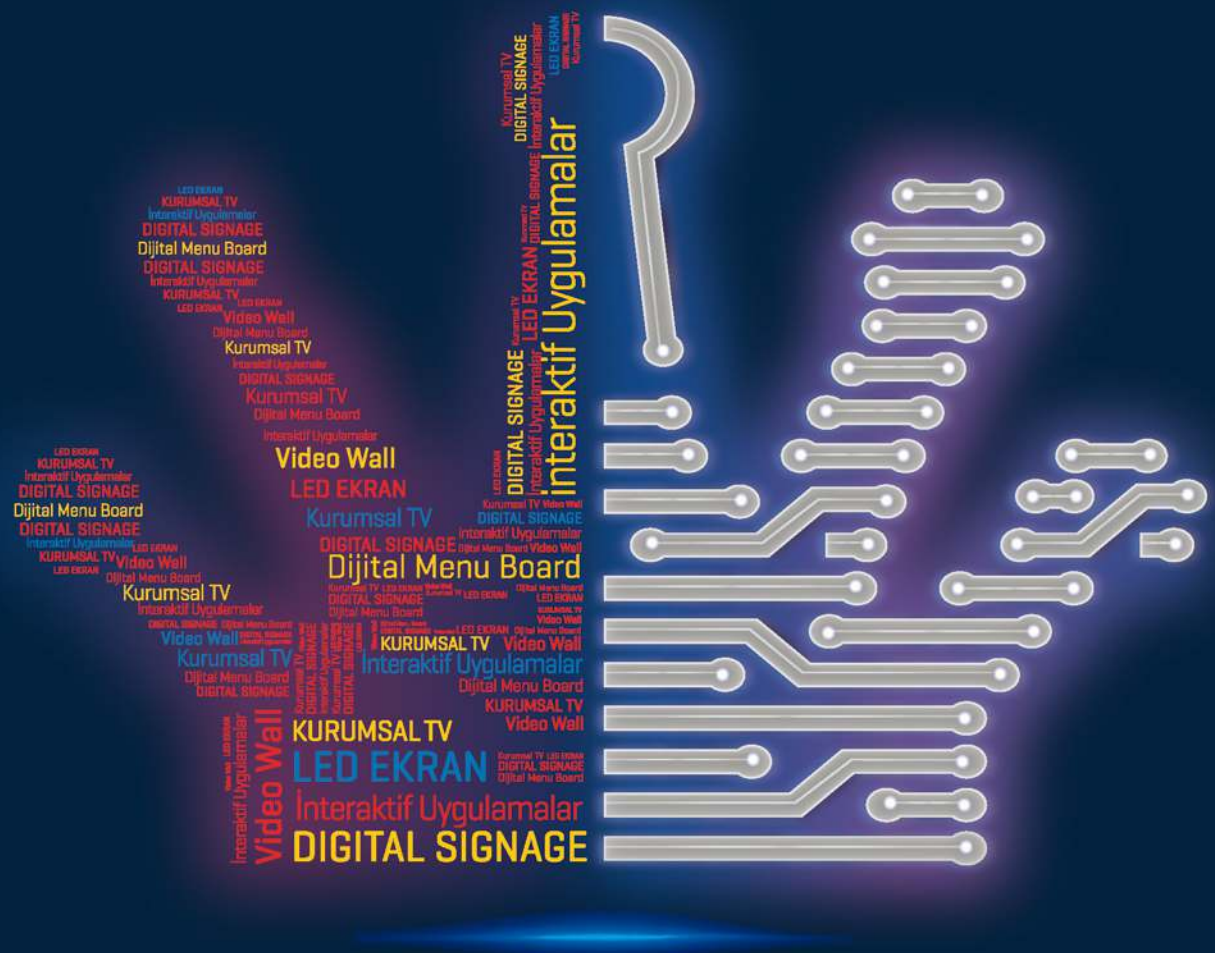
Finansal Yönetim
Aysel Gündoğdu / Gazi Kitabevi

İyi Yaşam Felsefesi
Charles Gore / Pinhan Yayıncılık

Kentsel Ekonomi
Zeynep Peker / Nobel Akademik Yayıncılık

GELECEĞE TAŞIYAN DİJİTAL ÇÖZÜMLER

16 yıl önce gelecek hedeflerimizi bu slogan ile belirledik.
Bugün 22 ülkede 40.000'den fazla ekranı müşterilerimiz adına yönetiyoruz.
Türkiye'nin "digital signage" markasıyız!



Perakende | Gıda | Otel | Banka | Üretim Tesisi | Enerji | Ulaşım | Büyük İşletme
Sinema | Eğitim | Telekom | Kamu | Açıkhava | Otomotiv | Sağlık

Sistem9

0212 691 64 00 | www.sistem9.com

/sistem9 /sistemDokuzMedya /Sistem9Medya /sistem-9-medya /Sistem9Medya

"Geleceğe Taşıyan Dijital Çözümler"

Değerli anlar hep yaşansın diye
Türk Telekom 81 ilde, milyonlarca evde



Türk Telekom
Değerli Hissettirir

Belirli noktalar hariç.
Türk Telekom sabit internette liderdir.
BTK 2020 3. Çeyrek Pazar Verileri Raporu'na göre; TTNET A.Ş. Türkiye'nin abone sayısında lider sabit internet işletmecisidir.
Ayrıntılar için: **www.turktelekom.com.tr**

PLATİN

MAYIS 2021

PLATİN DERGİSİ'NİN ÜCRETSİZ EKİDİR.



İMALAT SANAYİSİNİN KRİTİK SEKTÖRÜ: KİMYA

KALKINMA İÇİN ÖNCELİKLİ SEKTÖRLERDEN OLAN KİMYA; SÜRDÜRÜLEBİLİR POLİTİKALAR VE HAMMADDEDE YERLİLEŞME ATAĞI İLE GELİŞİYOR

HALKBANK'ın katkılarıyla

ÖNCE İŞ DÜNYASI DEDİK, PARAF'I YENİLEDİK!



İş dünyasına özel fırsatlar sunan yeni Paraf'la tanışın:

- Nakit akışınızı düzenleyin,
- Anlaşmalı tedarikçilerde özel indirimler kazanın,
- Ürün tedariklerinizi ister taksitli ister vadeli yapın,
- Çek, senet ve nakitle uğraşmayın.

Üstelik yeni Paraf Esnaf, Paraf KOBİ ve Paraf Business'la banka kartı ve kredi kartı özelliği tek kartta!

ParafPara Kazanma Fırsatı

Medline Acil Sağlık Hizmeti

HALKBANK

Ayrıntılı bilgi için: parafcard.com.tr | 0850 222 0 401 Kurumsal Dialog



Paraf.

PLATİN
İŞ VE EKONOMİ DERGİSİ

ISSN 1301-6288

Atatürk Mahallesi Bahariye Cad. No:31
Küçükçekmece 34307 İstanbul
Tel: 0212 473 20 00
www.platinonline.com

TürkMedya
T MEDYA YATIRIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Oya Yalıman **Yayın Yönetmeni**

Bahar Akgün **Yazı İşleri Müdürü**
Mustafa Gündoğdu **Editör**
İrem Sertbaş **Editör**
Melih Kocagil **Editör**
Umut Çelik **Web Editörü**

Meral Erdoğan **Art Direktör**
Serhan Sürücü **Görsel Yönetmen**
Mesude Bülbül **Fotoğraf Editörü**

Özkan Demir **Sorumlu Müdür-Yayın Sahibi Temsilcisi**

REKLAM GRUBU
Gözde Yörükoğlu Ersu **Dergiler Reklam Grup Başkanı**
Alev Zorlutuna **Reklam Satış Grup Koordinatörü**
Şevket Eymen Yamanoğlu **Reklam Satış Grup Koordinatörü**
Eda Yendi **Reklam Satış Direktörü**
Levent Çolak **Reklam Satış Direktörü**
Meryem Bahadır **Reklam Satış Direktörü**
Erdinç Günel **Rezervasyon Müdürü**
rezervasyon@platinonline.com
Tel: 0212 449 30 50

BASKI - DAĞITIM
Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş.
Tel: 0212 354 30 00
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

Yaygın süreli yayındır.

Dergide yayınlanan yazı ve fotoğrafların tüm hakları
T Medya Yatırım Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ne aittir.
İzin alınmaksızın kısmen ya da tümüyle kullanılamaz.



İREM SERTBAŞ

Kimya sektörü hammaddede **yerlileşerek büyüyecek**

Beslediği çok sayıda sektörden aldığı güçle büyük bir potansiyel barındıran kimya sanayisi; çiftçiler için pestisitler ve gübreler, sağlık sektörü için ilaçlar, tekstil endüstrisi için sentetik boyar maddeler ve lifler, kozmetik endüstrisi için sabunlar ve güzellik yardımcıları, gıda sanayisi için sentetik tatlandırıcılar ve tatlar, ambalaj endüstrisi için plastikler, kimyasallar ve otomobil endüstrisi için yapay kauçuk üretiyor. Sektördeki üretimin yaklaşık yüzde 77'si kendi içinde ve diğer sektörlerde girdi olarak kullanılıyor. İlk çeyrekte gerçekleştirdiği 5.31 milyar dolarlık ihracat ile yüzde 14 büyüyen kimya sektörü; hammadde ihtiyacının yerlileşmesi ve bu sayede dışa bağımlılığının azaltılması ile sanayi ve ticaret hamlelerini güçlendirmeyi planlıyor.

