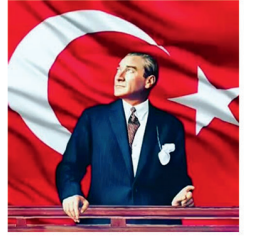




TEMMUZ 2019 SAYI: 62

EGİAD Yarın



Yarınlar Seninle Aydınlık

“Düşünce Fabrikaları”,
Dünya Politikasını
Şekillendiriyor

Hedef ‘Ocean 7’yi
tamamlayan ilk Türk
kadını olmak

Katma Değerli
Üretim ile Dünyayı
İklimlendiriyorlar





BOYADA GÜÇLÜ ÇÖZÜM ORTAĞI

AHŞAP

BOBİN

OTO TAMİR

GENEL SANAYİ PLASTİK BOYALARI



#FOCUSBENİM



Ford YENİ FOCUS

Seni en güçlü yansıtan o.

*Sana yakışan, seninle yaşayan,
seni ileri, standartlarını yukarı taşıyan
Yeni Ford Focus.*

Ford Yetkili Satıcısı
Arkas Otomotiv

Anadolu Caddesi No: 687/C
Karşıyaka / İzmir
Tel: (0232) 399 34 34



Ford Focus Titanium 4 Kapı 1.5L 120 PS otomatik şanzımanlı dizel motor tipinde CO₂ salımı 113 g/km, yakıt tüketimleri L/100 km: Şehir içi 4,9, şehir dışı 4,0, ortalama 4,3'tür. Detaylı bilgi için ford.com.tr/yeni-focus

EGİAD YARIN **TEMMUZ 2019**

İÇİNDEKİLER

İMTİYAZ SAHİBİ

EGİAD adına
Yönetim Kurulu Başkanı
Mustafa Aslan

YAYIN TAKIMI

Ağan Erdil, Duygu Tecim, Eyüpcan Nadas,
Hakan Karakuş, Özlem Gümrükçü, Serhan Ceylan,
Serkan Saysen

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

ve Yayın Koordinatörü
Prof. Dr. Fatih Dalkılıç

YAYIN DANIŞMA KURULU

Ahmet Yener Özkesen, Alp Avni Yelkenbiçer,
Başak Çayır Canatan, Bülent Zarif, Cemal Tükel,
Cemal Yılcıoğlu, Çetin Gürel,
Deniz Sipahi, Elif Koç, Erol Yaraş,
Hamdi Türkmen, Hasan Ege
Tütüncüoğlu, İlhan Bilgehan,
İsmail Uğural, Mahru Gürel Ağdanlı,
Mehmet Gültaş, Nazif Ulusoy, Nedim Atilla,
Osman Gençer, Özveri Okay,
Prof. Dr. A. Fatih Dalkılıç, Sefer Ayçe,
Sevtaç Cengiz, Yaşar Kuş, Yusuf Kahraman

YÖNETİM YERİ

Punta İş Merkezi 1456 Sk.
No: 10 Kat: 8 Alsancak / İZMİR
Tel-Fax: (232) 422 30 00 pbx
egiad@egiad.org.tr
www.egiad.org.tr

EDİTORYAL YÖNETMEN

Seda Gök

RÖPORTAJ VE EDITORYAL HAZIRLIK

M. Cemal Tükel

TASARIM VE BASKI**GÖRSEL YÖNETMEN**

Nefise Yıldız Torun

BASIM YERİ

Tükemat A.Ş.
Tuna Mahallesi 5615/1 Sokak No:41 Kat:1
Çamdibi-İZMİR
Tel: 0 (232) 461 71 94 www.tukemat.com.tr

EGİAD YARIN, EGİAD'ın yerel yayın organıdır.
Dergide yayınlanan görüşler ilgili yazarlara ait olup
EGİAD'ın görüşlerini yansıtmaz.
İzinsiz alıntı yapılamaz. ISSN 1304 – 3269

BASKI TARİHİ 9 Ağustos 2019

Yerel süreli yayın

**KAPAK KONUSU**

- 8** “Düşünce Fabrikaları”,
Dünya Politikasını Şekillendiriyor
22 “Paraya değil uzmana ihtiyacımız var”
32 Türkiye’de Düşünce Kuruluşları ve AB Süreci
34 İzmir’in geleceği için 3 anahtar;
Moral, Motivasyon ve Para

MARKALAŞMA

- 44** Online Alışverişte Kuşaklar

SEKTÖR

- 50** Katma Değerli Üretim ile Dünyayı İklimlendiriyorlar
62 İklimlendirmede Kümelenmeyi Başardılar,
İzmir’e Tersine Sanayi Göçünü Başlattılar
70 “Türkiye, Avrupa’nın üretim üssü”
74 2019’da 5 Milyar, 2023’te 15 Milyar Dolar
İhracat Hedefliyorlar

LOJİSTİK 4.0

- 78** Yükselen değer Lojistik 4.0

ÖZEL DOSYA

- 82** “Kadının güçlenmesi için toplumdaki önyargı ve
kalıp yargıları sorgulayıp, değiştirmeliyiz”
88 Çalışkan Ve Duygusal Zekâsi Yüksek Kadınlar



96



110



164

İZMİR PENCERESİ

96 İzmir'i teknoloji üssü yapmak için Üniversitelere "Güç birliği yapalım" çağrısı

GİRİŞİMCİLİK

106 "Girişimcilik çok heyecanlı ve katma değer yarattığınızı hissettiğiniz bir süreç"

KUŞAKTAN KUŞAĞA

110 Akvaryumdan çıkıp kendinize dışarıdan bakın

GURME

120 Eşsiz Vaha Napa

FİNANS

124 Muhasebecilik Nerede Başlar, Nerede Biter

EGİAD İŞ ORTAKLIKLARI

128 Nappo ile Pizzanın 'Meleği' Oldu, İzmir'de Napolitan'ı Yerelleştirdi

HUKUK

140 Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirliğe Ulaşma Yolunda Ortaklık Süreçleri

SPOR

148 Yeni hedef;'Oceans 7'yi tamamlayan ilk Türk kadını olmak

İNSAN KAYNAKLARI

158 Yeni Teknolojik Gelişmeler Ve İşgücünün Geleceği

PSİKOLOJİ

164 Çocuğumun "İş Dünyası"

GENÇ KALEMLER

168 Kişisel Verilerin Korunması Hukuku

172 Facebook, KVKK tarafından 1 milyon liralı idari para cezasına çarptırıldı!

OTOMOTİV

174 JAGUAR I-PACE

GURME

178 Pintxo

MODA

180 2019 Yaz Modası

182 SORU 5 CEVAP

188 FAALİYETLER

Dikangroup

Üstün üretim ve hizmet kalitemizle
açıldığıımız her denizde
güvenle yol alıyoruz.

www.dikangroup.com

Çok Değerli EGIAD Yarın Dergisi Okurları, Kıymetli Paydaşlarımız;

Bildiğiniz gibi Ocak ayında gerçekleşen Genel Kurul Toplantımız ile Derneğimizin ismini Ege Genç İş İnsanları Derneği olarak değiştirdik. Kadının iş yaşamında var olduğu ve önemli bir değer kattığı gerçeğinin her zaman vurgulanması gerektiğini savunan EGIAD, kadınların iş yaşamına girmeleri, istihdam edilmeleri ve kendi işlerini kuran iyi girişimciler olabilmeleri adına yaptığı çalışmalarla adından her zaman söz ettirmeyi başarmış bir iş örgütüdür. Bu kapsamda, hem kadının iş hayatındaki öneminin vurgulanması adına hem de halihazırda işlerinin başında çaba gösteren, çalışan kadınlara ve henüz iş hayatının başında olan girişimci kadınlara ilham olabilmek adına EGIAD olarak "İşte İş'te Kadın Zirvesi"ni Nisan ayında düzenledik. İZTO ve BASIFED işbirliği ile gerçekleşen zirvede çok değerli konuşmacılardan çok değerli bilgiler edindik. Gerçekleşen Zirvenin ardından farklı bir formatta, toplantılar serisi olarak söz konusu etkinliğin devamı planlanıyor.

Dönem projelerimiz arasında çok önem verdiğimiz EGIAD Think Tank (Düşünce Kuruluşu) kurma çalışmalarımızı başlattık. EGIAD Think Tank; Öncelikle İzmir'in ve Ege Bölgesi'nin ve bu yolla ülkemizin daha güçlü, daha dinamik ve refah seviyesi daha yüksek bir hale getirilmesine yardımcı olmak için eldeki sorunlara çözümler önermeyi, geleceğe dair stratejiler belirlemeyi hedefleyen bir araştırma platformu olacaktır. Bu bağlamda EGIAD Think Tank'ın temel hedefleri arasında; şehrimizin ve bölgemizin ekonomik sorunlarına dair çözümler üretmek, Ege Bölgesi özelinde toplumsal duyarlılık



gerektiren konularda kamuoyu oluşturmak, ulusal ve uluslararası gelişmeleri izlemek, analiz etmek ve raporlar yoluyla bu gelişmeleri kullanılabilir bilgi haline getirmek yer almaktadır. EGIAD Think Tank'ın öncelikli konuları, girişimcilik, sürdürülebilirlik, ekonomik kalkınma ve Marka Şehir İzmir olacaktır.

Diğer taraftan, Uluslararası İlişkiler ve Dış Ticaret çalışmalarımız kapsamında Portekiz İş Gezisini başarıyla tamamladık. Ziyaret kapsamında, Lizbon Büyükelçiliği, Ticaret Odası, Yatırım Ajansı olmak üzere çeşitli iş örgütlerine ziyaretlerde bulunularak iki ülke arasındaki ticari ve kültürel ilişkilerin güçlendirilmesi hedeflendi, ayrıca ekonomik ve ticari işbirliği fırsatları değerlendirildi. Uluslararası İlişkiler ve Dış Ticaret çalışmalarımız çerçevesinde ayrıca üyelerimizin ihracat potansiyellerini geliştirmek hedefiyle Dış Ticaret Elçileri Projemizi hayata geçireceğiz. Ayrıntılarını yakın zamanda

paylaşacağımız proje ile farklı ülkelerde üretim, ticaret ve yatırım yapmış olan üyelerimizin deneyimlerini bu ülkelerle ticaret yapmak isteyen üyelerimizle buluşturmayı amaçlıyoruz.

Önümüzdeki yıl gerçekleştirmeyi hedeflediğimiz Marka Zirvesi hazırlıkları da devam ediyor. Zirve öncesinde Markalaşma konusunda bilgilendirme toplantıları serisi düzenlenmesi planlandı. Bu kapsamda bu serinin ilkini geçtiğimiz aylarda gerçekleştirdik. Reklamcılık konusunda duayen isimlerden Aytül Özkan'ın konuk olduğu toplantıda marka yaratma ve marka yönetim süreçleri konusunda bilgi aldık.

Dergimizin içerik oluşturma, tasarım ve baskı aşamasında emeği geçen herkese teşekkür ediyor, tüm okurlarımıza en içten dileklerle sevgi ve saygılarımı sunuyorum.

Mustafa Aslan
EGİAD Yönetim Kurulu Başkanı

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK MUTFAĞI

Bortar Group kendi tesislerinde günlük **100.000** kişilik üretim kapasitesiyle, **1000** kişinin üzerinde uzman kadrosu ve **350**'ye yakın dağıtım noktasıyla, yenilikçi vizyonu, dinamik yapısı, insana ve teknolojiye yaptığı yatırımlarla her geçen gün gelişmeye ve büyümeye devam ederek '**Dünya'nın en büyük mutfağı**' olmaya aday!





Değerli EGİAD Yarın Okurları,

EGİAD Yarın Dergisi Yayın Kurulu olarak büyük bir heyecan ve emek ile hazırlamış olduğumuz EGİAD Yarın dergimizin 62. Sayısı ile karşınızda olmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin hazırlanmasına katkı sağlayan herkese bir kez daha teşekkür ederiz.

62. sayımızın Kapak Konusu olarak araştıran, analizler yapan, yayınlar yayınlayan ve danışmanlık hizmetleri gerçekleştiren sivil toplum kuruluşu, düşünce kuruluşu olarak tanımlanan Think Tank'ın Dünya politikasını şekillendirdiğini, ne işe yaradığını, dünyadaki ve Türkiye'deki modellerini, ülkemizde düşünce kuruluşlarının daha fazla gelişmesi ve büyümesi için yapılması gerekenleri değerlendirdik.

Türkiye, iklimlendirme sektörü açısından üretim üssü olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Sektör olarak, günümüzün cazip sektörü olan iklimlendirme sektörünü değerlendirdik. Sektörün 2023 yılında, 35 milyar dolar bir hacme ulaşacağı bekleniyor. Bu pazarın yüzde 60'ına karşılık gelen miktar olan 21 milyar dolar ithalat ile, geri kalan kısmının ise Türkiye'de üretim ve servis hizmeti veren iklimlendirme firmaları tarafından karşılanması hedefleniyor. İklimlendirme sektörünün dünyada

ve ülkemizde yıllar itibarı ile gelişimini, güçlü yönlerini, zayıf yönlerini, sektörün dünyada büyüme hedeflerini ele aldık.

Kuşaktak kuşağa köşemizde hukuk alanında 40 yıla yaklaşan bir tecrübe ile Bülent Yarol ve aynı alanda emin adımlarla ilerleyen kızı Yağmur Yarol ile olan keyifli röportajımızı okuyacaksınız.

Türkiye'nin en büyük güçlerinden birinin; çalışkan ve duygusal zekâsı yüksek kadınları olduğunu belirten Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Meltem Bakiler Şahin, özel dosyamızda kadının işgücündeki yeri, cinsiyet eşitsizliği, kadın gücü ilgili sorularımızı yanıtladı. İşletmede kadın olarak yarattığı farklılıkları, Vodafone Grubu olarak kadın istihdamını arttırma hedefleyen projelerini paylaştı. Özel dosyamızın diğer konusu olan Coca-Cola İçecek Bilgi Teknolojileri Direktörü Leyle Deliç; kariyerinde kadın olarak hangi ön yargılarla mücadele etmek zorunda kaldığını, kadının üst düzey yönetici olarak yer almasının kurum kimliğine etkisini, Coca Cola'nın kadınlara yönelik yürüttüğü projeleri paylaştı.

Lojistik 4.0'ın birçok fütüristik sayılabilecek teknolojisi günümüz gelişen dünyasına adapte olmuş ve uygulanabilir hale gelmiş durumda.

Birçok fabrikada konteynerler ve ürünler arasındaki bağlantı, Lojistik 4.0'dan yararlanılarak daha verimli bir hale getiriliyor. Lojistik 4.0'ın ortaya çıkışı ve evreleri, Lojistiğin Endüstri 4.0'a olan entegrasyonu ve akıllı lojistik, lojistik firmalarına tavsiyelerini Tetra Pak Lojistik Koordinatörü Ali Burak Canatan EGİAD Yarın için ele aldı.

İzmir'in Penceresi'nde İzmir'i teknoloji üssü yapmak için Üniversitelere "Güç birliği yapalım" çağrısında bulunan Yaşar Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Ahmet Yiğitbaşı ile sohbet ettik. Yaşar Üniversitesi'nin yeni eğitim hedeflerini, Hollanda ile yapacakları işbirliklerini, İzmir'in eğitim alanındaki gelişimini, yaşadığı sorunları, yapılması gerekenleri okuyucularımızla paylaştı.

Dünya'nın önde gelen üzüm bağı dolayısıyla şarap bölgelerinden biri olan Napa Vadisi'nde gidilecek restoranları, adresleri, şarap evlerini Aslı Göksoy'un kaleminden Gezelim Görelim köşemizde bulacaksınız.

Sizleri diğer konu başlıkları olan hukuk, finans, insan kaynakları, girişimcik hakkında birbirinden değerli doneleri ve içerikleri ile okuyacağınız 62.Sayımızla başbaşa bırakıyor, EGİAD Yarın Yayın Kurulu olarak 62. sayımızı keyifle okumanızı diliyoruz.

EGİAD Yarın Yayın Kurulu

Kelime anlamı olarak think tank (düşünce kuruluşu); araştıran, analizler yapan, yayınlar yayınlayan ve danışmanlık hizmetleri gerçekleştiren sivil toplum kuruluşu olarak açıklanıyor

“Düşünce Fabrikaları”, Dünya Politikasını Şekillendiriyor



Think-tank kısaca “Araştırma merkezi, düşünce ve nazariye üreten uzmanlar kurulu” olarak tanımlanabilir.

Bir think-tank’i gerçek anlamıyla başarılı kılan, özgür ve yenilikçi fikirler üretebilmek adına bağımsızlık öncelikli olması.



HAZIRLAYAN: SEDA GÖK

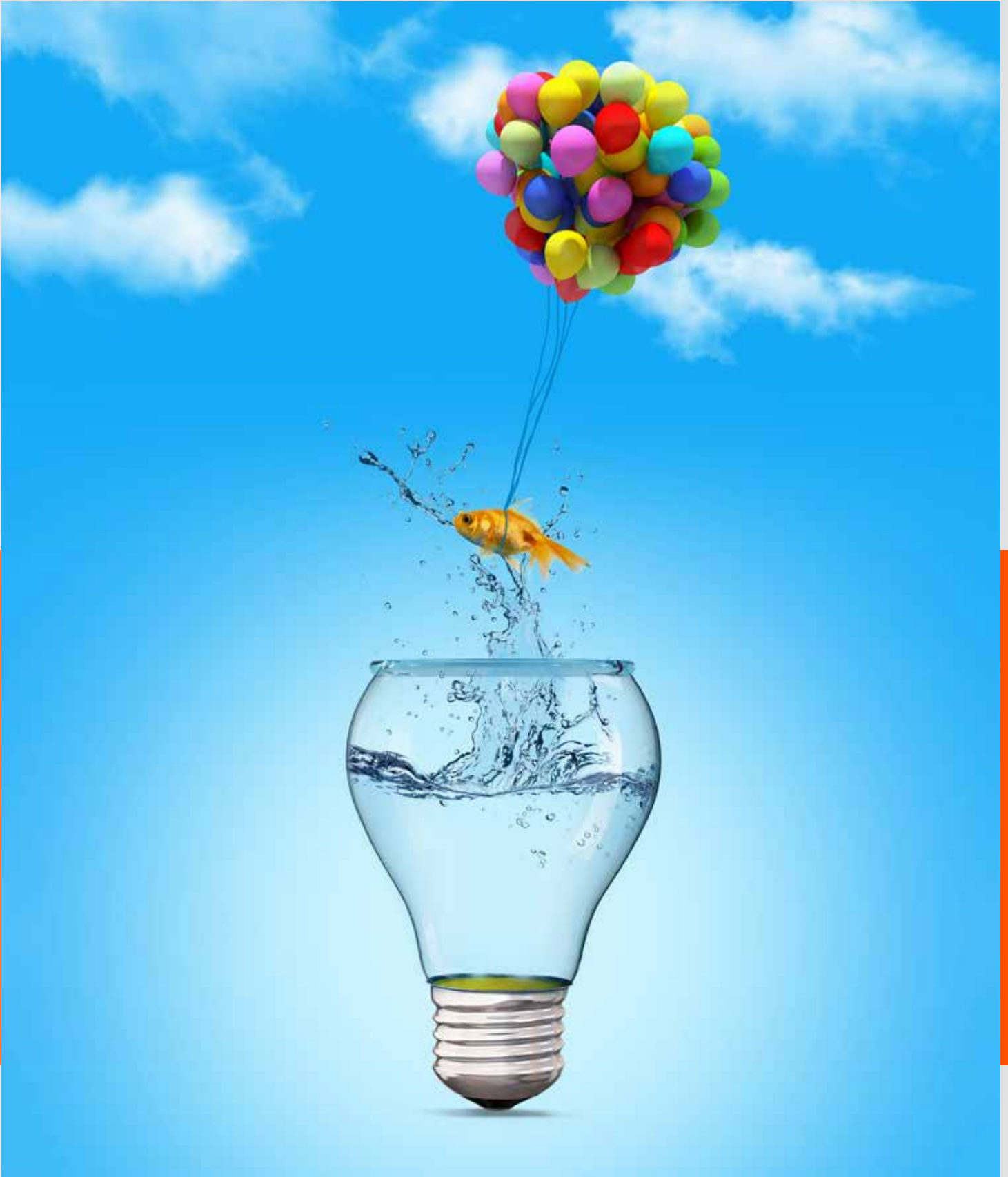


20. yüzyılın son yıllarından başlayıp günümüze kadar devam eden süreçte Düşünce Kuruluşları (Think Tank), uluslararası ilişkiler başta olmak üzere devlet politikalarının şekillenme sürecinde etkili oldu.

İlk olarak Amerika Birleşik Devletleri’nde aktif rol alan düşünce kuruluşlarının, sonrasında sadece ABD değil dünyadaki birçok ülkenin politika şekillendirme süreçlerinde yer bulduğunu görüyoruz. Diğer bir ifade ile bu “düşünce fabrikaları”, önümüzdeki dönemde de dünya ekonomisi ve politikasında ağırlıklarını hissettirmeye devam ettirecek.

Düşünce Kuruluşları(Think Tank), devletlerin karar alma süreçlerinin etkinliği artırmak, doğru politikalar izlenmesini sağlamak amacıyla, söylemsel olarak bir algı oluşturmak için faaliyet gösteriyor.

Özel ve nitelikli çalışma/araştırma merkezleri olarak ifade edilen düşünce kuruluşları, iç politika da toplumun karşılaştığı sorunları



tartışma ortamına sokup problemlerin değerlendirilerek doğru ve meşru sonuçlar elde edilmesini amaçlıyor.

Türkiye’de de think-tank sayısı anlamında son yıllarda olumlu gelişmeler gözlemleniyor. Ancak düşünce kuruluşlarının aktif olduğu ülkeler ile kıyaslandığında özellikle niteliksel anlamda çalışmaların beklenen düzeyde olmadığı ifade ediliyor. Kanaat önderleri; bu tablonun ortaya çıkmasında ekonomik, siyasi, toplumsal ve kültürel etkenlerin büyük rolü olduğuna dikkat çekiyorlar. Kanaat önderleri; Türkiye’de düşünce kuruluşlarının öneminin henüz tam kavranmadığı, devlet tarafından yeterli destek bulamadığı, özel sektörün yeterince ekonomik destek sağlayamadığında birleşiyorlar. Bu da rakamlara yansıyor. Bugün Türkiye’de kurulu olarak görünen 100 civarında think-tank kuruluşu var. Ancak aktif çalışan sayı 20-30 üzerine çıkamıyor.

Kâr amacı gütmeyen bu kuruluşların yaygınlaşması ve belli bir kalite oluşturması önemli olduğunu fark eden EGİAD’da son dönemde bu konuda bir oluşum içerisinde...

THINK-TANK NEDİR?

Tüm dünyada think-tank kavramının kat’i çizgilerle tanımlanmış bir yapısı yok. Bu konuda farklı görüşler var ve bu görüşlere baktığımızda ortaya çıkan tablo şöyle:

➔ Think-tank; düşünce kuruluşu anlamına geliyor. Yaptıkları araştırmalarla karar alıcıların politikasında etkili olmayı hedefliyor. Halkı gündemde olan konuya göre bilinçlendirmeyi amaçlıyor. Araştırmacılardan oluşan bir organizasyon.



➔ Düşünce kuruluşları; herhangi bir kâr amacı ve partizanlık anlayışı gütmüyor. Araştırma yapmak amacıyla oluşturulan, akademik dünya ile devletlerin veya hükümetlerin politikalarının uygulamaya geçirilmesinde köprü vazifesi gören bağımsız kuruluşlardır.

➔ Düşünce kuruluşları; farklı formlarda, sosyal, ekonomik, kültürel, askeri, teknoloji gibi farklı alanlarda araştırmalar yapan, stratejiler, analizler üreten kuruluşlardır.

Birçok düşünce kuruluşu, hükümetlerce, çıkar gruplarınca veya iş dünyasınca desteklenip ve finanse ediliyor. Bazen de danışmanlık ve araştırmalardan da gelir elde edilebiliyor.

“Entelektüel girişimciler” olarak da adlandırabileceğimiz bu düşünce kuruluşları, özgür, bağımsız yapılarıyla; yeni fikirler ve siyasi inisiyatifler yaratma aşamasında, siyasi partilerin baskılarından arınmış kurumlar olarak farklı ve yenilikçi birçok fikir ortaya koyabiliyor.

Kimi akademik çevreye göre ise think-tank kavramını “düşünce kuruluşu” olarak isimlendirmek pek açıklayıcı olmamakta. Bu tezi savunanlar; akademisyenler ve gazetecilerin de politik veya toplumsal konularda düşünce üretip raporlama yaptıklarını ve onlara da “think-tank” denmeyeceğini örnek göstermekteler. “Siyasa (Policy) veya Araştırma Enstitüsü” gibi alternatif isimlendirmeleri çok daha

açıklayıcı gösteriyorlar. Think-tank kısaca "Araştırma merkezi, düşünce ve nazariye üreten uzmanlar kurulu" olarak tanımlanabilir. 'Düşünce kuruluşu' ya da 'Araştırma merkezi' hem akademik camiada hem de pratikte en çok tercih edilen kullanım olarak karşımıza çıkıyor. Doğrusu think-tank yerine kullanılacak bir başka terim üzerinde henüz uzlaşamadığımızı görüyoruz.

Bir think-tank'i gerçek anlamıyla başarılı kılan, özgür ve yenilikçi fikirler üretebilmek adına bağımsızlık öncelikli olması.

Bu nedenle düşünce kuruluşlarının bağımsızlığı büyük bir öneme sahip. Bağımsız düşünce kuruluşları, hükümet kaynaklarının aksine hükümet dışı fonlardan besleniyor. Öyle ki bu durum onları hükümet dâhilindeki fonlardan beslenen toplulukların aksine, siyasi baskılardan ve yönlendirmelerden koruyarak, onlara farklı, yenilikçi ve alternatif politikalar üretmeleri konusunda destek sağlıyor.

3 GRUPTA THINK TANK GERÇEĞİ

Genel olarak think tank'ler üç grupta değerlendiriliyor. Birinci grup think tank'ler, öğrencisiz üniversite adını da taşıyan ideolojik bir yön aramadan hizmet sunan ve ticari kazancı ve prestiji önceleyen kuruluşlar. Bu kategoriye; sosyal devlet ilkesine karşı çıkan Brookings Institution, muhafazakâr yönü kuvvetli American Enterprise Institute, liberal politikaları destekleyen Cato Institution, Avrupa'dan Royal Institute of International Affairs (İngiltere), Wissenschaft und Politik (Almanya) gibi kuruluşlar örnek verilebilir. Bu gruptaki kuruluşlar gizli ibaresi olmayan çalışmalarını basıyor ve internetten yayınlıyor.

Pensilvanya Üniversitesi Sivil Toplum Programı
The Global Go To Think Tank Endeksi ise Türkiye'de olan think tank sayısını 32 olarak belirtiyor.
Orta Doğu ve Kuzey Afrika Bölgesi içerisinde değerlendirilen Türk think tank'lerden, listeye göre dünya çapında etki gösterenlerin sayısı ise sadece 11.
Dolayısıyla think tank'lerin sadece nicelik değil, nitelik olarak da desteklenmesine ihtiyaç var.