UZUN VADELİ GÖRÜNÜM POZİTİF YÖNDE

KPMG verilerine göre; Türk kimya sektörünün uzun vadeli görünümü ise pozitif alanda kalmayı sürdürüyor. Potansiyeli yüksek iç pazar, ihracat kabiliyeti, dışa bağımlılığın azaltılmasına yönelik kamu iradesi gibi değişkenler, yatırım ortamını ve dolayısıyla uzun vadeli görünümü destekliyor. Pek çok sektöre girdi sağladığı için üretim ve pazar çeşitliliğinin yüksek oluşu, sektörün yüksek büyüme ve ihracat potansiyeli, yabancı yatırımcı ilgisinin artması, genel trendin yatırımların doğuya kayma yönünde oluşu, yerli yatırımcının yatırım iştahı, tekstil, halı, otomotiv, ilaç ve deterjan gibi ana sektörlerdeki güçlü kapasite gibi güçlü yönler; kimya alanında öne çıkan fırsatlar… Gerek direkt satışlar gerekse ara mal satışları açısından sektörün son yıllardaki en hızlı büyümesini göstereceği düşünülüyor. Kimya sektörün bugünü ve yarınını sizler için inceledik. Keyifli okumalar…

Kimya endüstrisinin **geleceği**

KİMYA ENDÜSTRİSİ HEM GLOBAL ARENADA HEM DE ÜLKEMİZDE PANDEMİ İLE BERABER YENİDEN ŞEKİLLENİYOR. **İŞTE, SEKTÖRDE ÖNE ÇIKAN TRENDLER**

Pandeminin etkisiyle, son 12 aylık süreç, bütün şirketler ve faaliyet gösterdikleri alanlar için zorlu bir sınava dönüştü. Kimya şirketleri, büyük olasılıkla iş modellerini yeniden düşünmeye ve yatırım ortamlarını çevik ve teknoloji destekli kalmaya devam edecek şekilde genişletmeye yönelecek. Böylece önümüzdeki yıllarda, pandemi sonrasında büyümeye devam edebilecekler. Alternatif materyal kullanımı ve döngüsel ekonomiye geçiş ile birlikte şirketler için önemli fırsatlar ortaya çıkacak.

Öte yandan, salgınla berber küresel tedarik zincirinde ortaya çıkan kırılganlık, kimya sektörünü de değiştirecek. Bunun sonucu olarak, tedarik zinciri direnci ve çevikliği daha da yüksek bir öncelik haline gelecek. PwC tarafından yayınlanan 'Kimyasal Anlaşmalar İçgörüleri: 2021 Görünümü Raporu' verileri de oldukça dikkat çekici...

DEĞİŞEN ENDÜSTRİ YOLLARI

Salgın sırasında kimya şirketlerinin son pazarları çok farklı şekilde etkilendi. Hijyen, tarım, beslenme ve ilaç sektörlerine odaklanan son pazarlara sahip özel kimya şirketleri başarılı oldu. Bununla birlikte, emtia kimyası şirketleri, tedarik zinciri kesintilerini azaltmak ve iş gücü güvenliğini sağlamak için gereken daha yüksek işletme maliyetleriyle birlikte daha düşük taleple mücadele etti. Kimya şirketlerinin, operasyonları istikrara kavuşturmaktan ve nakit biriktirmekten, temel faaliyetlerini ikiye katlamaya ve çekirdek olmayan işler için stratejik alternatifler keşfetmeye geçeceği tahmin ediliyor. Şirketler ve özel sermaye; düşük, organik büyüme ortamında büyüme ve marj genişlemesi peşinde olduğundan, özel kimyasallar birleşme ve devralmalarında bir patlama olması muhtemel.



ÇOK MODLU BİR DÜNYAYA DÖNÜŞ

Pandemiden önce bile jeopolitik belirsizlikler ve artan vergiler, küresel kimya şirketlerini, küresel stratejilerini ve ayak izlerini yeniden düşünmeye motive etti. Koronavirüs'ün devam eden aktarımı, küresel tedarik zincirlerini daha da bozdu ve çok modlu bir dünyaya dönüşü hızlandırdı. Kimya şirketlerinin bölgesel merkezler kurmak için harekete geçmeleri veya küresel maliyet yapılarını optimize ederken tedarik zinciri risklerini azaltmak için bölgesel ittifaklar aramaları nedeniyle sınır ötesi anlaşma faaliyetlerinin artmasını bekleniyor.

SERMAYENİN GELECEĞİ

Makroekonomi, kimyasallar sektörü anlaşma faaliyeti için kilit bir itici güç olmaya devam ederken, sermaye kullanılabilirliği bir kolaylaştırıcı haline geldi. Büyük kamu şirketleri ve özel sermaye için borç tarihsel olarak ucuzdur ve büyük ülkelerdeki faiz oranlarının önümüzdeki yıllarda düşük kalması bekleniyor.

Sektörünün yapısı, **sermaye ve teknolojiye dayanıyor**

YAPISAL OLARAK YÜKSEK KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLERE DAYANAN KİMYA SEKTÖRÜ, **SERMAYE VE TEKNOLOJİYLE GELİŞİYOR. KPMG'NİN YAYINLADIĞI 'SEKTÖREL BAKIŞ 2020 KİMYA RAPORU'NDAN ÖNE ÇIKAN BAŞLIKLAR, ŞU ŞEKİLDE SIRALANIYOR:**



1 Satışlara ülke bazında bakıldığında, Çin'in tartışmasız liderliği görülüyor.



2 Küresel talepte ılımlı bir iyileşme beklentilere dahil oldu. Bu bağlamda, kimya sektörünün geçtiğimiz yakın dönemdeki performansının üzerine çıkması, ama orta vadede küresel ekonomideki ivme kaybıyla uyumlu; ılımlı bir büyüme performansı sergilemesi bekleniyor. Sektördeki ana riskler ise rekabet ve çevresel etkilere bağlı olarak gelişebilecek yasal düzenlemeler olarak öne çıkıyor.



3 Türk kimya sektörü dendiğinde akla rafine edilmiş petrol ürünleri, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı ile kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı geliyor.



4 Türk kimya sanayinde firma sayısı açısından küçük ölçekli firmaların ağırlıkta olması dikkat çekerken, az sayıda büyük ve küresel şirket de faaliyet gösteriyor. Ülkemizde 2019 Ekim sonu itibariyle faaliyet gösteren 5 bin 054 kimya şirketinin yüzde 73'ünün çalışan sayısı 10'dan az. Çalışan sayısı 100'den az olan şirketlerin sayısı ise 4 bin 889. Yani, ülkemizde faaliyet gösteren kimya şirketlerinin yüzde 97'si 100'den az çalışanla faaliyet gösteriyor.



5 Sektörde, ülkemiz imalatçıları hammadde kapsamında petrokimya, ara mamul niteliğinde boya, sentetik elyaf, gübre ve soda gibi mamuller üretiyor. Nihai tüketim malı kanadında ise deterjan ve kozmetik ürünlerin imalatı öne çıkan iki grup.



6 Dönemsel dalgalanmaların ötesinde, genel trende bakıldığında ise trendin yukarı yönlü olduğu görülüyor. Bu, gelişmekte olan bir ekonomi olan ülkemiz ekonomisi içinde kimya sanayinin hâlâ büyüme trendinde olduğunu ve uzun vadeli potansiyelini ortaya koyuyor.



7 Sektör, borsa yatırımları dışında doğrudan yabancı yatırım çekme konusunda görece kısır olmakla birlikte, son 10 yılda yaklaşık 3.4 milyar dolar tutarında doğrudan yabancı yatırım çekti. 2019 yılında çekilen yaklaşık 500 milyon dolar tutarındaki yatırım ise 2012'den bu yana görülen en yüksek rakam olarak kayıtlara geçti.



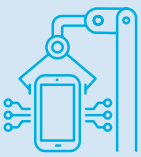
8 Türkiye'de petrokimya sahasında önemli yatırımlar devreye alınıyor. Bu noktada Adana Ceyhan, petrokimya üretim havzası olarak planlandı. Rönesans Holding, Cezayir Devleti'nin milli enerji şirketi Sonatrach ortaklığı ile Ceyhan Mega Petrokimya Endüstri Bölgesi'nde 1.2 milyar dolarlık polipropilen üretim tesisi kuruyor.



9 Türk kimya sektörünün uzun vadeli görünümü pozitif alanda kalmayı sürdürüyor. Potansiyeli yüksek iç pazar, ihracat kabiliyeti ve dışa bağımlılığın azaltılmasına yönelik kamu iradesi gibi değişkenler yatırım ortamını ve dolayısıyla uzun vadeli görünümü destekliyor.

2021'de öne çıkan **4 pazar trendi**

KİMYA ŞİRKETLERİNİN, COVID-19 KAYNAKLI EKONOMİK KRİZİ, ODAKLANDIKLARI SON PAZARLAR **HAKKINDA BİLİNÇLİ VE KASITLI STRATEJİK SEÇİMLER YAPARAK KALICI İŞ GÜCÜ OLUŞTURMAK ADINA BİR FIRSAT OLARAK KULLANABİLECEKLERİNE DEĞİNEN DELOITTE, KİMYA SEKTÖRÜ İÇİN ÖNE ÇIKACAK 5 TRENDİ BELİRLEDİ**



1 ENDÜSTRİNİN İYİLEŞMESİNİ VE GELECEKTEKİ BÜYÜMEYİ DESTEKLEYEBİLECEK YENİ DEĞER AKIŞLARINA VE UYGULAMALARA DOĞRU KAYMAYA ODAKLANIN

Son pazar çeşitliliği ve daha dayanıklı sektörlere maruz kalma nedeniyle, ekonomik durgunluğun kimya endüstrisinin durumu üzerindeki etkisi, otomotiv gibi diğer endüstrilerle karşılaştırıldığında 2021'de muhtemelen ılımlı olacaktır. Maliyet optimizasyonu ve sermaye disiplinine ek olarak, endüstri oyuncuları muhtemelen sağlık hizmetleri ve elektronik gibi büyüyen son pazarlara öncelik vererek değişen talebe yanıt vereceklerdir.



2 DÜZENLEME, TİCARET VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKLE İLGİLİ POLİTİKA ÖNERİLERİNİN ÖNEMLİ ETKİSİ OLABİLİR

Yeni ABD yönetimi, ittifaklar ve koalisyonlar gibi diğer önlemlere kıyasla daha az etkili bir ticaret aracı olarak gördüğü için endüstri tarifelerini gözden geçirme sözü verdi. Yeni yönetim ayrıca Çin ile devam eden ticaret anlaşmazlığının sona ermesini savunuyor. Bu, ABD kimya pazarı ihracatını artırabilir ve fiyatlarda potansiyel bir canlanma yoluyla endüstri kârlılığını yükseltebilir.



3 PLASTİK ATIKLARLA İLGİLİ ARTAN ENDİŞELER ARASINDA ORTAYA ÇIKAN FIRSATLAR

Kimyasal pazar tüketicileri, sürdürülebilirliğe giderek daha fazla değer veriyor. Ürünlerde döngüsellik öne çıkıyor. Kimya şirketleri dekarbonizasyon teknolojilerini hızlandırabilir. 2021'de birçok kimya şirketinin, ürün tekliflerine mekanik olarak geri dönüştürülmüş ve yenilenebilir hammadde bazlı polimerler eklemesi ve potansiyel olarak oyunun kurallarını değiştiren yeşil teknolojileri, ticari bir ölçekte tanıtmak için gelişmiş geri dönüşüme yatırım yapması bekleniyor.



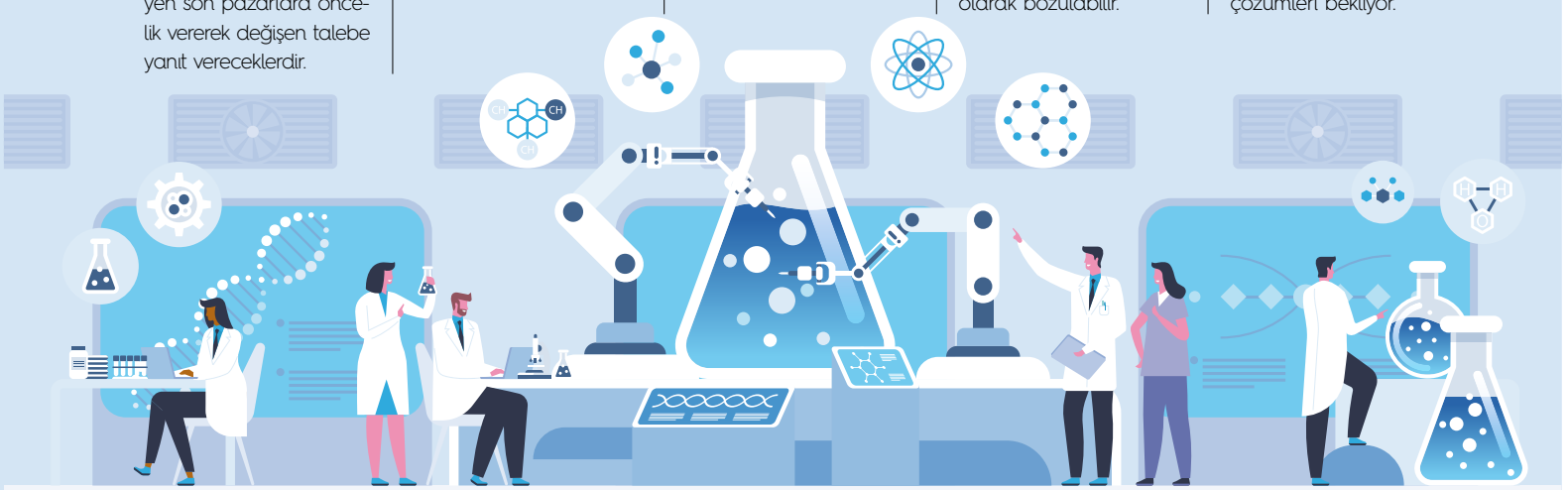
4 HAMMADDE OYNAKLIĞININ ABD'Lİ KİMYA ŞİRKETLERİNİN KÜRESEL İHRACAT REKABETÇİLİĞİNİ DEĞİŞTİRMESİ OLASI DEĞİL

Deloitte, seçim sonrası anketinde kimya yöneticilerinin yüzde 58'inin, ABD kimyasal eşya endüstrisi için ihracatta rekabet gücünde hammadde maliyet avantajının en azından önümüzdeki üç yıl boyunca devam edeceğine inandıklarını belirtti. Arz-talep dengesizliği gibi faktörler nedeniyle doğal gaz fiyatlarında beklenmedik ve sürekli artış veya petrol fiyatlarında önemli bir düşüş nedeniyle avantaj geçici olarak bozulabilir.



5 KİMYA ŞİRKETLERİ, UZAKTAN VE DİJİTAL SATIŞ KANALLARINDAN GİDEREK DAHA FAZLA YARARLANACAK

Doğası gereği döngüsel olan kimya şirketleri, çalışma ve müşterilere hizmet verme şekillerinde önemli değişiklikler yaşıyor. Şirketler uzaktan nasıl çalışacaklarını, ürünleri nasıl satacaklarını ve müşterilerle nasıl etkileşim kuracaklarını ayarlıyor. Kimya endüstrisi müşterileri, özellikle temassız bir ortamda basitleştirilmiş bir sipariş süreci bekliyorlar. Alıcılar, yüz yüze etkileşimi sınırlayan daha iyi dijital deneyimler ve canlı sohbet gibi e-ticaret çözümleri bekliyor.



Kimya sektörü ihracatı ilk çeyrekte **yüzde 14 büyüdü**

İSTANBUL KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ (İKMİB) VERİLERİNE GÖRE, **2021 YILI MART AYINDA YÜZDE 34,60 ARTIŞLA 2 MİLYAR DOLAR DEĞERİNDE KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ İHRACATI GERÇEKLEŞTİRİLDİ**

Bu rakam ile aylık bazda şimdiye kadar en yüksek ihracat rakamına ulaşılarak rekor kırıldı. Sektör, ilk çeyrekte gerçekleştirdiği 5.31 milyar dolarlık ihracat ile yüzde 14 büyüdü. Kimya sektörünün mart ayı ihracat rakamlarını değerlendiren İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, "Ülkemiz bu yıl mart ayında 18.98 milyar dolar ile tüm zamanların aylık rekoruna ulaştı. Kimya sektörümüz de bu yıl mart ayında aylık bazda rekor kırarak yüzde 34,60 artışla 2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. İlk üç ayda ihracatımız yüzde 14 artışla 5.31 milyar dolara ulaştı. Sektörümüz hem aylık bazda hem de yıllık bazda en çok ihracat gerçekleştiren ikinci sektör olmaya devam ediyor. Tüm zamanların en iyi performansını gerçekleştirmiş olduk. Tüm zorlu koşullara rağmen bizi rekora taşıyan ihracatçılarımızla gurur duyuyoruz. Diğer yandan son zamanlarda yaşadığımız lojistik ve tedarik problemleri, hammadde fiyatlarındaki artışlar, dolar kurundaki volatilite, finansmana ulaşmadaki zorluklar gibi sektörümüzü zorlayan sebepler de var. Lojistik problemlerimizin ve konteynır bulma problemlerimizin olması, hammadde fiyatlarındaki yükselişe bağlı olarak da hammadde tedariğindeki sorunlardan dolayı bu rakamın çok üstüne çıkamadık.



İSTANBUL KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ (İKMİB) YÖNETİM KURULU BAŞKANI ADİL PELİSTER

Ayrıca, son dönemde tüm dünyada ve ülkemizde artışa geçen Covid-19 vakalarının da tekrar kontrol altına alınması, ticaretimizin geleceği için çok önemli. Hedeflerimize ulaşmada bizi zorlayan bu koşulların en kısa zamanda düzelmesini bekliyoruz. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) yakın zamanda lojistik platformu çalışması yaptıklarını duyurdu. Bu çalışmanın ihracatçılarımız için özellikle de KOBİ'lerimiz için önemli bir görev üstleneceğine inanıyoruz. Diğer yandan Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi programına alınan kimya sektörümüz için Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımız tarafından mayıs veya haziran ayında çağrıya çıkılması planlanıyor. Yatırım ortamının da iyileştirilmesiyle sektörümüzde yatırımların artmasını umuyoruz" dedi.