İkinci grup think tank'ler ise ideolojik yönleri belli olmasına rağmen kendilerini bağımsız olarak tanımlayan ve kazançtan çok ortak çıkarları amaçlayan kuruluşlar olarak karşımıza çıkıyor. Tek adam işletmesinden başlayıp gelişen büyüyen kuruluşlara kamuoyu araştırma şirketleri de dâhil. Bu gruba örnek olarak Heritage Foundation, Institute for Policy Studies, Adam Smith Institute, Öko-Institut, Frankfurt Institut verilebilir.

Üçüncü grup think tank'ler de çıkar amaçlı kuruluşlar bulunuyor. Bu kuruluşlar sendika veya siyasi partilerle organik bağları olan enstitüleri içinde barındırıyor. Bu türden enstitüler bağlı oldukları organizasyonun politik hedeflerine ulaşması için gerekli yöntem ve söylemi üretirler ve bu işlevleri dolayısıyla ABD'de politik işletmeler olarak anılıp; halkla ilişkiler uzmanları ya da lobiciler ile aynı kategoride değerlendiriliyor. Bilhassa soğuk savaş sürecinde Amerika ve Avrupa'daki kuruluşlar; dış politika ve güvenlik alanlarında düşünce üretmekle kendilerini yükümlü hissettiğini görüyoruz.

"THINK TANK" İFADESİ İLK KEZ 1927 YILINDA KULLANILDI

"Think Tank" ifadesi ilk olarak Brookings Institution tarafından 1927 yılında kullanılmış ancak popüler anlamda kullanımı 1950'li yılları bulmuştur. 'Düşünce Kuruluşları' Amerika'da daha faal ve aktiftirler, diğer bir tabirle ABD'deki kuruluşlar hükümet politikalarında önemli bir yere sahip.

Günümüz dünyasında çok sayıda düşünce kuruluşu bulunuyor. En fazla think tank, ABD'de bulunmakta olup sayıları yaklaşık bin 800 civarında.

En güncel verilere göre 2012 yılı itibarıyla Avrupa Birliği'nde bin 485, Çin'de 425, Hindistan'da 292, İngiltere'de 286, Almanya 194, Fransa'da 176 düşünce kuruluşunun olduğunu görüyoruz.

Düşünce kuruluşu, araştırma kuruluşu vb. olarak ifade edilen bu kurumların aynı bağımsızlık ve nesnellikte oldukları söylenememekte. Dünyadaki kuruluşlara bakıldığında, durumun ne kadar karmaşık olduğunu görülecek. James G. McGann tarafından bu kuruluşlar altı kategoride değerlendiriliyor.

I. Siyasi Partilerle Doğrudan İlişkili (örnek: Almanya'da Hıristiyan Demokrat Birliği'ne bağlı Konrad Adenauer Vakfı),

II. Devletle Doğrudan İlişkili (örnek: Çin Kalkınma Enstitüsü),

III. Yarı-Devlet yani devletten büyük finans desteği alan ama resmi olarak devletin bir parçası olmayanlar (örnek: ABD'de Woodrow Wilson International Center for Scholars),

IV. Bağımsız (örnek: ABD'de Brookings Enstitüsü ve İngiltere'de Chatham House),

V. Yarı-bağımsız yani devletten bağımsız olan fakat kaynaklarının çoğunu belli bir bağışçıdan alanlar (örnek: Belçika'da European Trade Union Institute, AB ve Ticaret Odaları Birliği tarafından finanse edilmektedir),

VI. Üniversiteye Bağlı (Örnek: Stanford Üniversitesine bağlı Hoover Enstitüsü).

DÜŞÜNCE KURULUŞLARININ ÖNEMİ

Bazı Batılı ülkelerde düşünce/ araştırma kuruluşlarının gerek iç, gerekse dış siyasetin oluşturulmasında geleneksel olarak önemli rolleri bulunuyor. Bir anlamda düşünce kuruluşları Batı'nın asırlık danışmanlık geleneğinin kurumsallaşması olarak tanımlanıyor.

“Think Tank” ifadesi ilk olarak Brookings Institution tarafından 1927 yılında kullanılmış ancak popüler anlamda kullanımı 1950'li yılları bulmuştur. ‘Düşünce Kuruluşları’ Amerika’da daha faal ve aktiftirler, diğer bir tabirle ABD’deki kuruluşlar hükümet politikalarında önemli bir yere sahip. Günümüz dünyasında çok sayıda düşünce kuruluşu bulunuyor. En fazla think tank, ABD’de bulunmakta olup sayıları yaklaşık bin 800 civarında. En güncel verilere göre 2012 yılı itibarıyla Avrupa Birliği’nde bin 485, Çin’de 425, Hindistan’da 292, İngiltere’de 286, Almanya 194, Fransa’da 176 düşünce kuruluşunun olduğunu görüyoruz.



Bu kuruluşlar belli alanlarda uzmanlaşırlar, ülkenin ana sorunlarında nitelikli uzmanlık ve örgütlenmeyi temin ederler.

Düşünce kuruluşlarını, o ülke için hayati bilgileri ve analizleri üreten, yüksek katma değerli mamul ortaya koyan fabrikalar gibi görmek de mümkün. Bu bağlamda; gelişmeyi sağlayan diğer bilgi kurumları gibi düşünce kuruluşları da adaletin, kalkınmanın ve ilerlemenin vazgeçilmez aktörleri olarak görülebilir.

Kanaat önderleri; bu konuda “Bir ulus kendi kavramlarını, kendi analizlerini ve yaklaşımlarını geliştirmede başka ülkelerin kavram ve analizlerine mahkûm olur. Bu ise fikri bağımlılıktır ki, bağımlılıkların en tehlikesidir” değerlendirmeleriyle dikkat çekiyorlar.

ABD BU KONUDA NEDEN BAŞARILI?

ABD’deki think tank’lerin dünya çapında güçlü olmasının sebepleri ise şöyle sıralanıyor:

- ▶ Fikir, rapor ve belgelerini yönetime ulaştırma konusunda çok az engelle karşılaşmaları,
- ▶ Görüş, rapor ve belgeleri hem iç hem de uluslararası kamuoyuna rahat aktarabilmeleri,
- ▶ Çok geniş bütçelerinin olmaları. Özellikle dış politika da çok etkin olan ABD ‘think tank’leri, ürettikleri fikir ve öngörülerini yaygın hale getirerek meşrulaştırmak, öne çıkartarak hem politika belirleyip hem de yüklü miktarlarda paralar kazanabilmek için çeşitli taktikler oluşturmakta ve değişik kanallarla yönetime ulaşmak için uğraşıyorlar.

Raporlar yayınlaması, dergi ve kitap gibi yayınlar çıkarılması ve proje üretilmesi gibi çalışmalar bu kuruluşların temel uğraş alanları ve bu yayınlar ABD başkanları, temsilciler meclisi ve senato üyeleri tarafından dikkate alınıyor. ABD’nin yönetsel karar alma mekanizmaları için think tank’ler hayati öneme



Doğasına özgü mimarilerin buluştuğu o yer...

Tanyer: Asma Bahçeler, Bulut Orman, Mavi Su Evleri'nden sonra
Tan Urtla'yla çok yakında.



MAVİ SU EVLERİ



Tanyer

sahip kuruluşlar olarak ifade ediliyor.

Bu kuruluşlar yayınların ve önerilerin dışında ayrıca yönetime gelen hükümetler için nitelikli ve yetişmiş eleman da sağlayarak karar alma süreçlerine her şekilde dâhil oluyorlar.

Bu anlamda dikkat edilecek olursa ABD'de think tank'ler devletle iç içe ve iç kamuoyundan uluslararası ilişkilere kadar her noktada, görünen ve görünmeyen tüm devlet kademelerini yönlendirebiliyor.

TÜRKİYE'DE DÜŞÜNCE KURULUŞLARININ GELİŞİMİ

Türkiye'deki Düşünce Kuruluşları'nın işleyişinin Amerika ve Avrupa'daki gibi olmadığını görüyoruz. 'Düşünce Kuruluşları', Türkiye'deki yapılanmalarının ilk yıllarında hükümetlerin politika belirleme süreçlerinde yer almamakta idiler. Her ne kadar think-tank sayısı ve niteliği anlamında son yıllarda olumlu gelişmeler gözlemlense de gelişmenin beklenen düzeyde olmadığı bir gerçek. Türkiye'de kâğıt üzerinde 100 civarında think-tank görünmesine rağmen fiiliyatta sayının o kadar olmadığı görülecek. Dolayısıyla Türkiye gibi bölgesel liderliğe soyunan bir ülkenin düşünce/araştırma kuruluşu anlamında çok daha ileri düzeylere gelmiş olması gerekiyor.

Türkiye'deki düşünce kuruluşlarının ilk temeli 1969 yılında Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi ile atıldı.

1974 yılında kurulan "Dış Politika Enstitüsü" bu temeli yükseltmek istemiş ama 90'lara kadar yeni merkezler kurulmamış. 90'lı yıllarda konuya ilgi artmış ve Genelkurmay Başkanlığı'ndan sivil toplum örgütlerine kadar farklı kulvarlarda değişik düşünce kuruluşları kurulmaya başlanmış. Değişen dünya şartlarının Türkiye'ye yüklemiş olduğu yeni görevler, bu kuruluşların önemini ve sayısını



arttırmış, Türkiye'nin AB üyeliği ve bu üyelik için yapılan çalışmalar da think tankler'in Türkiye'de varlığını ve etkisini genişletmesinde yararlı olduğunu görüyoruz.

Son yıllarda Dışişleri Bakanlığı bünyesinde kurulan araştırma merkezleri, bürokrat, akademisyen ve/veya nitelikli, konusunda uzman araştırmacılarla bünyesini kuvvetlendirmiş olan düşünce kuruluşları gibi yapılar, dış politika yapımında kendisinden görüş ve öneri alınan kuruluşlar haline gelmeye başladı. Türkiye Cumhuriyeti Devleti, bir zihniyet dönüşümü içerisine girmiş, sürekli dile getirilen "Küresel Köy:





ürünler ortaya koyan düşünce kuruluşları ile 2023 ve ileriki dönemler hedeflerine daha güçlü adımlar ile koşacağı öngörülüyor.

Bu noktada araştırma merkezlerinin önemi bir kez daha ortaya çıkıyor. Bu bağlamda Dışişleri'nin izlediği politika ülkemizde nitelikli araştırma merkezlerinin sayısının artmasına neden oldu. Araştırma merkezlerinin sayı ile ifade edilmesi doğru olmamakla birlikte nitelikli araştırma merkezlerinin sayısı ülkemiz için önem arz ediyor.

Türkiye'deki düşünce kuruluşlarının ekseriyeti 2000 yılı ve sonrasında kuruldu. Son yıllarda think tank'lere ihtiyacın arttığını gören gerek akademik camia gerekse farklı vakıflar, eksiklik gördükleri sahalarda aktif rol oynamak üzere kendi düşünce kuruluşlarını/

beklenen düzeyde olmadığı bir gerçek. Dolayısıyla Türkiye gibi bölgesel liderliğe soyunan bir ülkenin think-tank anlamında çok daha ileri düzeylere gelmiş olması gerekiyor.

Türkiye'de faaliyet gösteren think-tanklerin önemli sorunlarla karşılaştığı ifade ediliyor. Bunların başında ekonomik sorunlar gelse de bu kuruluşları kendi bünyelerinden kaynaklanan sorunlar da dikkat çekiyor. Think-tank'lerin Türkiye'de genellikle dış politika alanında yoğunlaştıkları görülüyor. Günümüzde hemen hemen her alanda think tank'lerin yapacakları analizlere ve belirleyecekleri stratejilere göre politika üretilmesine ihtiyaç var.

Think-tank'ler henüz Türkiye'de hak ettikleri saygınlığa sahip değil.



Dünya" kavramına uygun bir şekilde çok eksenli dış politika sisteminin desteklenmesi için araştırma merkezlerine, düşünce kuruluşlarına değer verir hale geldiğini görüyoruz.

Türkiye'nin her anlamda gelişmesiyle ortaya çıkan ve gün geçtikçe nicelik yanında nitelik de kazanan Türk düşünce kuruluşları Türkiye'nin geleceğinde de büyük rol oynayacaklar.

Ekonomide, sanayide, tarımda ve gün geçtikçe bilimde kendisini ispatlayan bir Türkiye, yerelden ulusala doğru yol almayı bilen ve yol gösterici özellikleriyle dolu dolu

araştırma merkezlerini kurduklarını görüyoruz. Ancak niceliksel olarak sayıları hızla artmakla birlikte, birçok araştırma merkezinin faal çalışmadığı, başlangıç aşamasından çok fazla ileriye gidemediği de görülüyor.

BU KONUDA TÜRKİYE'NİN GELECEĞİ

Türkiye'de her ne kadar think-tank sayısı ve niteliği anlamında son yıllarda olumlu gelişmeler gözlemlense de gelişmenin

Bu kuruluşların gerekli ilgiyi ve saygınlığı kazanmaları durumunda genç beyinlerin bu kuruluşlara daha çok yönelebileceği düşünülüyor.

Think-tank'ler en başta yaşadıkları ekonomik sorunlardan dolayı Türkiye'de tam anlamıyla bağımsız davranamıyorlar. Bu da yaptıkları araştırmalara ve çalışmalara yönelik önyargılar oluşmasına ve verilen emeklerin yeterli karşılığı ve ilgiyi görememesine neden oluyor.

PEKİ TÜRKİYE NE YAPMALI?

Türkiye'de think-tanklerin gerekirse devlet kaynaklarından teşvik edilmeleri (örneğin; kuruluşlarından sonraki ilk beş yıl için idari ve kuruluş masraflarına yönelik vb.) bu kurumların sağlam bir şekilde kurumsallaşmalarına destek olabilecek.