EN FAZLA İHRACAT YAPILAN ÜLKE, ABD OLDU

ABD, mart ayında en çok ihracat yapılan ülke oldu. Mart ayında ABD'yi takip eden ilk onda yer alan diğer ülkeler ise Almanya, İtalya, Irak, Yunanistan, Hollanda, İngiltere, İspanya, Nijerya ve İsrail oldu. Mart ayında en çok ihracat yapılan 10 ülkeden 9'una ihracat artışı olurken, Hollanda'ya yapılan ihracatta azalma oldu. İlk 10 ülke arasında en çok artış, yüzde 798,27 ile Nijerya'ya gerçekleştirildi. ABD'ye yapılan kimya ihracatı 2021 yılı Mart ayında 121 milyon 708 bin dolar olarak gerçekleşti. Geçen yıl aynı döneme kıyasla yüzde 81,81 arttı. Mart ayında ABD'ye en çok mineral yakıtlar, mineral yağlar ve ürünler, plastikler ve mamulleri, anorganik kimyasallar ve kauçuk, kauçuk eşya ihraç edildi. 2021 yılı Ocak-Mart döneminde en çok kimya ihracatı yapılan ülkeler ise sırasıyla Almanya, İtalya, ABD, Irak, Yunanistan, İspanya, Hollanda, İngiltere, Belçika ve Lübnan olarak sıralandı.

MART AYINDA EN ÇOK PLASTİKLER VE MAMULLERİ İHRACATI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Mart ayında kimyevi maddeler ve mamulleri ürün gruplarında plastikler ve mamulleri ihracatı, 732 milyon 480 bin dolarla kimya ihracatında ilk sırada yer aldı. İkinci sırada 373 milyon 220 bin dolarlık ihracatla mineral yakıtlar, mineral yağlar ve ürünler yer alırken, anorganik kimyasallar ihracatı 185 milyon 579 bin dolarla üçüncü sırada yer aldı. Anorganik kimyasalları takiben ilk onda yer alan diğer sektörler ise; kauçuk, kauçuk eşya, uçucu yağlar, kozmetikler ve sabun, eczacılık ürünleri, boya, vernik, mürekkep ve müstahzarlar', muhtelif kimyasal maddeler, organik kimyasallar ve yıkama müstahzarları oldu. Mart ayında alt sektörlerde en çok ihracat artışı yüzde 84,74 ile organik kimyasallar sektöründe gerçekleşti.

COVID-19 ÜRÜNLERİNDE EN ÇOK TANI KİTLERİ İHRAÇ EDİLDİ

Kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründe yer alan; dezenfektan, kolonya, ilaç, sabun ve tanı kitleri olmak üzere Covid-19 ürünleri ihracatı mart ayında geçen sene mart ayına göre yüzde 9,93 artış göstererek 27.7 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu yıl Mart ayında ihracatı yapılan Covid-19 ürünlerinde, tanı kitleri ihracatı yüzde 100,57 artışla 15 milyon 398 bin dolar ile ilk sırada yer alırken, dezenfektan ihracatı yüzde 45,51 azalarak 5 milyon 273 bin dolar ile ikinci, sabun ihracatı yüzde 39,11 azalışla 3 milyon 616 bin dolar ile üçüncü, ilaç ihracatı yüzde 101,30 artışla 1 milyon 767 bin dolar ile dördüncü ve kolonya ihracatı yüzde 60,10 artışla 1 milyon 646 bin dolar ile beşinci sırada yer aldı. Mart ayında tanı kitleri ihracatında ilk üçte yer alan ülkeler Almanya, Libya ve Birleşik Arap Emirlikleri olurken; dezenfektan ihracatında ABD, Libya ve Irak, sabun ihracatında Irak, İsrail ve ABD, ilaç ihracatında Bulgaristan, Almanya ve Azerbaycan-Nahçıvan, kolonya ihracatında ise Almanya, ABD ve Hollanda ilk üçte yer aldı. Bu yıl ocak-mart döneminde ise kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründe Covid-19 ürünleri ihracatı yüzde 41,92 artarak 74 milyon 133 bin dolara ulaştı. İlk çeyrekte 36.1 milyon dolar ile en fazla tanı kitleri ihracatı yapılırken, en çok ihracat artışı yüzde 147,05 ile yine tanı kitlerinde oldu.



DEZENFEKTAN, KOLONYA, İLAÇ, SABUN VE TANI KİTLERİ OLMAK ÜZERE COVID-19 ÜRÜNLERİ İHRACATI; **MART 2021'DE GEÇEN YILIN MART AYINA GÖRE YÜZDE 9,93 ARTIŞ GÖSTERDİ**

"CARİ AÇIĞI AZALTMAYI HEDEFLİYORUZ"

Öte yandan, Pelister, 27 Şubat 2021 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 'Öncelikli Ürün Listesi Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ' kapsamında tebliğin 3'üncü maddesindeki değişiklik ile kimya, ilaç ve medikal sektörlerinin, Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı'na alınmasına ilişkin yazılı bir değerlendirme yapmıştı. Pelister açıklamasında, şunları söylemişti: "Yerli ve milli üretime öncelik verilmesi, yüksek katma değerli ürün üretimine geçilmesi ve firmalarımızın ölçek büyütmesi sektörümüzün geleceği açısından büyük önem taşıyor. Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi programında da öncelik verilen kimya sektörümüzde yeni yatırımların artacağına inanıyoruz.
Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştiren ikinci sektörü olan kimya sektörü olarak, yüksek katma değerli ürünlerle kilogram başına düşen ihracat bedelini artırmayı ve cari açığı azaltmayı hedefliyoruz. Bu kapsamda İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği olarak, özellikle kimya sektörümüzün hammadde bakımından yüzde 70 dışa bağımlı olduğunu göz önüne aldığımızda sektörümüzün üretimde ihtiyacı olan hammaddelerin yerli üretimi konusunda önemli bir çalışma yaptık. Kimyada ithalatı frenleyecek ve cari açığın azalmasında etkin rol oynayacak önemli bir sektörel rapor hazırladık. Türk Kimya Sektörü Yatırım Öncelikli Ürünler Raporu ile kimya alanında en fazla ithal edilen 157 ürün kategorisini mercek altına alarak, yerli üretim hamlesi bekleyen 103 stratejik ürün alanını belirledik. Türk kimya sanayisine güç katacak öncelikli ürünlerin yerli olarak üretilmesiyle toplamda 20.7 milyar dolarlık ithalatın önüne geçilebileceğini öngörüyoruz."

TABLO 1: 2021 AYLIK BAZDA KİMYA İHRACATI

Ay	2020 değer ($)	2021 değer ($)	Fark (%)
Ocak	1.683.218.155,09	1.632.165.926,30	% 3,03
Şubat	1.493.637.898,61	1.672.444.638,11	% 11,97
Mart	1.491.892.781,81	2.008.128.017,54	% 34,60
Toplam	4.668.748.836	5.312.738.582	% 13,79

"Kimya sektörü **ekonominin harcı"**

İSTANBUL KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ'NİN (İKMİB) 17'NCİ DÖNEM
BAŞKANLIĞINI YÜRÜTTÜĞÜ KİMYA SEKTÖR PLATFORMU (KSP) BÜNYESİNDE YAPILAN '2021 TÜRKİYE KİMYA SEKTÖR ŞURASI' GERÇEKLEŞTİ



İki yılda bir düzenlenen Türkiye Kimya Sektör Şurası, Kimya İhracatçı Birlikleri başta olmak üzere sendika, oda, federasyon, vakıf, dernekler ve üniversitelerle birlikte sektörün önde gelen 36 kurumunu bir araya getiren Kimya Sektör Platformu tarafından gerçekleştiriliyor. 2021 Türkiye Kimya Sektör Şurası'nın açılış konuşmaları, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, T.C. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, Kimya Sektör Platformu (KSP) Başkanı ve İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister tarafından yapıldı.

"EKONOMİ REFORM PAKETİ İLE TÜRKİYE'DEKİ YATIRIM ORTAMINI ÇOK DAHA CAZİP HALE GETİRECEĞİZ"

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, yaptığı konuşmada Covid-19 salgınının ekonomi, üretim ve tedarik zincirleri üzerindeki etkilerine değinerek, bu dönemde birçok sektöre girdi sağlayan kimya sektörünün de öneminin artığını söyledi. Küresel ekonomideki gelişmelerden Türkiye'nin de etkilendiğine ancak, uygulanan yerinde ve etkin politikalarla ülkeyi dünya genelinden pozitif ayrıştırmayı başardıklarına dikkat çeken Varank, "Ülkemiz geçen yıl yüzde 1,8 büyümeyle Çin'in ardından en yüksek büyüme kaydeden ikinci G20 ülkesi oldu. Ülkemizin bu dönemdeki başarısında en önemli pay sahiplerinden biri de imalat sanayimiz. Pandemiye rağmen, sanayi sektörü son bir yılda 337 bin ilave istihdam oluşturdu. Sanayi üretim endeksi verilerine göre ocak ayı sanayi üretimimiz beklentileri oldukça aşarak geçen yılın aynı ayına göre yüzde 11.4 bir önceki aya göre ise yüzde 1 arttı. Bu verilerle ocak ayında da yıllık bazda sanayi üretimini en çok artıran G20 ülkelerinden biri olduk. Yeni yatırım taleplerinde kayda değer bir artış var. Cumhurbaşkanımızın bugün açıklayacağı Ekonomik Reform Paketi ile Türkiye'deki yatırım ortamını çok daha cazip hale getireceğiz" dedi.

T.C. SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANI MUSTAFA VARANK

"KİMYA SEKTÖRÜ, İMALAT SANAYİSİNİN KİLİT SEKTÖRLERİNDEN BİRİ"

Kimya sektörünün imalat sanayisinin kilit sektörlerinden biri olduğunu vurgulayan Varank, şunları söyledi: "Sektör, 2009-2019 yıllarında girişim sayısı, üretim ve istihdam bakımından her yıl üzerine koyarak büyüyor. Sektördeki üretimin yaklaşık yüzde 77'si kendi içinde ve diğer sektörlerde girdi olarak kullanılıyor. Geleneksel endüstrilerin yanında geleceğe yön veren sektörlere de kritik hammadde ve ara ürünler sağlıyor. Bu açıdan bakınca kimya sektörü için ekonomimizin harcı dersek, herhalde yanlış olmaz. Sektörün kritik önemine rağmen yüksek oranda dışa bağımlı olduğunu ve bu alanda her yıl yaklaşık 20



milyar dolar dış ticaret açığı verildiğini görüyoruz.
Bunun nedenleri, üretimde ham petrol ya da doğal gaz gibi hidrokarbon kaynaklarına ihtiyaç duyulması ve ülkedeki petrokimya üretiminin yetersizliğinden kaynaklanıyor. Bakanlık olarak sektördeki açığın ve potansiyelin farkındayız ve bu nedenle kimya sektörünü öncelikli alanlardan biri olarak belirledik. Sektörün gelişimi için teşvik ve destek sistemimizi seferber ettik. Kritik ürünlerin yurt içinde üretimini desteklemek üzere endüstri bölgeleri kuruyoruz. Yatırım yeri, kolaylaştırıcı süreçler ve cazip destek imkanlarıyla başta petrokimya olmak üzere büyük ölçekli yatırımların yapılmasını teşvik ediyoruz. Onay verdiğimiz 22 endüstri bölgesinin 6'sı kimya sektörüne hizmet ediyor. Bu bölgelerdeki yatırımlar tamamlandığında cari dengemize yıllık 3 milyar doların üzerinde katkı sağlanacak." Kimya sektörünün kümelenmeye de uygun olduğunu belirten Varank, kimya ihtisas OSB'leri kurduklarını, İzmir-Aliağa, Kocaeli-Gebze, Yalova ve İstanbul-Tuzla kimya ihtisas OSB'lerinin başarılı sonuçlar verdiğini anlattı. Kimya sektörü için 2012'den bugüne kadar 3 bin 691 teşvik belgesi düzenlediklerini ifade eden Varank, bu yatırımların değerinin 96 milyar liranın üzerinde olduğunu bildirdi. Varank; kalkınma ajansları, TÜBİTAK ve KOSGEB aracılığıyla sektöre sağladıkları destekleri de anlattı.

"PLANLI VE PROGRAMLI HAREKET EDİLMELİ"

T.C. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan mesajında, ülke olarak hedeflerimize ulaşmak için yatırımı, üretimi ve ihracatı en önemli, en öncelikli memleket meseleleri arasında gördüklerini kaydetti ve şöyle konuştu: "Sektörler bazında planlı ve programlı hareket etmemiz son derece önem taşıyor. Gerçekleştirilen şura; sektörümüzün dinamiklerini hep birlikte masaya yatırmak, hedeflerimizi gözden geçirmek ve geleceği planlamak adına eşsiz bir fırsat sunuyor. Bildiğiniz üzere 2019 yılı ağustos ayında İhracat Ana Planımızı açıklamış, kimya sektörümüzü de 5 hedef sektörden biri olarak belirlemiştik. Bunun akabinde de hep birlikte kimya sektör stratejisi çalıştayımızı gerçekleştirmiştik. Bu çalıştay sonrasında çalıştay çıktılarının takibi, politika önerilerinin ele alınması ve uygulaması amacıyla çalışma grubumuzu tesis ettik. Çalışma grubumuz, bakanlığımızın ilgili birimleri ve İKMİB öncülüğünde teknik düzeyde düzenli ve sık aralıklarla online toplantılar gerçekleştirmişlerdir. Sektörümüzün planlı programlı, ayakları yere basan stratejiler çerçevesinde ilerleyeceğine olan güvenimiz tamdır. Ticaret Bakanlığı olarak birlikte yürümeye devam edeceğiz." Markalaşma açısından kapsamlı bir destek programı olan TURQUALITY kapsamında, kimya sektöründen halihazırda 54 firmayı desteklediklerini hatırlatan Pekcan, "Bu vesileyle tüm sektör firmalarımızı, ihracatta sağladığımız devlet desteklerinden, Türk Eximbank finansman imkanlarından ve geçtiğimiz ağustos ayında hizmete aldığımız, firmalarımıza kapsamlı bir dijital danışmanlık hizmeti sağlayan Kolay İhracat Platformu gibi imkanlardan yararlanmaya davet ediyorum" dedi.

"Sürdürülebilir teknolojilerin ön planda **olduğu yeni bir dönem"**

SOCAR TÜRKİYE'NİN İŞTİRAKİ PETKİM'İN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EKSENİNDE GELİŞEN 2021 PROJEKSİYONUNU, **SOCAR TÜRKİYE RAFİNERİ VE PETROKİMYA İŞ BİRİMİ BAŞKANI VE PETKİM GENEL MÜDÜRÜ ANAR MAMMADOV, PLATİN DERGİSİ İÇİN ANLATIYOR**

Portföyünde yer alan 60'a yakın türde petrokimya ürünüyle; plastik, kimya, ambalaj, boru, boya, inşaat, tarım, otomotiv, elektrik, elektronik, tekstil sektörlerinin yanı sıra ilaç, deterjan ve kozmetik gibi sektörlere de girdi sağlayan Petkim, kimya sektörünün önemli oyuncuları arasında yer alıyor.

> 2021'de sektör, kendi alanını dönüştürmek adına ne gibi inovatif adımlar atacak? Kimya alanında dijitalleşme ve otomasyon hangi konu başlıkları altında ön plana çıkacak?
Dünya, pandemi nedeniyle oldukça zorlu bir dönemden geçiyor. Ekonomik, toplumsal ve sosyal açıdan derin etkileri olan bu salgının, 2021 yılı ve sonrasını da şekillendireceğini düşünüyorum. Bu dönemde her şirket için uzaktan çalışma ve eğitim, operasyonel veriye uzaktan erişim öne çıkarken; rafineri-petrokimya alanlarında ileri teknolojiye, esnek üretim kabiliyetine sahip olan, dijital dönüşüm ve entegrasyon sürecini tamamlamış tesisler avantajlı konumda yer aldı. Pandemiyle birlikte görüldü ki, pek çok sektörde olduğu gibi rafineri ve petrokimyada da dijitalleşme ve otomasyon, ötelenemez bir öneme sahip. Artık sürdürülebilir teknolojilerin ön planda olduğu yeni bir dönemden söz ediyoruz. 2021 yılı ve sonrasında verimlilik, değişen koşullara hızlı ayak uydurabilme ve bunu destekleyen teknolojilerle ilgili kritik adımlar, sektörün en önemli ajandası olacak. Robotik süreç otomasyonunun daha yaygın bir şekilde kullanılacağı süreç madenciliği, yapay zeka, blockchain ve artırılmış gerçekliğin iş süreçlerine dahil edileceği bir dönem yaşayacağız. Veri analitiği ve ileri analitik yatırımları, bilgi güvenliğini iyileştirmek, akıllı otomasyon, dijital iş sürekliliğini sağlayacak yatırımlar öncelikli olacak.



SOCAR TÜRKİYE RAFİNERİ VE PETROKİMYA İŞ BİRİMİ BAŞKANI VE PETKİM GENEL MÜDÜRÜ ANAR MAMMADOV

"TEKNOLOJİ DÖNÜŞÜMÜNÜ SAĞLAYACAĞIZ"

> Petkim olarak, hangi yeni yatırım alanlarına yöneleceksiniz?
Dünya genelinde ticaretin yavaşladığı bir dönemde Petkim, ihtiyacı olan ana hammaddesi naftayı STAR Rafineri'den kesintisiz ve yüksek kalitede temin etmeye devam etti. STAR Rafineri ile sağlanan bu sinerjiyle pandemi döneminde Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu petrokimya ürünlerini kesintisiz olarak üretebildik. Rafineri ve petrokimyada, dijital dönüşüm ve entegrasyonun avantajlarını fazlası ile gördük diyebilirim. Bu yılın başında Dünya Ekonomik Forumu'nun Endüstri 4.0 teknolojilerini üretimde en iyi kullanan tesisler olarak kabul ettiği 'Global Lighthouse Network'e Türkiye'den seçilen tek şirket Petkim olmuştu. Pandemi, tüm şirketlerde yeni bir adaptasyon sürecini de başlatmış oldu. Biz de yeniye adaptasyon yolculuğumuzu bir süredir devam eden dijitalleşme çalışmalarımız kapsamında sağlam bir bilgi teknolojileri (BT) altyapısı ile güçlendirmeyi amaçlıyoruz. Bu altyapı, BT sistemlerimizin entegrasyonu ile günümüz standartlarının beraberinde getirdiği çalışma şekli ve modelleri referans alınarak tasarlanan iş modelleri üzerinden kapsamlı bir dönüşümü de içerecek. Petkim'in de içinde olduğu SOCAR Türkiye grup şirketlerinde kullanılan yazılım ve iş uygulamalarının birbiriyle senkronizasyonunu ve verimliliğimizi de artıracak. Yeni BT entegrasyonu projemizle, SOCAR Türkiye ile içinde Petkim'in de bulunduğu Rafineri ve Petrokimya İş Birimi arasında ana süreçlerin yürüdüğü SAP sistemleri konsolide



2020 YILINA İLİŞKİN FİNANSAL SONUÇLARINI AÇIKLAYAN PETKİM, TÜRKİYE'DE PANDEMİ SÜRECİNDE ÖNEMİ ARTAN TIBBİ MALZEME, AMBALAJ VE HİJYENİK ÜRÜNLERİN ÜRETİMİNDE KULLANILAN HAMMADDELERİN ÜRETİMİNDE ÖNCELİĞİ YURT İÇİNE VERDİ. **2020 YILINDA TOPLAM SATIŞLARINI 12.1 MİLYAR TL'YE ÇIKARAN PETKİM'İN TOPLAM CİROSU İÇİNDE 2019 YÜZDE 60 OLAN YURT İÇİ SATIŞLARIN PAYI İSE 2020'DE YÜZDE 67'LER SEVİYESİNE ULAŞTI**

edilerek finans, satın alma ve tedarik zinciri, ticaret ve varlık yönetimi fonksiyonlarının entegre bir şekilde daha verimli ve güvenli çalışmalarını tek bir platformda destekleyecek teknoloji dönüşümünü sağlayacağız.