Türkiye'de sadece dış politika değil, ticaret, turizm, çevre, sağlık vb. alanlarda da strateji geliştirilmesi ve araştırma yapılması için gerekirse devletin bu tür think-tank kurumuna teşvik etmesi öneriliyor.

Anadolu'nun değişik büyük illerinde de artık bu tür think-tanklerin açılması mümkün olabilirse ülkenin tüm beyin kaynaklarının bu fikir üretme yarışına olumlu anlamda katkı sunabileceği ifade ediliyor.

Öğrencilerin bu tür kurumlarda staj yapmalarının teşvik edilmesi amacıyla yaptıkları stajların bir derste alınan krediler yerine sayılmasının daha genç ve dinamik araştırmacıların yetişmesine büyük katkı sağlayacağına dikkat çekiliyor. Yine think-tank'lerde çalışacak stajyerlere verilecek ücretin belli bir kısmının devlet tarafından sübvansede edilmesi de bu think-tank'leri genç eleman alıp yetiştirme yönünde teşvik nedeni olabilecek.

KISACASI

Günümüzde eğitim, sağlık, ekonomi, politika, savunma stratejileri ve çevre gibi hayatın her alanında yeni yaklaşımlara orijinal fikirlere ihtiyaç var. Bu da bol bol beyin fırtınası yapan genç ve dinamik insanlarla olacak.

Düşünce kuruluşları bir toplumun potansiyelini yönetim ile sanayi ile hizmet sektörü ile birleştirmesini sağlayan üniversite gibi kanallardan biri. Bu kanalın yerli, ülkeyi iyi tanıyan araştırmacılarından oluşması daha iyi olacağına vurgu yapılıyor. Aksi takdirde başka bir ülkenin düşünce kuruluşlarının, başka bir



Türkiye'de kâğıt üzerinde 100 civarında think-tank görünmesine rağmen fiiliyatta sayının o kadar olmadığı görülecek. Dolayısıyla Türkiye gibi bölgesel liderliğe soyunan bir ülkenin düşünce/araştırma kuruluşu anlamında çok daha ileri düzeylere gelmiş olması gerekiyor.



ülke için plan yapması, düşünce üretmesi mümkün olsa da, üretilen proje ve düşüncelerin hangi amaçla üretildiği, o ülkenin ihtiyaçları ile tutarlılığı her zaman tartışma götürülecek.

Öyleyse düşünce kuruluşları bir ülkenin üniversitelerle beraber beyni konumunda. Onlar olmadan ülkeye has, ülkenin çıkarı merkezli, ülkenin değerleri, tarihi, insanı ile barışık düşünceler, projeler üretilmesi, senaryolar yazılması neredeyse imkânsız gibi görünüyor. Bu nedenle, gelecek için hayal kurup, bugünden hazırlık yapan bireyler; ar-ge ve tasarım konusuna kaynak ayırarak yenilikçilik, yaratıcılık yetkinliklerini geliştiren şirketler ve gelecek politikalarını belirlemek için düşünce merkezleri kurarak fikri hazırlıklarını geliştiren ülkeler arzu ettikleri geleceği hazırlama konusunda daha başarılı sonuçlar elde edebiliyor. Bu konuda kanaat önderleri önerilerini şöyle ifade ediyorlar:

"Türkiye'de düşünce kuruluşlarına hangi parti iktidara gelirse gelsin şüphe ile bakılmamalı, hangi açıdan olaylara bakılırsa bakılsın düşünce kuruluşları desteklenmeli, işbirliği yapılmalı, somut yüz yüze gelinen sorunların çözümünde, politika alternatiflerinin ortaya çıkarılmasında düşünce kuruluşlarından destek alınmalıdır. Açıkçası düşünce üretiminin ne kadar önemli olduğunu idrak edilmez ve hızla açığı kapatılmaz ise başkalarının inşa ettiği dünyalarda yaşanmaya mahkûm olunacaktır. Kendi kelimelerimizi, kendi kavramlarımız üretilmez ise sadece Türkiye'nin bağımsızlığı, huzuru, istikrar ve kalkınması değil, akıllar da yabancı unsurların işgali altına girebilir. Dolayısıyla bu think-tank'lerde çalışacak genç beyinlerin yetiştirilmesinin yanı sıra bu merkezlere her türlü destek olunmasının da toplum, devlet ve özel sektör olarak benimsenmesi gerekir. Aksi takdirde bu alanda Türkiye'nin açığı giderek kapanamaz boyuta gelip sadece diğer güçlü aktörlerin hamlelerinin izlenmesi durumunda kalınabilir." ■



ege asal metal®

*34 Yıldır Rotamız Müşterilerimizin Memnuniyeti,
Tecrübe, güven ve kalitemiz ile sektöre yön veriyoruz.
Metalin ve Plastığın En Kıymetli Halı...*



© 10002 Sk. No: 40 Adış Çiği / İZMİR
© 1. Sanayi Sitesi 2822 Sokak No:89 / Halıkapılar - KONAK - İZMİR
☎ : +90 232 458 47 26 ☎ : +90 232 458 47 27
✉ info@egeasalmetal.com.tr 🌐 www.egeasalmetal.com.tr



TÜRKİYE'DEKİ DÜŞÜNCE KURULUŞLARINDAN BAZILARI

- Adaleti Savunanlar Stratejik Araştırmalar Merkezi ASSAM
Akademik Araştırma Enstitüsü AAE
Akbank Düşünce Kulübü ADK
Alternatif Politikalar Merkezi APM
Anadolu Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezi ANASAM
Ankara Düşünce ve Araştırma Merkezi ADAM
Ankara Global Araştırmalar Merkezi AGAM
Ankara Politikalar Merkezi
Ankara Strateji Enstitüsü
Araştırma ve Etütler Merkezi AREM
ARI Hareketi
Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi ASAM
Başkent Üniversitesi Stratejik Araşt. Uygulama Merkezi
BAŞKENT-SAM
Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi BİLGESAM
Birlik Stratejik Araştırmalar Merkezi BİRSAM
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Stratejik Araşt. Merkezi
ÇOMÜ-SAM
Dış Politika Enstitüsü DPE
Ege Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezi ESAM
Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi EDAM
Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi ESAM
Erciyes Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezi
ERUSAM
Global İlişkiler Forumu GIF
Global Politikalar Araştırma Merkezi GLOPOL
Global Strateji Enstitüsü GSE
Güney Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi
GASAM
Güvenlik Stratejileri Araştırma Merkezi GÜSAM
Harp Akademileri Komutanlığı Stratejik Araşt. Enstitüsü
SAREN
Hazar Stratejik Araştırmalar Merkezi HAZARSAM
Hürriyet Hukuk Hoşgörü Hareketi
İstanbul Stratejik Düşünce ve Araştırma Merkezi İSDAM
Karadeniz Araştırmaları Merkezi
Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Vakfı KÖKSAV
Marmara Grubu Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Vakfı
Orta Doğu Teknik Üniversitesi Ekonomik Araşt. Merkezi ERC
Orta Doğu ve Afrika Araştırmaları Merkezi ODAM
Orta ve Doğu Avrupa Stratejik Araştırmalar Grubu ODSTA
Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi ORSAM
Orta-Doğu ve Afrika Araştırmacıları Derneği ORDAF
Sahipkiran Stratejik Araştırmalar Merkezi SASAM
Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı SETA
Stratejik Araştırma ve Etüt Merkezi SAREM
Stratejik Araştırmalar Merkezi SAM
Stratejik Düşünce Enstitüsü SDE
Temel Stratejik Araştırmalar ve Danışmanlık TSA
Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi TURAN-SAM
Türk Akademisi Siyasi Sosyal Stratejik Araştırmalar
Vakfı TASA
Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi TASAM
Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı TEPAV
Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etütler Vakfı TESEV
İstanbul
Türkiye Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Merkezi TESAM
Türkiye Kültür Araştırmaları Grubu
Türkiye Ulusal Güvenlik Stratejileri Araştırma Merkezi TUSAM
Ulusal Enerji Forumu
Ulusal Güvenlik ve Stratejik Araştırmalar Derneği UGSAD
Uluslararası İlişkiler ve Stratejik Analizler Merkezi TÜRKSAM
Uluslararası Kültürel Araştırmaları Merkezi UKAM
Uluslararası Orta Doğu Barış Araştırmaları Merkezi IMPR
Uluslararası Politika Araştırmaları Merkezi UPAM
Uluslararası Strateji ve Güvenlik Araştırmaları
Merkezi USGAM
Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu USAK



argeart
DIGITAL AGE

Marketing və reklam, internet və mobil telefon, e-merce və digər sahələrdə xüsusi təcrübə.

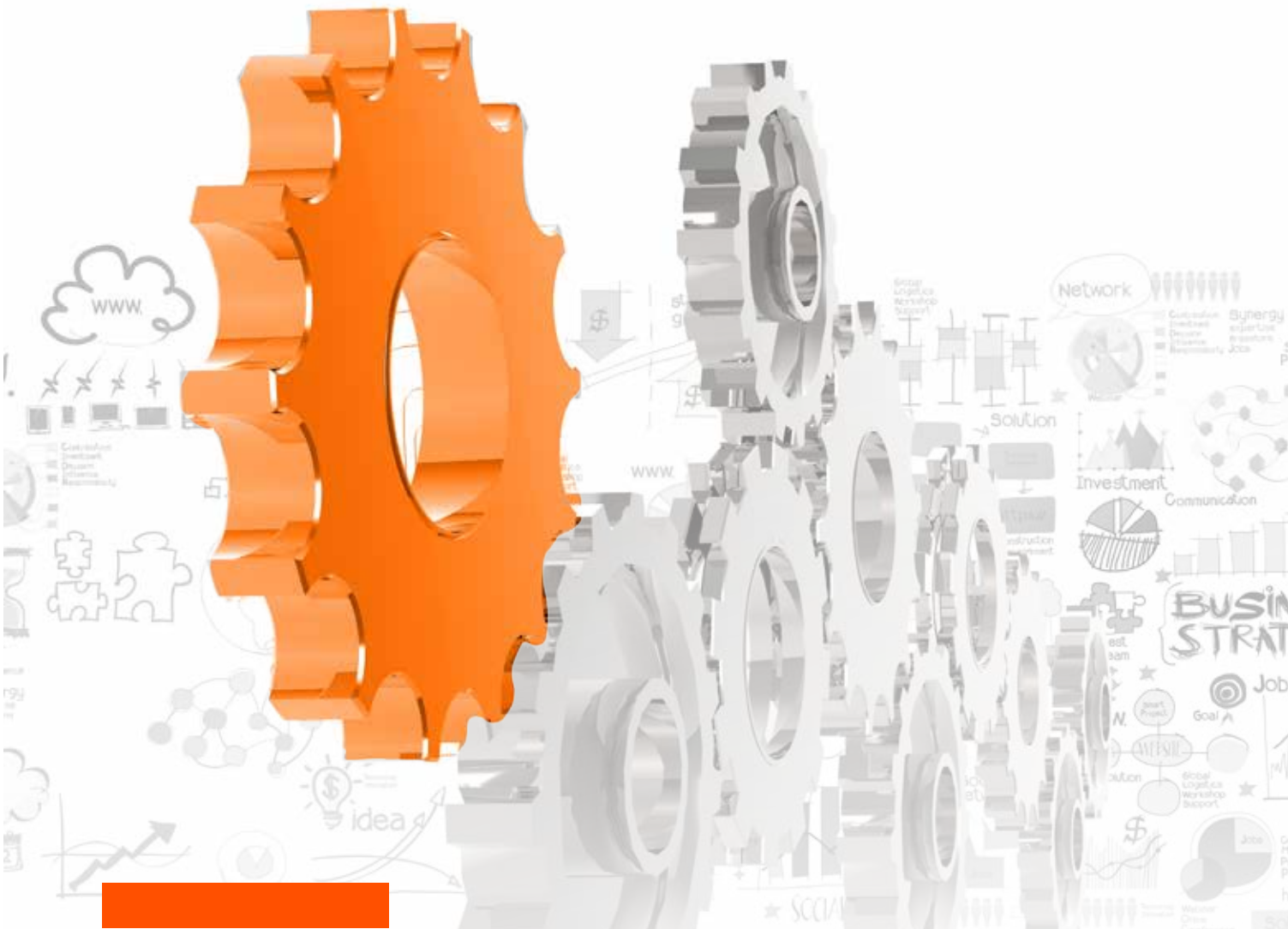


Google Ad - Web Təzəli - Digital Video Pöhrəli
Jəmi İctimaiyyəti - Mobil Uygulama Gələcəti - 3D
Pöhrələri - Anonim Təzəli - Sosial Media Pöhrəli

📍 Azərbaycan Mədəniyyət 200/1 Səkkə Açıq Dövlət Bazarı 2.008 Bələdiyyə / İsmayıl

☎️ +99 732 290 9104 🌐 www.argeart.com.az

🌐 www.argeart.com.az



RAKAMLARLA AMERİKAN THINK-TANK ENDÜSTRİSİ

Medyanın gelişmesi ve küreselleşme ve sosyal medya sayesinde başlayan bilgi bombardımanı, bu bilgileri süzüp anlamlı hale getirecek kalifiye personel ihtiyacını ortaya çıkardı.

Washington D.C.'de yeni kurulan Çin Halk Cumhuriyeti orijinli tek think-tank (düşünce kuruluşu) olan ICAS (Institute for China-America Studies, Çin-Amerika Çalışmaları Enstitüsü), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki think-tank endüstrisi hakkında 31 Mayıs 2016 tarihinde Alek Chance imzalı bir rapor yayınladı.

"Think Tanks in the United States: Activities, Agendas, and Influence" (ABD'deki Düşünce Kuruluşları: Aktiviteler, Ajandalar ve Etkileri) adlı rapor, Çin-ABD ilişkilerinin başta Güney Çin Denizi'ndeki ihtilaflar ve dünya ekonomik liderliği gibi konularda sorunlu bir dönemden geçtiği de düşünülürken, önemli bir çalışma idi. Doç. Dr. Ozan ÖRMECİ tarafından Türkçeye verilen raporda dikkat çeken hususlar var.

ABD’de günümüzde 1830 civarında düşünce kuruluşu olduğunu belirten rapor göre, tüm dünyada bu alanda yalnızca 6 bin 618 kuruluş olduğunu söyleyerek, ABD’nin bu alandaki öncü konumuna dikkat çekiyor.

Bu sektörün ABD’deki yıllık geliri ise 1 milyar dolar civarında. Bu rakamlar, kimileri için çok da etkileyici olmasa da, Chance’e göre, ABD’deki think-tank’ler, politika yapım ve karar alma süreçlerinde Amerikan yükseköğretim kurumlarından bile daha etkili konumda. Bunun sebebi ise, Amerikalı siyasetçiler (yasa yapıcılar) ve think-tank’ler arasında, yıllar içerisinde güçlü bir bağımlılık ilişkisinin kurulmuş olması. Brookings, CFR (Council on Foreign Relations) ve Carnegie Endowment gibi köklü kuruluşlar “öğrencisiz üniversite” olarak değerlendirilen saygın kurumlar olmasına karşın, Amerikan think-tank’lerinin yapıları birbirinden oldukça farklı. Nitekim bu think-tank’ler arasında 290 milyon dolar geliri ve 2000 civarında çalışanı olan RAND Corporation gibi çok büyük kurumlar olduğu gibi, birkaç çalışanın yönettiği ve gazetecilik-akademisyenlik-düşünce kuruluşu arasında bir yerde konumlanan -bütçeleri 1 milyon dolardan daha küçük- kuruluşlar da var. ABD’de think-tank’lerin bu derece önemli olmasının en önemli sebebi ise, sivil bürokrasinin zaafiyeti ve parti disiplininin olmaması nedeniyle, sistemde uzman kişilerin son derece gerekli olması olarak gösteriliyor.

Ayrıca yayın yapma zorunluluğu hisseden akademisyenlerin aksine, ABD’de think-tank çalışanlarının özgürce çalışabilmeleri, onları daha verimli ve alanında uzman kişiler haline getiriyor.

ABD’de ilk think-tank dalgası 20. yüzyıl başlarında yaşanmıştır. Bu dönemde kurulan think-tank’ler arasında Carnegie Endowment for International Peace (1910), Brookings Institution (1916), Hoover Institution (1919) ve Council on Foreign Relations (1921) var. Bu kuruluşlar, kendilerini siyasi etkiden uzak tutmayı başarmış ve farklı fikirlere yer veren demokratik yapıları sayesinde yasa ve politika yapıcılar için saygın kuruluşlar haline gelmişler. Bu dönemde özellikle Büyük Buhran’ın nedenleri üzerine yapılan çalışmalarla ve ekonomik krize yönelik çözüm önerileriyle dikkat çeken birinci nesil Amerikan think-tank’leri, İkinci Dünya Savaşı sonrasında ABD’nin yeni dış politikasına paralel olarak daha önemli roller üstlenmişler.

Örneğin, Brookings Marshall Planı’na yön verirken, CFR de ABD’nin Sovyetleri çevreleme politikasına büyük ölçüde yön veren kuruluş olmuş. ABD Hava Kuvvetleri, think-tank’lerin önemi ve ABD’nin yeni ve küresel çaptaki dış politika anlayışının gerektirdiği uzmanlığın farkına vararak, 1945 yılında RAND’ı kurmuş. RAND ve benzeri düşünce kuruluşları, ABD’nin ikinci nesil think-tank’leri olmuş. 1973 yılında Heritage Foundation’ın kurulması ise, ABD tarihi açısından bir diğer önemli dönüm noktası olmuş. Serbest girişimcilik ve muhafazakâr değerlerin korunması amacıyla siyasetçilere kapsamlı raporlar hazırlamak için kurulan Heritage, modern düşünce kuruluşlarının ilk örneklerinden olmuş. Heritage, iki yönüyle önceki düşünce kuruluşlarından daha farklı. İlk olarak, Heritage, think-tanklerin çalışma alanlarını çok genişletmiş ve daha çok savunma politikası ve dış politika ile sınırlı olan think-tanklerin tüm siyasi konularda raporlar yazabilmesini sağlamış. İkinci olarak, Heritage, tarafsız think-tank tarzını sona erdirmiş ve muhafazakâr ve milliyetçi değerlerin korunması konusunda taraf olan ve bu alanda çok daha ağır basan düşünce kuruluşları ekolünü ABD’de başlatmış. Nitekim bir araştırmaya göre, bugün de ABD’deki sağ/muhafazakâr düşünce kuruluşları, sol/liberal düşünce kuruluşlarının 3 katı oranında. 1980 yılından beri, ABD’deki düşünce kuruluşlarının sayısı hızla artmakta. Ancak bu eğilim, siyasi/ideolojik eğilimli düşünce kuruluşlarının da hızla artmasına neden olmuş.

Alek Chance, raporunun sonraki bölümünde Amerikan think-tank endüstrisi hakkında önemli bazı istatistiklere yer veriyor. Buna göre; ABD’de 1.830 civarında think-tank var. Dünyadaki think-tank’lerin yüzde 60’ı ABD ya da Avrupa’da. Dünyadaki think-tank’lerin yüzde 90’ı 1951’den sonra kurulmuş. Amerikan think-tank’lerinin sayısı, 1980 yılından beri önceki dönemin iki katına çıkmış. 1980 sonrası kurulan Amerikan think-tank’lerinin büyük çoğunluğu, bazı özel alanlarda/konularda uzmanlaşmışlar. Amerikan think-tank’lerinin yaklaşık dörtte biri Washington D.C.’de faaliyet gösteriyor.

Barika-i hakikat müsademe-i efkârdan çıkar.
(*Hakikatin aydınlığı fikirlerin çatışmasından doğar.*)

TEPAV Direktörü Prof. Dr. Güven Sak:

“Paraya değil uzmana ihtiyacımız var”



“Düşünce kuruluşlarıyla lobi kurumları arasında ince bir çizgi var. Biz o ince çizgiyi geçmemeye özen gösteriyoruz.”



Barika-i hakikat müsademe-i efkârdan çıkar.
(*Hakikatin aydınlığı fikirlerin çatışmasından doğar.*)

TEPAV’ın internetteki tanıtım sayfası bu cümle ile sizi karşılıyor. Aslında var olma nedenini de ne güzel özetliyor.

Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV), veriye dayalı politika analizi yapmak ve politika tasarım sürecine katkı sağlamak üzere TOBB önderliğinde bir grup işadami, bürokrat ve akademisyen tarafından 2004 yılında kurulan bir düşünce kuruluşu.

Ekonomi politikaları konusunda hizmet veren TEPAV’ın Direktörü Prof. Dr. Güven Sak, Türkiye’nin önümüzdeki dendi coğrafyası içerisinde o coğrafyayı daha iyi tanıyacak uzmanlara ihtiyacı olduğunu söylüyor. Prof. Sak, “Türkiye’de uzmanlaşmış kişilere daha fazla ihtiyaç var, bizim burada

paradan çok dünya meselelerini takip eden, çevre ülkeler de ne olduğunu bilen, coğrafya ve tarihten haberdar, akademik altyapıyı güçlendirmeye ihtiyacımız var.” diyor.

İlk günden beri TEPAV’ın içinde olan ve hatta bir anlamda ‘hafızası’ konumundaki Prof. Dr. Sak, “Düşünce kuruluşları elbette ki özgür bırakılmalı ki ortadaki sorunlara ilişkin farklı fikirler, farklı yaklaşımlar birbiriyle yarışabilsin, hepsi görünür hale gelebilsin, bir yarışma ortamı oluşsun.” diyor. Prof. Dr. Sak ile TEPAV’ın kuruluş hikâyesi üzerinden Türkiye’deki düşünce kuruluşları gerçeğine ve Türkiye ekonomisine ışık tuttuk.

TEPAV, 15 yıllık bir hikâye... Türkiye’de ‘Think Tank’ kurmak zor muydu? Bu süreçte neler yaşadınız?

TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, bana “Bir think tank (düşünce kuruluşu) kurmak lazım.” dediğinde Merkez Bankası’nda çalışıyordum. 2002 yılında düşünce

kuruluşu neymiş öğrenmek üzere Washington'a gittim.

Orada bana Türkiye'de büyükelçilik yapmış, Türkiye'yi iyi tanıyan Amerikalılardan birisi "Sen Türkiye'de düşünce kuruluşu işi yapamazsın, bizim anlattığımız şekliyle Amerika'daki modeli aynısıyla yapamazsın. Çünkü biz burada bir konuyu alırız, inceleriz ve oradan çıkan sonuçlara göre önerilerde bulunur, taraf oluruz. Hâlbuki siz bir tartışma söz konusu olduğunda önce taraf oluyorsunuz, ondan sonra incelemeye başlıyorsunuz. Hangi taraftaysanız genellikle o tarafın doğrularını araştırmadan sonuç odaklı çalışıyorsunuz. Dolayısıyla Türkiye'de yapamazsın. Başlangıçta ya hükümet taraftarı ya da muhalefet taraftarı diye yaftalanırsın, çalışamazsın" dedi.

Peki dediği gibi mi oldu?

Öyle olmadı. Burada önem taşıyan husus, biz başlangıçtan beri hep teknik kaldık. Biz yalnızca teknik bir kuruluş olarak bir dizi değerlendirme yaptık ve sonuçlarını hep nedenleriyle açıkladık. Teknik kalmak araştırmada yeterli değil, dürüst olduğunuza dair bir algının da oturmuş olması gerekiyor. 15 yılda bu algı oturdu. Başlangıçta içindekilerin ismi TEPAV'ın adından daha büyüktü. Şimdi TEPAV daha büyük bir platform oldu. Dolayısıyla ben sürecin ilk aşamasını başarılı bir şekilde tamamladığımızı düşünüyorum.

Sizin diğer düşünce kuruluşlarından farkınız nedir?

Evet, diğer think tank'lerden farklıyız. Şöyle; birincisi sürekli gelirimiz var. Yalnızca tasarladığımız projelerin gelirleriyle hayatımızı idame ettirmiyoruz. Bu sayede kendi araştırmacılarımızı ve kadromuzu yetiştirebiliyoruz. Bu iş bir kapasite inşa süreci aslında



Prof. Dr. Güven Sak

TEPAV Direktörü

Siyasetle ilişkimiz şöyle:

Biz, ne tür adımların ne tür sonuçlara yol açabileceğine ilişkin veriye dayalı politika önerilerinde bulunuyoruz. Önerileri ortaya koyuyoruz. Siyasi meselelere ilişkin analizler ve pratik öneriler de oluşturuyoruz. Her iki yılda bir Türkiye'de etnik milliyetçilik ile ilgili bir anket yapıyor ve sonuç üretiyoruz.

ve TEPAV başarılı bir örnek olarak ortaya çıktı uluslararası platformda. Burada yetişenler şimdi pek çok yerde görev yapıyorlar.

Şu an pek çok kamu kurumunda ya da uluslararası kurumda çalışıyorlar, kendi araştırma kurumlarını kurdular, başka think tank'lere ve araştırma kurumlarına yönetici oldular. Burada gençlere kariyer patikası tasarlamak mümkün oluyor. Hem teknik kalmamız hem de kendi kadromuzu yetiştirerek yol almamız sanırım temel farkımız. Düşünce kuruluşu özelinde aslında bir okul gibisiniz. Evet, ona benziyor ve öyle çalışıyoruz.

Buradan kaç kişi yetişti?

Çok fazla. Bizim burada turnover yüksek oluyor. 2004-2019 arası bakarsak, toplam 251 kişiyi işe almışız, sonra 211'i zaman içinde başka işlere gitmek üzere ayrılmış.





Sürelî çalışanlar, danışmanlık, veri girişi, telif ödemesi yaptıklarımızın aynı dönemde toplamı 550 civarında. Şimdiye kadar yaklaşık 800 kişi ile birlikte çalışmışız. Halen yaklaşık 50 kişilik bir ekibimiz var.

Ekonomi odaklısınız. Siyasete çok fazla girmemeyi tercih ediyorsunuz. Neden?

Siyasetle ilişkimiz şöyle: Biz, ne tür adımların ne tür sonuçlara yol açabileceğine ilişkin veriye dayalı politika önerilerinde bulunuyoruz. Önerileri ortaya koyuyoruz. Siyasi meselelere ilişkin analizler ve

pratik öneriler de oluşturuyoruz. Her iki yılda bir Türkiye’de etnik milliyetçilik ile ilgili bir anket yapıyor ve sonuç üretiyoruz. Yine benzer bir frekansta Radikalleşme konusunda da bir anket yapıyoruz. Suriyeli göçmenler konusundaki duyarlılıkları yakından takip ediyoruz. Dış politika adımları ve olası problemlerle ilgili yakından çalışıyoruz. Zaten donmuş ihtilafların olduğu her bölgede yürüttüğümüz TEPAV projeleri var. Ama tüm bunları “aman ekonomi için bir maraza çıkmasın” perspektifinden yapıyoruz esas

olarak. Türkiye ekonomisinin bölgesel entegrasyonuna katkıda bulunmayı amaçlıyoruz. Özel sektör için olası seçenekleri belirlemeye gayret ediyoruz etrafımızdaki coğrafyada. Geçtiğimiz dönemde 2007’de, 2012’de ve sonrasında anayasa tartışmalarına da benzer bir perspektifle katkıda bulunmuştuk. Başlangıçtan beri TOBB ile ilişkimiz, son derece basit bir prensibe dayanıyor. Özel sektörün; kalkınma ve büyüme sürecinde etkili bir rol oynaması gerektiğine inanıyoruz. Başka bir ortaklığımız, doğrudan ilişkimiz yok. Dolayısıyla faaliyetleri böyle basit bir ilkenin etrafında örgütleyince sanırım çerçeve daha rahat oluşuyor ve sistem işliyor.