"PAZARDAKİ PAYIMIZI DAHA DA ARTIRACAK UZUN VADELİ YATIRIM PLANLARI ÜZERİNDE ARAŞTIRMALARIMIZ DEVAM EDİYOR"

> 2021 projeksiyonunuz nasıl şekilleniyor? Yatırım ekosisteminize nasıl yön vereceksiniz?

Uzun yıllardır sistematik bir şekilde yürüttüğümüz değer yaratma programlarımız ve kapsamlı benchmark çalışmalarımız sayesinde odak alanlarımızın çok net olduğunu söyleyebilirim. Yatırımlarımızı, pandeminin yaratacağı kısa vadeli etkilere en etkin reaksiyonu verirken uzun vadeli hedeflerimizden de taviz vermeyecek şekilde yeniden gözden geçirdik. Fabrikalarımızın verimliliğini artıracak, özellikle enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik konusunda katkı sağlayacak adımlarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. Yatırımlarımızı planlarken sadece finansal sonuçlara odaklı değil, sürdürülebilirlik hedeflerimizi ve Türkiye ekonomisine sağlayacağımız katkıları da düşünerek nihai kararlarımızı veriyoruz. Tüm bunlara ek olarak, ürün portföyümüzü genişletecek ve pazardaki payımızı daha da artıracak uzun vadeli yatırım planları üzerinde araştırmalarımız devam ediyor. Önümüzdeki yıl, tüm şirketlerin olduğu gibi bizim gündemimizdeki en önemli konularından biri 'sürdürülebilirlik' olacak. SOCAR Türkiye ve iştiraklerini kapsayan sürdürülebilirlik önceliklerimizi, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile örtüşecek şekilde haritalandırdık. Ekonomik-çevresel-sosyal-yönetişimsel konularda birbirinden bağımsız faaliyetlerin doğrudan iş sonuçlarıyla ilişkilendirilmesi, konunun kurum kültürünce içselleştirilmesi ve orta ve uzun vadeli sürdürülebilirlik yol haritasını oluşturmak amacıyla 'Sürdürülebilir Yönetim Sistemi Projesi'ni başlattık ve bugüne kadar sera gazı emisyonlarının takibi, atık yönetimi, çevre etki analizleri ve deniz canlılarını izleme programı gibi önemli projelere start verdik. Faaliyet gösterdiğimiz sektörler, hem taşıdığı istihdam potansiyeliyle bölge halkına olanaklar sunuyor hem de üretim kapasitesiyle ülkenin gayri safi milli hasılasına pozitif katkıda bulunuyor. Bu durum, sürdürülebilirlik konusunda bize yol gösterici oluyor.

> Sektöre nasıl yeni yatırımcı çekilecek? Yeni fırsatlar, son trendler neler olacak? Covid-19 süreci, kimya alanında faaliyet gösteren şirketlerin yatırımlarında ne gibi farklı yönelimlere yol açacak? Salgın, sektörü nasıl etkileyecek?

Petrokimya sektörünün önümüzdeki dönemde sürdürülebilir bir şekilde büyüyeceğini öngörüyoruz. Sektörde uzun yıllardır devam eden pozitif trend, kısa vadede pandemiden doğal olarak etkilendi. Ancak, bu etkinin uzun vadede kalıcı olmayacağını öngörüyoruz. Böyle bir dönemde petrokimya sektöründeki en önemli gelişme, sürdürülebilirlik kapsamında yapılacak çalışmalar olacak. Sektördeki bir diğer önemli gelişme de sürekli olarak evrilen alternatif ve niş kullanım alanları olan yeni tür ürünler. Bu alanda da önümüzdeki dönemde hızlanarak artan bir hareketlilik görmeyi bekliyoruz.



Plastik atıkların kimyasal dönüşümünü **sağlayacak ortak proje**

TÜRKİYE'DEKİ PLASTİK ATIKLARIN KİMYASAL GERİ DÖNÜŞÜMÜ İÇİN HAREKETE GEÇEN SOCAR TÜRKİYE AR-GE VE İNOVASYON A.Ş., **ODTÜ İLE ORTAK BİR PROJE BAŞLATTI. İKİ KURUMUN İŞ BİRLİĞİYLE PLASTİK ATIKLARIN YENİDEN HAMMADDEYE DÖNÜŞTÜRÜLEREK KULLANIMINA YÖNELİK, YENİLİKÇİ TEKNOLOJİLERE İMZA ATILMASI HEDEFLENİYOR**

SOCAR Türkiye'nin yenilikçi, sürdürülebilir, çevre dostu ürün ve dijital teknoloji geliştirme hedefi ile kurduğu SOCAR Türkiye Ar-Ge ve İnovasyon A.Ş, plastik atıkların kimyasal geri dönüşümü için Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ile ortak bir proje başlattı. ODTÜ Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) aracılığı ile yürütülen proje kapsamında SOCAR Ar-Ge ve ODTÜ'de görev yapan araştırmacılar, atık plastikleri temel bileşenlerine dönüştürerek tekrar ve sürdürülebilir bir şekilde plastik hammaddelerin üretiminde kullanılması yönünde çalışma yürütecek. Böylece bir yandan doğal kaynaklar korunurken diğer yandan döngüsel ekonomiye katkı sağlayacak temel teknolojinin geliştirilmesi yönünde önemli bir adım atılmış olacak.

DENEYLER, SOCAR AR-GE VE ODTÜ LABORATUVARLARINDA YAPILACAK

3 yıl boyunca devam edecek olan proje ile SOCAR Türkiye'nin kendi özgün yöntemini ve teknolojisini geliştirme şansına da sahip olacağını ifade eden SOCAR Türkiye Ar-Ge ve İnovasyon A.Ş. Genel Müdürü Bilal Guliyev, "Amacımız, öncelikle yeni teknoloji geliştirmek. Endüstriyel boyutta uygulanmasına karar verildikten sonra atık yönetimi yapan şirketlerden ve bu atıkların alınabileceği diğer kaynaklardan hammadde sağlanmasını planlıyoruz. Bu proje ile SOCAR bünyesinde açığa çıkan atıkların kullanılması da mümkün olacak. Atık plastiklerin kimyasal geri dönüşümü ile Petkim'in temel hammadde girdisi olan nafta için alternatif bir kaynak geliştirerek bir yandan çevreye ve sürdürülebilir ekonomiye, bir yandan da SOCAR Türkiye'ye rekabet üstünlüğü sağlayacak yeni iş modellerinin oluşmasına katkı sağlamayı hedefliyoruz" dedi. Projede, yurt dışında atık plastiklerden motor yağı elde edilmesi konusunda makaleleri yayınlanan ve patent başvurusu bulunan ODTÜ Kimya Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Dr. Gökhan Çelik'le birlikte çalıştıklarını kaydeden Guliyev, gerekli deney çalışmalarının tümünün SOCAR Ar-Ge ve ODTÜ'nün laboratuvarlarında yapılacağını, projede kullanılacak katalizörlerin ise ODTÜ'de geliştirileceğini ifade etti.



SOCAR TÜRKİYE AR-GE VE İNOVASYON A.Ş. GENEL MÜDÜRÜ BİLAL GULİYEV

'SIFIR ATIK PROJESİ'NİN BİR UZANTISI

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan'ın himayesinde, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından yürütülen 'Sıfır Atık Projesi'ne işaret eden Guliyev; "Sıfır Atık Projesi, israfın önlenmesini, kaynakların daha verimli kullanılmasını, oluşan atığın miktarının azaltılmasını, etkin toplama sisteminin kurulmasını, atıkların geri dönüştürülmesini kapsayan atık önleme yaklaşımı olarak tanımlanmış bir hedef. Söz konusu hedefler, bizim projemizin de özünü oluşturuyor. Bu da Türkiye'nin hedefleri ile SOCAR Türkiye'nin stratejilerinin uyumunun yanı sıra projenin çok önemli ve yerinde bir karar olduğunu gösteriyor" dedi.

KİMYASAL GERİ DÖNÜŞÜM NEDİR?

SOCAR Türkiye Ar-Ge ve İnovasyon A.Ş. ile Türkiye'nin köklü üniversitelerinden ODTÜ'nün Türkiye'de başlattığı kimyasal geri dönüşüm; mekanik işlemlerle sürdürülebilir bir şekilde dönüştürülemeyen plastik atıklardan, daha basit ve değerli moleküllerin elde edilmesini hedefleyen teknoloji olarak tanımlanıyor.

Finansmana **erişim kolaylaştırılmalı**

"MART AYI İTİBARİYLE AVRUPA'DA KURULU PETROKİMYA TESİSLERİNDEN 38'İNİN ÜRETİMLERİNİ KISMASI YA DA **TAMAMEN DURDURMASI, BU ÜLKELERDEN YAPILAN İTHALATIN YAVAŞLAMASINA SEBEP OLDU"**

Küresel boyutta yaşanan arz şokuna bağlı olarak yüksek seyreden plastik hammadde fiyatlarının sektöre etkisini değerlendiren PAGDER Plastik Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Gülsün, "Mart ayı itibariyle Avrupa'da kurulu petrokimya tesislerinden 38'inin üretimlerini kısması ya da tamamen durdurması, bu ülkelerden yapılan ithalatın yavaşlamasına sebep oldu. Bunun yanı sıra uzun süredir devam eden tedarik zincirinin bozulmasına bağlı olarak Uzak Doğu ülkelerinden yapılan ithalat bedellerinin konteyner başına 8-10 bin dolar bandına çıkmış olması, bu bölgeden ithal edilen hammaddelerin de rekabetçi bir fiyata sahip olmasını engelliyor. Bu sorunlar sebebiyle kâr marjı hızla eriyen ve işletme maliyetleri artan sektörümüzün hammaddeye ve finansmana erişimini kolaylaştıracak adımların atılması gerekiyor" dedi.



PAGDER PLASTİK SANAYİCİLERİ DERNEĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI SELÇUK GÜLSÜN

EK MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER KALDIRILMALI

Ülkemiz plastik sanayisinin ihtiyaç duyduğu hammaddenin yaklaşık olarak yüzde 15'inin yurt içinde üretildiğini, kalan yüzde 85'lik kısmın ise ithalat kanalıyla temin edildiğini belirten Gülsün,
"Sanayimizin ihtiyaç duyduğu hammaddeye erişimini kolaylaştıracak adımlar atılması gerekiyor. AB ile yaptığımız Gümrük Birliği anlaşması sebebiyle üçüncü ülkelerden yapılan hammadde ithalatına uyguladığımız gümrük vergilerini sıfırlama şansımız ne yazık ki yok. Benzer şekilde Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) sürecinden geçerek onaylanmış olan anti-damping önlemlerinin de askıya alınması çok mümkün gözükmüyor. Öte yandan, ABD'nin Türk çeliğine uyguladığı ilave gümrük vergisine mütekabiliyet çerçevesinde uygulamaya koyduğumuz ek mali yükümlülükler hızla uygulamadan kaldırılabilir. Söz konusu ek mali yükümlülüklerin kaldırılması, tüm ürün gruplarında bir rahatlama sağlamayacak olsa da özellikle fiyatı en fazla artan ürünlerin başında gelen polivinil klorür (PVC) grubu fiyatlarında yüzde 25 oranında gevşeme sağlayacaktır. Sonraki süreçlerde de önümüze gelebilecek olası ek mali yükümlülük uygulamalarında sanayi tesislerimiz tarafından kullanılan hammaddelerin uygulamaya dahil edilmemesine özen gösterilmelidir" dedi.
Sözlerine devam eden Selçuk Gülsün, "Plastik sanayisindeki en önemli maliyet kalemi olan hammaddede meydana gelen bu hızlı artış, işletmelerin kâr marjlarının hızla erimesine neden olmuştur. Zira üretici, maliyet artışını fiyatlara yansıtamamaktadır. Özellikle plastik sektörü gibi 30'dan fazla sektöre ara girdi sağlayan stratejik öneme haiz sektörlerde meydana gelen maliyet artışları tüm imalat sanayisinin olumsuz etkilenmesine sebep oluyor. Kâr marjlarının erimesinin yanı sıra işletmelerin karşılaştığı bir diğer önemli sorun ise hızla artmış olan işletme sermayesi ihtiyacının karşılanamamasıdır. Bu süreçte sektörümüzün finansman kaynaklarına erişiminin kolaylaştırılması, olası üretim kayıplarının yaşanmasının önüne geçecektir" yorumunda bulundu.

ORTA VE UZUN VADELİ HEDEFLER GÖZ ARDI EDİLMEMELİ

Kısa vadede sektörün nefes almasını sağlayacak her türlü adımı desteklediklerinin altını çizen Gülsün, "Sektörümüzün yapısal sorunlarını ortadan kaldıracak orta ve uzun vadeli hedefler konusunda da kararlı adımlar atılmalı. Bu kapsamda çalışmaları devam eden petrokimya tesislerinin tamamlanması ve bunlara yenilerinin eklenmesi, gerek hammadde ithalatı gerekse ihracat maliyetlerini azaltacak lojistik hatların kurulması, sektörümüzün sermaye ve insan kaynağı yapısını geliştirecek stratejiler geliştirilmesi sektörümüze ve ülkemize büyük fayda sağlayacaktır" dedi.

Amerika'dan **sürdürülebilirlik raporu ödülü**

AKKİM KİMYA, AMERİKAN İLETİŞİM PROFESYONELLERİ LİGİ TARAFINDAN ÖDÜLE LAYIK BULUNDU.
ŞİRKETİN 2018-2019 DÖNEMİNE AİT SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU, 2019/20 VISION AWARDS KAPSAMINDA PLATİN ÖDÜL'ÜN SAHİBİ OLDU

Türkiye'nin öncü kimyasal madde üreticilerinden olan Akkim Kimya, uluslararası sürdürülebilirlik platformlarında yeni bir başarıya imza attı. 'Akkim 2018-2019 Sürdürülebilirlik Raporu', dünyanın en saygın iletişim kuruluşlarından San Diego merkezli Amerikan İletişim Profesyonelleri Ligi-League of American Communication Professionals (LACP) tarafından ödüllendirildi. LACP tarafından bu yıl 19'uncusu düzenlenen 2019/20 Vision Awards ödül töreninde, Platin Ödül'ü kazanan Akkim Kimya oldu.

HAZIRLANAN RAPOR, 100 ÜZERİNDEN 99 PUAN ALDI

Dünya genelinde 6 binden fazla raporun alanında uzman iletişimciler tarafından incelendiği etkinlikte şirket büyüklüğü, sektör ve yıllık gibi faktörlere göre sınıflandırma yapıldı. Kategorilere ayrılan raporlar; ilk izlenim, kapak tasarımı, paydaş mektubu, anlatım dili, finansal veriler, yaratıcılık, verilen mesajları açıklığı ve bilgiye erişilebilirlik kriterler kapsamında değerlendirildi. Bunun sonucunda Akkim'in sürdürülebilirlik raporu 100 üzerinden 99 puan alarak tüm raporlar arasında 2'nci olmayı başardı.

LACP'DEN İKİ ÖDÜL DAHA KAZANMIŞTI

Akkim, 'Sürdürülebilirlik Kimyamızda Var' sloganıyla çevre ve yeryüzündeki tüm insanların yaşam kalitesini koruyarak ekonomik büyüme ve refah seviyesini yükseltmeyi hedefliyor. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi kapsamında, Global Reporting Initiative standartlarındaki Akkim sürdürülebilirlik raporları iki yıllık periyotlarla hazırlanıp kamuoyuyla paylaşılıyor. Şirket, 2013 Sürdürülebilirlik Raporu ile LACP Gümüş Ödül ve 2014-2015 Sürdürülebilirlik Raporu ile LACP Altın Ödül'ün de sahibi olmuştu.



AKKİM KİMYA GENEL MÜDÜRÜ ONUR KİPRİ

USK KİMYA'YI SATIN ALDI

Öte yandan, Türkiye'nin en büyük karboksimetil selüloz (CMC) üreticisi USK Kimya, 63 milyon dolar değerindeki satın alma yatırıyla resmen Akkim'in oldu. Akkim Kimya Genel Müdürü Onur Kipri, satın alma işleminin her iki şirket çalışanları için de hayırlı olmasını dileyerek yatırımların süreceği mesajını verdi. Geride kalan 6 yılda toplam 200 milyon dolarlık satın alma gerçekleştirdiklerini söyleyen Kipri; "Organik ve inorganik büyüme olanaklarını yakından takip etmeyi sürdürüyoruz. Büyümeye dönük yatırımlarımızla gelecek 5 yıllık periyotta ciromuzu 600 milyon dolara yükseltmeyi hedefliyoruz. USK Kimya'yı bünyemize dahil ederek, yıllık ihracatımızı iki katına çıkarma fırsatı yakaladık. Pazardaki güçlü pozisyonu, yüksek 'know-how' kabiliyeti ve ihracat kapasitesiyle USK'nın aramıza katılmasından mutluluk duyuyoruz" diye konuştu. 2021'e satın alma yatırımıyla başlayan Akkim, 2015 yılında dünyanın en büyük emaye ve seramik frit üreticilerinden Akcoat'u bünyesine katarak bu sektöre giriş yapmış, 2 yıl sonra Alman kimyasal satış ve pazarlama şirketi Dinox'u satın almıştı. Ayrıca seramik baskı mürekkepleri üreten İspanyol Megacolor da Akkim iştiraki olan Akcoat tarafından satın alındı.