“Sana kaynak veriyorum.” diyerek üzerinize bir baskı oluşturmadı mı?

Türkiye, söz konusu olunca olmaz olur mu? Olması beklenen her şey hep oldu. Son 15 yıldır hiç şikayetçi olan kamu yöneticisi ya da siyasetçi olmadı mı? Oldu elbette. Şikayetlerini hep TEPAV Mütevelli Heyet Başkanı Sayın Hisarcıklıoğlu’na iletiler. Ama 15 yıldır kesintisiz çalışıyoruz sonuçta. Bu tür şikayetlerin varlığı aynı dönemlerde kamunun başka birimleri ile yakından çalışmamıza, bir Ankara kurum olarak kabul görmemize, yerli kabul edilmemize engel olmadı. Teknik bir kurum olarak tanınıyor olmak bu süreçte hep faydalı oldu. Hep “yalnızca topa müdahalede bulunmaya” özen gösterdik bu son 15 yılda. Ayrıca toplam finansmanımızın yaklaşık üçte birini başlangıçta konulan kaynakla sağlıyoruz. Kalanını ulusal ve uluslararası projeler vasıtasıyla kazanıyoruz. Onu da ilave edeyim. TEPAV’da çalışanlar bu işten para kazanıyorlar sonuçta. Hesaplarımız ise ortada zaten.

Düşünce kuruluşlarının belirli konularda uzmanlaşması daha mı doğru?

Yurtdışında her konuda düşünce kuruluşu var. Zaten düşünce kuruluşlarıyla lobi şirketleri arasında ince bir çizgi var. Biz o ince çizgiyi geçmemeye özen gösteriyoruz.

Evet, yurtdışında özellikle lobi tarafına doğru gidecekseniz çok özel alanlarda çalışan kurumlar var. Elbette uzmanlaşmak iyi bir şey. Biz uzmanlaşma alanı olarak kendimize daha çok ekonomiyi, yerel, bölgesel ve global ekonomi politikalarını seçtik. Türkiye’de bu alanda tekiz. Türkiye ekonomisini etkileyebilecek küresel trendleri yakından takip ediyoruz. Onların bölgesel etkilerine bakıyoruz. Ondan sonra da Türkiye’de bu ortamda nasıl etkilenebilir, önümüzdeki dönemde süreç nasıl devam eder diye gündemimizi saptıyoruz.

Bu 15 yıllık hikâye içerisinde en çok nerede tıkanıyorsunuz? Örneğin; tam çalışmayı yapacağım para bulamadım ya da bürokrasiye takıldım, ya da kamuya ya da siyasi partiye takıldım gibi... Bir düşünce kuruluşu olarak hangi sıkıntılarla karşılaştınız ve bu sıkıntıları nasıl aştınız?

Ankara’da bizim yaptığımız işi yapmak başlangıçtan itibaren dengeleri iyi kollamayı gerektiren bir işti. Hala da öyle. Bu konuda hiçbir değişiklik olmadı. Bu dengeleri kollama ihtiyacından gelen fazladan bir efor harcama gereği, zaman zaman oluyor. Ama çok sıkıştığımız, tıkanıp, yolumuzu bulamadığımız bir hadiseyi hatırlamıyorum. Olsaydı zaten burada olmazdım, o zaman giderdik. Bir düşünce kuruluşunun sahip olması gereken bütünlük ve ortam yoksa orayı kapatmak gerekir. Ona yol açacak bir şey henüz hiç olmadı. Bugüne kadar çalışmak istediğimiz alanlarda faaliyetlerimizi hep rahatça sürdürebildik. Gündemi iyi takip etmenin önemli olduğunu düşünüyorum. Gündemi takip ettiğinizde pek çok kimseye farklı biçimlerde faydalı oluyorsunuz. Bir de TOBB camiası bütün farklı görüşlerin temsil edildiği, farklı büyüklükte şirketlerin olduğu bir camia. Bu ne kadar homojen olursa, heterojenlikten ne kadar uzaklaşırsa hareket kabiliyetiniz ve ilgileneceğiniz konular da kadar daralıyor. Ama ne kadar heterojense ve ne kadar genişse hareket kabiliyetiniz bir o kadar

Türkiye’de büyükelçilik yapmış, Türkiye’yi iyi tanıyan Amerikalılardan birisi “Sen Türkiye’de düşünce kuruluşu işi yapamazsın, bizim anlattığımız şekliyle Amerika’daki modeli aynısıyla yapamazsın. Çünkü biz burada bir konuyu alırsak, inceleriz ve oradan çıkan sonuçlara göre önerilerde bulunur, taraf oluruz. Hâlbuki siz bir tartışma söz konusu olduğunda önce taraf oluyorsunuz, ondan sonra incelemeye başlıyorsunuz. Hangi taraftaysanız genellikle o tarafın doğrularını araştırmadan sonuç odaklı çalışıyorsunuz. Dolayısıyla Türkiye’de yapamazsın. Başlangıçta ya hükümet taraftarı ya da muhalefet taraftarı diye yaftalanırsın, çalışamazsın” dedi.



artıyor. Başlangıçtan itibaren doğru bir iş yaptığımı düşünüyorum. TOBB ile birlikte bu işe girmek doğru bir fikirmiş. Dolayısıyla öyle büyük bir hayal kırıklığı hatırlamıyorum. Ama ben iflah olmaz bir iyimserim. Onu da söyleyeyim. Belki bu da eykilidir. Tıkanmanın olduğu her noktada, kapanan kapılara odaklanmayı çocukluktan beri sevmem, “peki, şimdi hangi yeni kapılar açıldı bu yeni durumda?” diye etrafa bakarım. Hep açık duran bir yeni kapı olur. Hep.

Türkiye’deki düşünce kuruluşlarının hikâyesine baktığınızda 1974’ten sonra bu hareketin başladığını ama bugüne baktığımızda maalesef gelişim hızının çok düşük olduğunu görüyoruz. Türkiye, neden bu konuda tam anlamıyla başarılı olamadı?

Düşünce kuruluşundan ne anladığımızla başlayarak tartışmak lazım... Biz sivil toplum kuruluşu değiliz. Belirli bir çıkar grubunun görüşlerini, kafasını toplaması için çalışan bir kurum değiliz. Biz hükümet dışı kuruluşuz ama sivil toplum kuruluşu değiliz.

Burada çalışan insanlar ben de dâhil, hayatımızı burada yürüttüğümüz projelerle devam ettiriyoruz. Ama kamusal bir tarafımız var. Normal bir danışmanlık şirketinden daha farklı çalışıyoruz. Odağımızda daha çok Türkiye ekonomisi, Türkiye ekonomisinin ihtiyaçları, konuları var. Yaptığımız şey de daha çok tartışmanın bütün taraflarının kullanabileceği veri üretmek. ‘Mutlaka böyle olmalı’ diye bir şey yapmıyoruz, çıkan sonuçların neden öyle çıktığını anlatıyoruz. Bir model çerçevesinde bir hikâye geliştiriyoruz ve bir şey anlatıyoruz. Ondan sonra da tartışma sürecini oluşturmaya çalışıyoruz. Bizim yaptığımız daha çok tartışmanın ortamını biçimlendirmek. Çözümleri ortaya atmaktansa tartışmanın ortamını biçimlendirmeye çalışıyoruz. 2012 yılında Anayasa ile ilgili çalışmalarda da benzer bir tavır benimsemiştik. Türkiye’de daha

Önce hiç denenmeyen bir şekilde bir tartışma çerçevesi oluşturduk. 50-60 adet sorumuz vardı. İnsanlara o soruları sorduk, altı-yedi saat süren tartışmaları raporladık. Sonra da "Bizim çalışmalarımızdan çıkan sonuç budur!" diyerek meclisteki Anayasa Komisyonu'na sonuçları verdik. Beni ilk komisyona çağırdıklarında, "Bu konuda, yeni anayasa hakkında, TEPAV ne düşünüyor?" diye sordular, ben de "TEPAV'in hiçbir konuda hiçbir somut fikri yoktur." demiştim. "TEPAV'da çalışanların fikirleri vardır".

TEPAV teknik bir kurum. Dolayısıyla TEPAV'in içerisinde çalışan pek çok insan var. Yaklaşık 50-60 kişiyiz. Biz de herhangi bir konuda aynı şeyi düşünmüyoruz. Farklı görüşlerdeyiz ama bizim size yapabileceğimiz fayda, bu tartışmanın contextinin, içerisinde gerçekleşeceği bağlamın oluşturulmasına katkıda bulunabiliriz. Anayasa yapmak deyince önümüzdeki meseleler nelerdir? Hangi konular nasıl ele alınabilir? Başka ülkelerde nasıl? Bizim TEPAV ile başlangıçtan itibaren getirdiğimiz temel farklılık 'Başka ülkelerde nasıl?' sorusunu gündeme getirmek. Kıyaslamalar getirdik, her alanda kıyaslamalar yaptık. Sonuçta Türkiye'nin kendini yerkürede bir yere yerleştirmesi lazım, nerede olduğunu görmesi lazım. Şimdiye kadar buna yardımcı olacak işler yaptık.

Şimdi yeni alanlar seçip bu yeni alanlarda bir kapasite inşa etmeye çalışıyoruz. En azından Ankara'da kapasite inşası oldu, öyle gözüküyor.

Sonuçta son 15 yıllık süre içerisinde tek partili iktidarın olduğu süreç içerisi çok daha iyi analiz etmiş durumdasınız. Türkiye'deki düşünce kuruluşlarına baktığımızda burada isim vermek istemiyorum fakat hükümete yakın diğeri şuna yakın adı altında ister istemez belirli etiketlere maruz kalıyorlar. Türkiye'deki gelişme hızının düşük olmasının nedenlerinden birisi bu olabilir mi?

Bence başka ülkelerde de

Bizim burada yaptığımız iş akademiden daha pratik bir tavr.
Bütün o akademik background'a sahip olmanız gerekiyor ama onu unutup ellerinizi çamurun içine sokup sokakta iş yapmanız gerekiyor. Bizim üniversitelerdeki ekonomi bölümlerinden de temel farkımız şu: Üniversitelerdeki ekonomi bölümlerindeki iktisatla, TEPAV'daki iktisat, temel bilim çalışanlarla mühendisler arasındaki farka benziyor bir nevi. Biz TEPAV'da bir nevi mühendis olarak çalışan iktisatçılarız. Ben bu hususun düşünce kuruluşları için geçerli bir önerme olduğu kanaatindeyim doğrusu.



siyasi partilere yakın düşünce kuruluşları var. İktidara yakın onlar tarafından desteklenen düşünce kuruluşları var. Önemli olan şu; bütün bu tartışma sürecinin organizasyonunda oraya gittiğinizde kendinizi özgür bir şekilde konuşacak bir ortamda buluyorsanız bence bir sakınca yok. Türkiye'deki düşünce kuruluşlarında aslında öyle tartışmalar yürütülüyor ama ben etkisinin çok daha sınırlı olduğunu düşünüyorum. Biz yurtdışında da çalışıyoruz. Bence kurumla ilgili teknik algıyı oturtmak ya da dışarıdan nasıl kabul edildiğine dair algıyı oturtmak önem taşıyor.

Türkiye'deki düşünce kuruluşları özgürce konuşabiliyor mu?

Özgürce konuşabilmekten önce özgürce düşünebilmek lazım. o olmazsa, fark olmaz zaten. Ben Türkiye'nin bu alanda sağlam bir kamu diplomasisi geleneği olmadığını düşünüyorum. Memlekette olup bitenleri yurt dışında anlatmaya giderken bile, "şimdi bu söylediklerimi Türkçe'ye çevirip, kime nasıl anlatırlar?" diye bir tedirginlik var insanlarda. Özellikle son dönemde. Ama olmaması lazım. Özgürce düşünüp, konuşamazsak, yaraya merhem olamayız. İşlevimizi yerine getiremeyiz. Kimin ne yaptığını da herkes zaten görüyor. Ben, özgürce konuşabilmekle sağlam bir teknik altyapıya sahip olmanın birbiriyle yakından bağlantılı olduğunu düşünüyorum. Türkiye'nin kamu politikaları alanında uzman problemi var. Bir de usul meselesi var tabii. Başta söyledim, aynı futbol gibi: Adama değil, topa müdahale esas.

Türkiye, ilk kamu diplomasisi yürütme çalışmalarına başladığında o zaman ilgili bakan sanırım Sayın Bülent Arınç'tı. Böyle her türlü düşünce kuruluşunun olduğu "Neye ihtiyacınız var?" temasında' bir toplantı yapıldı. TEPAV'da biz bölge ülkelerine yönelik çalışmalara yabancı değiliz. İşe önce Filistin'de başladık. Hala Filistin'de TOBB adına bir proje yürütüyoruz. Sayın Cumhurbaşkanı yakınlarında Cibuti'de bir projeyi

özenli taşımanın
en güvenli
adresi



Taşımacılık Hizmetleri • Dağıtım Hizmetleri • Komple ve Parsiyel Nakliye

☎ 0232 459 08 59 - 444 6 349

🌐 www.egoulasim.com.tr

TOBB'a "Sen takip et." dedi. Aralık ayında oraya gittik, konuyla ilgili bir başlangıç raporu hazırladık. Ermenistan ile ilgili çalışmalarını imzalanan protokollerden beri hala yürütüyoruz, partnerlerimiz var, bir dizi projemiz var. Afganistan ve Pakistan'da çalıştık. Bölgedeki bütün düşünce kuruluşlarıyla ilgimiz var. Ama sonuçta şunu görüyorsunuz; o ülkelere ilişkin Türkiye'nin sağlıklı politikalar oluşturabilmesi için Türkiye'nin bizzat o ülkelerle ilgilenen uzmanları olması lazım. O zaman da söylemiştim; Bizim paraya ihtiyacımız yok, bizim uzmanlara ihtiyacımız var.

Uzmanlar da öyle hüdayi nabit gibi yetişmiyor. Üniversitelerin bu konuya daha fazla önem vermesi gerekiyor. Türkiye'de bölge çalışmaları, en çok ihmal edilmiş alanlardan bir tanesi. Bizim üniversitemizde, TOBB ETÜ'de, lisans düzeyinde uluslararası girişimcilik bölümümüz var. Aslında bir bölge çalışmaları lisans programı. Şimdilik Rusça ve Arapça konusunda uzmanlaşmak, yetkimlik kazanmak mümkün. Örneğin; bölge çalışmalarını yapmak için Rusça, Rus Tarihi, Rus Kültürü öğreniyorlar. Çocuklar, 4 yıllık eğitimlerinde 1 yıl kadar ilgili ülkede kalıyorlar. Bunu TOBB-ETÜ vasıtasıyla yapabiliyoruz. Şimdi Arapça'ya da başladık, yakında Çince'ye de başlayacağız. Biz az sayıda uzmanı bulup, kendimiz yapıyoruz.



Bizim yaptığımız iş aslında ekonomi politikaları etrafında dönüyor. Türkiye'nin yakın coğrafyamızda iktisadi imkanları bilen bölge uzmanlarına ihtiyacı var.

Türkiye'nin kendi coğrafyası içerisinde o coğrafyayı daha iyi tanıyacak uzmanlara ihtiyacı var. Özellikle kamu diplomasisi gibi işler yürüteceksiniz, bölgesel güç olma hedefiniz varsa o bölgeyi kendi içinde kavrayan, bilen, dilini konuşan, hukukunu bilen, tarihini bilen, ekonomisinin işleyişini bilen yalnızca o bölgeyi bilen insanlara ihtiyaç var ve bunların sayıları şimdilik çok az. Bence akademide de başladıkları yerde duramıyorlar, yine Türkiye ile ilgili bir şey yapmaya başlıyorlar. Bu da kötü, bizim hatamız. Bu olmadan bölgesel güç filan olunmaz. Uzmanlaşmış kişilere daha fazla ihtiyaç var, bizim burada paradan çok akademik altyapıyı güçlendirmeye ihtiyacımız var. Bölge ülkelerini bilen insanlara ihtiyacımız var. Bu güne kadar akademideki, ekonomi politikaları ile ilgili meselelerde de bence bizim getirdiğimiz farklılık, politika meselelerini öne çıkartmak oldu. Ekonomi böyle işliyor ama şimdi buna nasıl bir tedbir setiyle müdahale etmek gerek? Öyle müdahale edersek etkisi ne olur, böyle müdahale edersek etkisi ne olur? Öyle müdahale edilen ülkelerde ne olmuş? Böyle müdahale edilen ülkelerde ne olmuş?, diye karşılaştırmalar hazırlıyoruz. Bu bir uzmanlık gerektiriyor. Ama sonuçta akademiyle kıyaslandığında daha pratiğiz. Bizim burada yaptığımız iş akademiden daha pratik bir tavrı. Bütün o akademik background'a sahip olmanız gerekiyor ama onu unutup ellerinizi çamurun içine sokup sokakta iş yapmanız gerekiyor. Bizim üniversitelerdeki ekonomi bölümlerinden de temel farkımız şu: Üniversitelerdeki ekonomi bölümlerindeki iktisatla, TEPAV'daki iktisat, temel bilim çalışanlarla mühendisler arasındaki farka benziyor bir nevi. Biz TEPAV'da bir nevi mühendis olarak çalışan iktisatçılarız. Ben bu hususun düşünce kuruluşları

için geçerli bir önerme olduğu kanaatindeyim doğrusu.

Türkiye'deki en büyük problemlerden bir tanesi eğitim sistemi. Meslek liseleri diyoruz, akademi diyoruz. Yeni bir eğitim modeline geçiyoruz. Düşünce kuruluşlarının Türkiye'deki eğitim sisteminin revizyonu konusunda etkinliğini daha da arttırmak mümkün olabilir mi?

Zaten var. Mesela Sabancı Üniversitesi ile birlikte çalışan ERG bence o konuda iyi bir mükemmeliyet merkezi oldu. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, TOBB ETÜ ve Milli Eğitim Bakanlığı arasında yeni bir mutabakat zaptı imzalandı. Uzun bir süreden beri mesleki eğitim kuruluşlarıyla ilgili bir çalışma yürütüyorduk. 81 ilde 81 meslek lisesinde bundan öncekinden daha farklı bir 100-150 saatlik eğitim modeli tasarlamaya çalışıyoruz. Arkadaşlarımız programı son haline getirmeye başladılar. Robot kontrol kartlarına dayalı, soft skill geliştirme odaklı, meslek liselilerin kendilerine güvenmelerini hedefleyen bir eğitim programı. z. Orada da Türkiye için ekonomi açısından önemli olduğunu düşündüğümüz alanları saptayıp o konuda bir proje yürütüp bir çerçeve, bir değerlendirme yapıyoruz. Meslek liselerinin nasıl reforme edilmesine ilişkin raporumuzu ilk çıkarttığımızda, Milli Eğitim Bakanı Sayın Nabi Avcı idi. O zaman hazırlamıştık, üzerinden üç dört yıl geçti. O zamandan bugüne birkaç tane de uygulama yaptık. 90 saatlik eğitim tasarladık bir özel meslek lisesinde. Şimdi de daha büyük bir deneye hazırlık yapıyoruz. Çalışıyoruz. Zaten başlangıçta konuya dikkat çekmek için İngilizce dili eğitimi eksiklikleri ile ilgili de raporlar yapmıştık.

Yeni eğitim dönemine hazır olacak mı?

Hazır olacak, söz verdik. Uygulamaya başlayacağız, onun tasarımını arkadaşlar şu an yapıyor. Tek bir okulda 40-50 öğrenci ile yaptığımız deneyi, şimdi 15-20 bin öğrenci ile biraz içeriğini değiştirerek yapacağız. Biz ona

'probleme dayalı öğretim' diyoruz. Çocukların kendilerine güvenlerini arttıracak, meslek liselerini değil de meslek liselileri hedef alan bir çalışma yürütüyoruz.

Düşünce kuruluşları olarak üzerinizde siyasi olarak bir baskı hissediyor musunuz? Çünkü 10 yıl öncesine geri dönüyorum, bir kurum rapor açıklar ve yer yerinden oynardı. Devlet kanadından açıklama gelirdi vs. Ama son dönemde maalesef hiç kimse etliye sütlüye karışmak istemiyor. Bu ister istemez bu soruyu beraberinde getiriyor. Siz üzerinizde bir baskı mı hissediyorsunuz? Burada nasıl bir gerçekle karşı karşıyayız? Türkiye'de herkes ne hissediyorsa, biz de onu hissediyoruz.

Peki siz şu anda düşünce kuruluşlarının özgür olduğunu düşünüyor musunuz?

En azından TEPAV özelinde özgür olduğumuzu düşünüyorum olmalıyım ki hala buradayım. Bunun özel bir durum olduğunu da biliyorum.

Bankacılık sektörüyle ilgili olarak 3 serilik bir araştırmayı açıkladınız. Geri dönüşler nasıl?

Tepki elbet oluyor ama aynı zamanda o çalışmalarda çizilen çerçeve üzerine kamuda yürüyen çalışmaları da zevkle izliyoruz.

TEPAV şu anda hangi konuların üzerinde çalışıyor?

Şu an birkaç alanda çalışıyoruz. Bir, eğitimle ilgili çalışma yürütüyoruz; iki, mültecilerin Türkiye'deki varlığının sosyal uyuma önümüzdeki dönemde getirebileceği riskler üzerinde çalışıyoruz. Özellikle orada gördüğümüz farklı belediyeler, farklı biçimde entegrasyona katkıda bulunabiliyorlar. Bazı belediyeler entegrasyona katkıda bulunuyor bazı belediyeler hiçbir şey yapmıyor. O zaman o tür yerlerde daha çok tansiyon yükseliyor. Dolayısıyla ben bunun belediyelerle çözülecek bir problem olduğunu düşünüyorum. Yurtdışında Almanlarla ve diğerleriyle de konuşuyoruz, onlar daha evvel

yaptıkları için. Bu Türkiye'de ilk kez oluyor. Bu kadar yabancı'nın ülkemize gelmesi ilk kez oldu. Daha evvel yabancılarla entegrasyon işini çalışmış olanlardan bizim bilgi transferi yapmamız lazım. O alanda birkaç proje yürütüyoruz. Mültecilerin mesleki yeterliliklerinin belgelenmesi açısından da çalışma yürütüyoruz.

Ne zaman sonuçlandırmayı düşünüyorsunuz?

Bunları Odalar ile birlikte yürütüyoruz. Bir AB projesi yürütüyoruz. Onlara mesleki yeterlilik belgesi veriyoruz.

Sektörel bazda hangi çalışmalarını yürütüyorsunuz?

Teknolojik yenilikler sürecinin Türkiye'de sanayinin altyapısına nasıl katkıda bulunacağına ilişkin bir çalışmamız var. Orada da önümüzdeki dönemde hangi ürünlere hangi yeni teknolojilerdeki ürün gruplarına odaklanmak iyidir diye birtakım çalışmalar yürütüyoruz. Aynı zamanda mevcut OSB'lere bir bütün olarak bakıldığında; OSB'lerin nasıl gözden geçirilip performanslarının değerlendirilebileceğine dair yürüttüğümüz bir çalışma var.

Türkiye ekonomisi açısından yılın ilk 6 aylık dönemini nasıl değerlendirirsiniz?

Türkiye ekonomisi ikinci çeyrekte negatif büyüme sergiledi. Ben Türkiye ekonomisinin ciddi bir resesyon sürecinin içinde olduğunu ve bunun devam edeceğini düşünüyorum. öncelikle 2019 yılını eksi büyüme kapatacağımızı herhalde kabul etmeliyiz.



Tedbir almadığınız zaman, ciddi bir tedbir paketi ortaya koymadığınız zaman; kapsamlı, çok yönlü bir paket ortaya koymadığınız zaman bu problemlerin çözülebilmeye ihtimali yok. Dolayısıyla şu an da o yok. Açıklanan paketler yeterli değil mi? Açıklanan paketler şöyle yeterli değil. Yalnızca o günkü acılara merhem olsun diye aceleyle bulunmuş, Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu durum hakkında ayrıntılı düşünülecek tasarlanmamış paketler. Zaten bankacılık ile ilgili raporları da o yüzden yazdık. Ben Türkiye ekonomisinin bankacılık, banka bilançolarında ciddi bir

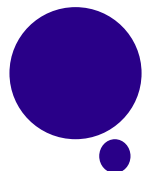
temizlik olmadan tekrar büyüme kabiliyetine sahip olabileceğini düşünmüyorum.

Peki o zaman kendimizi mi kandırıyoruz?

Bekliyoruz. Seçim bitsin diye bekliyoruz. Daha seçimi geçemediğimiz için geçime geçemiyoruz.

Türkiye ekonomisi, 2001'den beri en ciddi iktisadi kriziyle karşı karşıya. Bu seferki geçen seferki gibi kısa zamanda sonuçlanmayacak onu da görüyoruz. Ekonominin gidişine zamanında doğru bir müdahalede bulunamadık ve

Türkiye'nin kendi coğrafyası içerisinde o coğrafyayı daha iyi tanıyacak uzmanlara ihtiyacı var. Özellikle kamu diplomasisi gibi işler yürüteceksiniz, bölgesel güç olma hedefiniz varsa o bölgeyi kendi içinde kavrayan, bilen, dilini konuşan, hukukunu bilen, tarihini bilen, ekonomisinin işleyişini bilen yalnızca o bölgeyi bilen insanlara ihtiyaç var ve bunların sayıları şimdilik çok az. Bence akademide de başladıkları yerde duramıyorlar, yine Türkiye ile ilgili bir şey yapmaya başlıyorlar. Bu da kötü, bizim hatamız. Bu olmadan bölgesel güç filan olunmaz.



şimdi de sonuçlarını göreceğiz. 31 Mart'tan sonra bu tepkiler dile gelir diye düşünüyordum, olmadı. Şimdi demek ki Temmuzdan itibaren gelecek. Hem enflasyon oranının yüksek olduğu hem işsizliğin yüksek olduğu; kötü olan her şeyin görünür ve yüksek olduğu bir dönemin içerisinde olacağız. Siyasi meseleleri saymıyorum bile.

2020 de kayıp bir yıl olarak ifade ediliyor. Siz bu tespitte katılır mısınız?

TEPAV'ın bankacılık notları böyle bir tespitten kaynaklandı. Özellikle Avrupa ülkelerinde uzun süreli resesyonların sebebi banka bilançolarının seri ve sağlıklı bir şekilde temizlenememesiydi. Türkiye ekonomisi de bankaların sağladığı kredilerle, iç talebin canlı olmasıyla büyüyen bir ekonomi. Eğer o temizliği zamanında yapamazsak beklememiz gereken şey uzun süreli bir resesyon. İki çeyrek oldu, şimdi üçüncüsü gelecek. Bence o da devam edecek. Oysa 2020'ye doğru sirayet edecek bu negatif ortam olmayabilirdi. Her şey hep tedbirleri ne kadar hızlı alacağımıza bağlı. Piyasalara güveni ne kadar hızlı vereceğimize bağlı.