İklim nötr olmaya giden **yol haritasını sundu**

2050 YILINA KADAR DÜNYA GENELİNDE NET SIFIR KARBONDİOKSİT EMİSYONU HEDEFİ BELİRLEYEN BASF, **2030'A KADAR YÜZDE 25'LİK ÖNEMLİ BİR AZALMA VE 2030 YILINA KADAR YAKLAŞIK 4 MİLYAR EURO YATIRIM YAPMAYI PLANLIYOR**



BASF, iklim nötr olma yolculuğunda daha iddialı hedefler belirliyor ve 2050 yılına kadar net sıfır emisyona ulaşmak istiyor. Düşük emisyonlu ve karbondioksit içermeyen teknolojilerin geliştirilmesinde kaydedilen en son ilerlemeye dayanarak şirket, sera gazı emisyonlarındaki azalmaya yönelik orta vadeli 2030 hedefini de önemli ölçüde yükseltiyor: BASF, 2018'e kıyasla dünya genelinde sera gazı emisyonlarını yüzde 25 oranında azaltmak ve bunu, hedeflenen büyümeye ve Güney Çin'de büyük bir Verbund tesisinin inşa edilmesine rağmen gerçekleştirmek istiyor. Planlanan büyümenin etkileri hariç tutulduğunda, bu 10 yılın sonuna kadar mevcut işteki karbondioksit emisyonlarının yarıya indirilmesi anlamına geliyor. Genel olarak BASF, yeni iklim hedefine ulaşmak için 2025 yılına kadar 1 milyar Euro'ya, 2030 yılına kadar ise 2 ila 3 milyar Euro'ya kadar yatırım yapmayı planlıyor.

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN EKSİ YÜZDE 55 HEDEFİNİ AŞIYOR

2018 yılında, BASF Group'un dünya genelindeki emisyonları 219 milyon ton karbondioksit eşdeğeri olarak gerçekleşmişti. 1990'da bu rakam neredeyse iki kat daha yüksekti. 2030 emisyon hedefi, 1990 yılına kıyasla yaklaşık yüzde 60'lık bir azalmayı temsil ederken, Avrupa Birliği'nin eksi yüzde 55 hedefini de aşıyor. Yeni iklim hedeflerinin, kararlılıklarını ve BASF'nin Paris İklim Anlaşması'na olan bağlılığını vurguladığını belirten BASF SE İcra Kurulu Başkanı Dr. Martin Brudermüller, "İklim değişikliği, 21'inci yüzyılın en büyük sorunu. Bunun için süreçlerimizi ve ürün portföyümüzü uyumlu hale getirmeliyiz. Bu dönüşümü artık hızlandırmamız gerekiyor. Öncelikle bu yolculuğun son adımlarına değil, ilk adımlarına odaklanmalıyız. Bu nedenle BASF yenilenebilir enerji kullanımını artıracak. Kimyasalların üretimi için karbondioksit içermeyen yeni süreçlerin geliştirilmesini ve uygulanmasını hızlandıracağız. Tüm sektörlerdeki müşterilerimize kendi ürünlerinin karbon ayak izini azaltmalarında yardımcı oluyoruz" dedi.

FOSİL YAKITLARI YENİ TEKNOLOJİLERLE DEĞİŞTİRECEK

2050'ye kadar net sıfır emisyona yönelik geçişin merkezinde, doğal gaz gibi fosil yakıtların yerine, yenilenebilir kaynaklardan gelen elektriğin konması için yeni teknolojiler kullanılıyor. Bu teknolojilerin kapsamlı bir şekilde ölçeklendirilmesi ancak 2030'dan sonra tam olarak gerçekleşebilecek. Şirketin, geliştirmekte olduğu en önemli yeni teknolojilerden biri, etilen, propilen ve butadiyen gibi temel kimyasalların üretimi için elektrikle ısıtılan buhar kırıcılar. Brudermüller, "Kimyasal üretiminde dönüşümün ön şartlarından biri, büyük miktarlarda yenilenebilir elektriğin, rekabetçi fiyatlarla güvenilir şekilde sağlanması. BASF, kendi talebini karşılamak üzere yenilenebilir enerji üretim tesislerine yatırım yapmayı hedefliyor" dedi.

Yenilikçi fikir ve projeler için **Ar-Ge merkezi oldu**

GEBKİM VAKFI TARAFINDAN DESTEKLENEN GEBKİM MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ,
MESLEKİ EĞİTİMDE 43'ÜNCÜ AR-GE MERKEZİ OLDU

Milli Eğitim Bakan Yardımcısı Mahmut Özer'in, GEBKİM MTAL ziyareti sırasında müjdesini ve 1 milyon lira destek sözünü verdiği Ar-Ge merkezinde yapılacak çalışmalarla, inovatif fikirlerin yeşermesi ve katma değeri yüksek ürünler geliştirilmesi hedefleniyor.
Milli Eğitim Bakanlığı'nın mesleki eğitimde fikri mülkiyet kültürünün yaygınlaşması için atılan çok önemli bir adım niteliğindeki Ar-Ge merkezleri; patent, faydalı model, tasarım ve marka üretim ve tesciline odaklanıyor. Ar-Ge merkezlerinde geliştirilen projeler, Bakanlık tarafından da destekleniyor. Milli Eğitim Bakanlığı, Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü, GEBKİM Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde Ar-Ge merkezi kurulmasını onayladı ve böylece GEBKİM MTAL, ülkemizin mesleki eğitimde 43'üncü Ar-Ge merkezi oldu.

İŞ BİRLİKLERİ VE ORTAK PROJELER YÜRÜTÜLMESİ DE HEDEFLER ARASINDA

GEBKİM Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi; GEBKİM Vakfı'nın dünya standartlarında bir mesleki eğitimi hedefleyen geniş vizyonu, alanında uzman eğitim kadrosu, gelişmiş kimya ve endüstriyel otomasyon laboratuvarları, eğitim atölyeleri, uygulama ve pilot üretim tesisi, sosyal ve kültürel imkanları, Avrupa Birliği projeleri ve son olarak GEBKİM Vakfı'nın Erasmus akreditasyonunun getireceği kazanımlar ile Ar-Ge çalışmalarında da liderliği hedefliyor. GEBKİM MTAL öğretmen ve öğrencileri, Ar-Ge



GEBKİM VAKFI YÖNETİM KURULU BAŞKANI VEFA İBRAHİM ARACI

Merkezi'nde GEBKİM OSB firmaları başta olmak üzere kimya sanayinden firmalar ve üniversiteler ile yakın diyalog halinde katma değeri yüksek ürünler ve yeni teknolojiler geliştirmek üzere çalışacak. Okul, yeni ve inovatif fikirlerin yeşermesi için elverişli bir ortama sahip. GEBKİM OSB firmalarının, Ar-Ge merkezlerinin yanı sıra üniversiteler ile iş birlikleri ve ortak projeler yürütmesi de hedefler arasında.



Ayrıca GEBKİM Kimya İhtisas OSB'de kurulacak olan dijital dönüşüm ve uygulama merkezi ile yeni fikirlerin, teknolojilerin ve katma değerli ürünlerin geliştirilmesi kolaylaşacak.

"ÖĞRETMENLERİMİZ VE ÖĞRENCİLERİMİZ DESTEKLENECEK"

GEBKİM Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Vefa İbrahim Aracı, vakıf olarak peş peşe güzel haberler aldıklarını, AB projeleri ve hedefleri açısından çok önemli bir adım olan Erasmus'a akreditasyonlarının ardından GEBKİM MTAL'nin 43'üncü Ar-Ge merkezi olmasının mutluluğunu yaşadıklarını dile getirdi. Aracı, "GEBKİM Vakfı olarak yaptığımız çalışmaların, okulumuzun ulaştığı seviyenin ve projelerinin Milli Eğitim Bakanlığımızca da takdir edilmesi bizleri yeni başarılar için teşvik ediyor. GEBKİM Vakfı olarak Erasmus'a akredite olmamız ve GEBKİM MTAL'nin bu kapsamda Avrupa Birliği projelerinde öne çıkmasının ardından okulumuzun Ar-Ge merkezi olmasının mutluluğunu yaşıyoruz. Bu merkezde kimya sektörüne değer katacak yenilikçi fikir, proje ve katma değeri yüksek ürünler geliştirilecek.GEBKİM OSB'de kuracağımız dijital dönüşüm ve uygulama merkezi ile eşgüdümün de sağlanacağı GEBKİM MTAL Ar-Ge Merkezi'nde hem öğretmenlerimiz hem de öğrencilerimiz eğitim, danışmanlık ve proje geliştirme noktasında desteklenecek" diye konuştu.

Banka kartı ve kredi kartı yeni Paraf'ta birleşti.

Önce halk diyerek Paraf'ı sizin için yeniledik, cebinizde birden fazla kart taşıma derdine son verdik. Saymakla bitmeyen pek çok güzellik, Paraf'ın yeni dünyasında sizi bekliyor.

Yeni Paraf'la tüm güzellikler tek kartta!





Paraf.

HALKBANK

Ayrıntılı bilgi için: parafcard.com.tr | 0850 222 0 400 Dialog

Dilediğiniz an, dilediğiniz yerde

DİJİTAL BANKACILIK TEKNOLOJİLERİMİZ SİZİNLE!

KOLAY ADRES İLE
IBAN'SIZ PARA TRANSFERİ

FAST İLE 7/24
PARA TRANSFERİ

QR KODLA
PARA ÇEKME

BARKODLA
VERGİ ÖDEME

FATURA
ÖDEME



Halkbank'ta teknoloji, yine halkın emrinde!

Şubeye gitmeden yapabileceğiniz ve
hayatınızı kolaylaştıracak sayısız bankacılık işlemi
Halkbank Mobil uygulamamız,
İnternet Şubemiz ve **Bank24**'lerimizde!



HALKBANK

halkbank.com.tr | 0850 222 0 400 Dialog