Burada turizmi ve ihracatı bir kurtarıcı gibi düşündüler ama bir taraftan da üretim gerçeğimiz var. Üretim özelinde baktığımızda her geçen gün geriye giden bir tabloyla karşı karşıyayız. İstihdam seferberlikleri deniyor ama ek 100 bin kişi alındı ama öbür taraftan İŞKUR verilerine baktığımızda işsizlik rakamları daha yüksek çıkıyor. Böylesi bir tablo özelinde baktığımızda iş dünyası nasıl tedbirler alacak, krizi nasıl fırsata çevirecek?

İş dünyasının öncelikle Türkiye ekonomisinin nereye doğru gittiğine dair bir garantinin olması ve onun oturması lazım. Onun oturması için kamunun yani bu işe müdahale edebilecek ekonomi yönetiminin bir yön göstermesi lazım. Bugünkü yaşadığımız belirsizliğin ana nedeni ekonomi yönetiminin inandırıcı bir biçimde yön gösterememesi. Bu bekle gör havası, seçimden sonra bakalım ne olacak havası, böyle biraz daha

devam ederse giderek şirketlerin hayatiyetini ortadan daha da kaldıracak önemli bir faktör olacak, öyle gözüküyor. Bekliyoruz, bütün toplum bekliyor.

Ağırlıkla dövizdeyiz, kendimizi korumak ve başka koruyacak bir yol olmadığı için. Ekonomi yönetiminin, önümüze bir yol haritası koyması lazım. Hazırlanan paketlerdeki gibi pansuman tedbirleri değil, hakiki bir yol haritası koyması lazım. Buradan çıkabilmek için de nasıl adım atacağımızın somut biçimde ortaya konması lazım. Yasaysa yasa, yönetmelikse yönetmelik. Falan Filan.

Ben şöyle umutsuz değilim, Türkiye'nin bundan önce attığı bütün adımları biz benzer ortamlarda attık. 1980' de böyleydi, 2001 yılında da böyleydi. Onların ikisinde de bence Türkiye, devleti şeffaflık ile terbiye ederek bir çıkış yolu buldu. Ben yine öyle olacağını düşünüyorum.

Devletin zaten yine şeffaflığa ihtiyacı var, yine onu öyle terbiye ederek buradan çıkacağız. Onu nasıl terbiye edeceğimize dair yol haritasının önümüze konması gerekiyor. O konuktan sonra toparlanmanın mümkün olabileceğini düşünüyorum. Eğer ekonomi yönetimine güven duyulursa güven tesis edilebilirse olur.

En beğendiğiniz Think Tank hangisi?

Tabi ki bizimki. En iyisi olmasını istiyoruz. Zaten bundan bir kaç yıl önce Avrupa'nın en iyi üçüncü think tank'ı seçilmişti. Şimdi dünya sıralamasında 40. sıradayız.

Ama dünya modelinde baktığımızda?

Dünyada düşünce kuruluşları modelleri birbirinden çok farklı. Mesela öyle bakarsak Kore'de ve Almanya'da düşünce kuruluşları doğrudan kamu bütçesinden destekleniyor. Serbest olarak çalışıyorlar ve aynı zamanda görevleri var. Bizim de 1960'daki DPT aslında öyle bir düşünce

kuruluşu gibi tasarlanmış bir kurum. Biz kapattık ama Hindistan'da onu bir düşünce kuruluşuna çevirdiler. Hala öyle çalışıyor, hükümetle birlikte çalışıyor.

“Biz emekleme dönemini geçtik artık koşuyoruz.” diye klişe bir söz var. TEPAV için de bunu söyleyebilir miyiz?

TOBB'dan ilk konuştuğumda ilgili kaynağı yalnızca 5 yıllık istemiştim. Başka işler yapacağımı düşünüyordum ilk beş yıldan sonra. Ben bu kadar uzun bir tecrübe olacağını düşünmemiştim. Bolluk içinde bir elimiz yağda bir elimiz balda yaşamıyoruz elbette. İş döndürmenin giderek maddi ve manevi olarak zorlaştığı dönemler oluyor. Bu da o dönemlerden bir tanesi. Hiç kimse Türkiye ekonomisinin bu vaziyeti nedeniyle de bence geleceğe yönelik yeni planların, yeni işlerin içine girmek istemiyor. Herkes bekle gör döneminde olduğu için bu bence bizim işlerimizi de etkiliyor ama yapılması gereken işleri ortadan kaldırmıyor. Yapılması gereken birtakım işler var. İşte onları da şimdi daha çok uluslararası fonlara, AB fonlarına daha çok uzanarak yapmaya çalışıyoruz. Dışarıdan kaynakları bulmaya çalışıyoruz. Orada da kötü bir repütasyonumuz yok. Bundan sonraki aşamalarda da bu yurtdışındaki operasyonları nasıl daha fazla arttırırız daha fazla nasıl uluslararası projelerde yer alırız onlara odaklanmaya çalışıyoruz. ■



İktisadi Kalkınma Vakfı Başkanı
Ayhan Zeytinoğlu

Türkiye’de Düşünce Kuruluşları ve AB Süreci



Tarım politikalarını, siyasi politikalarından sâri tutmak gerekiyor. Hükümetlere göre dönemlere göre değişmemeli. Tarım, devletin ‘Kırmızı Kitabı’nda yer almalı. Politika bakanlara ve genel müdürlere göre değiştirilmemeli.



Düşünce kuruluşlarının bir ülkenin politika ve stratejilerine katkı sağlaması, özellikle 20’inci yüzyılın ikinci kısmından itibaren başlayan ve 21’inci yüzyılda hızlanan bir trenddir. Başta ABD olmak üzere, Avrupa ve gelişmekte olan ülkelerde düşünce kuruluşlarının önemi giderek artmaktadır. ABD’de farklı görüşleri yansıtan ve ülkenin politikaları hakkında bilgi üreten bu kuruluşların karar alma ve politika yapım süreçleri üzerindeki etkisi iyi bilinir. Düşünce kuruluşları üniversiteler ve sivil toplum ile de yakın işbirliği yaparak, konuların farklı yönlerini ortaya çıkarma, alternatif senaryolar ortaya koyma ve devlet kurumları ve siyasi aktörleri fikren besleme konusunda çok önemli bir işlevi yerine getirmektedir.

İngilizce “think tank” olarak adlandırılan bu kuruluşlar Türkçede düşünce kuruluşu olarak ifade edilmektedir. Bir diğer kavram da “düşünce fabrikaları”dır. Gerçekten özellikle teknolojinin müthiş bir hızla ilerlediği ve tüm kalıpları değiştirdiği günümüzde, bir fabrika gibi düşünce ve bilgi üreten kuruluşlara büyük bir ihtiyaç olduğu ortadadır.

“Yapay zekâ kullanımı sanayi üretimini nasıl etkiliyor”, “robotik üretim istihdam açısından ne gibi sonuçlara yol açacak”, “geleceğin meslekleri neler olacak” gibi herkesin kafasını kurcalayan ve geleceğin şekillenmesinde kilit önem taşıyan konularda özellikle ön plana çıkmaktadır. Üniversite ve akademik kuruluşlardan farklı olarak, düşünce kuruluşları öncelikle bilginin uygulamaya aktarılması sürecinde etkili olmakta ve yaptıkları çalışmalar ile kamu, sivil toplum ve özel sektör gibi aktörlerin stratejik karar alma ve politika süreçlerine etki etmeyi hedeflemektedir.

Türkiye için önemli bir kalkınma ve modernleşme hikâyesi olan AB süreci de düşünce kuruluşların önemli rol oynadığı ve daha da ön plana çıkmasının gerektiği bir alandır. Türkiye’nin AB üyelik hedefi tüketici korumadan çevreye, sanayi ve girişimcilikten bölgesel politikalara kadar farklı politika alanlarında AB müktesebatına uyum sağlamayı içerir. Bu süreçte Türkiye’nin AB üyeliği hedefi, bu hedefe nasıl ulaşılabileceği, AB ile yakınlaşmanın etkileri gibi konular detaylı incelemeye muhtaçtır.

Dolayısıyla toplum ve ülkenin bir reform sürecine girmesini sağlayan AB ve Türkiye ilişkileri konusunda düşünce kuruluşlarının ürettiği görüş ve veriler büyük önem taşımaktadır. Bunun yanında toplum genelinde az bilinen bu konuda düşünce kuruluşlarının kamuoyunu bilgilendirici çalışmaları sürecin en faydalı şekilde uygulamaya koyulmasını kolaylaştırmaktadır.

İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV) 1965 yılından beri Türkiye – AB ilişkileri alanında uzmanlaşan bir düşünce kuruluşudur. Bugüne kadar ürettiği 300'e yakın araştırma raporu ve yayın, dergi ve bültenleri, konferans ve seminerleri yoluyla uzmanlık alanıyla ilgili kesimleri ile daha geniş kamuoyunu bilgilendirme ve uyarma işlevini yerine getirmektedir. Bu yayın ve toplantılarda AB'nin yapısı, politikaları ve güncel gelişmeler ekseninde Türkiye açısından etkileri, işbirliği alanları, üyelik müzakereleri, gümrük birliği, vize serbestliği gibi ülkemiz için kritik konular incelenmekte ve yorumlanmaktadır.

İKV'nin düşünce kuruluşu kimliğinin ötesindeki rolü savunuculuk işlevidir. Türkiye'nin Avrupa ile entegrasyon sürecine destek vermek için kurulan bir Vakıf olarak, yaptığı faaliyetler, yetkililerle gerçekleştirdiği temaslara ve iletişim kampanyaları ile Türkiye'nin AB sürecinin hızlanması ve AB kriterlerine uyum sağlamak için reformlar yapılmasını desteklemektedir. Bu destek Türkiye'nin AB sürecinden sağladığı ve gelecekte de sağlayabileceği katkıları bir araya getirmektedir. İKV 2002- 2004 ve 2011 yıllarında başta Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ile işbirliği içinde olmak üzere, 300'e yakın sivil toplum örgütünü bir araya getirmiş ve gerek Türkiye'ye gerekse AB'ye süreci canlandırması için çağrıda bulunmuştur. Türkiye platformu olarak adlandırılan bu oluşum ilişkilerin kritik noktalarında çağrılarda bulunmuş



Ayhan Zeytinoğlu
İktisadi Kalkınma Vakfı Başkanı

ve AB üyeliğine olan yoğun desteği hükümete de hatırlatmış ve altını çizmiştir. Altyapısını TOBB ile birlikte İKV'nin yaptığı bu sivil toplum platformu her türlü uluslararası müzakerede elimizi güçlendirebilir. Hem müzakereci ve karar alıcılara kararları ile ilgili geri bildirim sağlar, hem de bilgi ve analiz yoluyla müzakereci ve karar alıcıların olayları ve olguları farklı boyutları ile ve daha geniş perspektiften yorumlamasına katkıda bulunur.

Nitekim Türkiye Platformu toplantılarında düşünce kuruluşu ve sivil toplum kuruluşu kimliğiyle İKV, TOBB ile birlikte Türkiye ile üyelik müzakerelerinin başlatılması ve

hükümetin gerekli reformları hızla gerçekleştirmesi çağrısı yapmıştır.

Görülüyor ki, düşünce kuruluşlarının AB ile katılım müzakereleri ve diğer birçok siyasi ve ekonomik politika alanında bilgi ve veri sunmaları ve görüş bildirmeleri iyi ve etkili bir yönetim için büyük bir şanstır. Bu açıdan düşünce kuruluşlarının daha da fazla desteklenmesi önerilir. Konulara objektif ve bağımsız yaklaşımları ve incelemelerinin sağlanması, özgür bir araştırma ve görüşleri ifade etme ortamının var olması düşünce kuruluşlarının etkinliğinin en önemli koşullarındandır. ■

İzmir'in 'sert' bir çekim alanı oluşturması gerektiğine vurgu yapan Dr. Ali Nail Kubalı, ABD'de ülke kurulurken gelen göçmen kervanlarının toplandığı ve oradan dağıldığı için Gateway (Geçit şehri) olarak tanımlanan St. Louis Şehri'nin dünyanın en yüksek abidesi olan ve paslanmaz çelikten inşa edilen Gateway Arch ve altındaki 10 bin metre karelik Amerikan Göç Tarihi Müzesi'nin o şehrin kuzeydeki Şikago'ya devamlı kaynak sağlayan bir şehir olmaktan kurtulup kendi kalkınmasını tamamladığına dikkat çekti. Aynı gelişmenin İspanya Bilbao kentinde Frank Gehry'nin imzasını taşıyan Guggenheim Müzesi sonucu oluştuğunu vurgulayan Kubalı, İzmir'e de benzer bir sıçrama yaptıracak Abidevi bir bina içinde bölgenin kültür tarihinin sergileneceği Batı Anadolu Uygarlıkları Merkezi'nin gerçekleşmesinin önemini anlattı.

İzmir'in geleceği için 3 anahtar; Moral, Motivasyon ve Para



İzmir'in 'sert' bir çekim alanı oluşturması için çözüm İzmir'i dünya haberlerinde "prime time"a yerleştirecek bir tarih, kültür ve mimari eseri ortaya koymakta.



Ali Nail Kubalı ile birlikte İzmir'in düşünce kuruluşu(think tank) yapılanmasında yolculuğa çıkıyoruz. Ege Ekonomiyi Geliştirme Vakfı sonrasında İzmir için Yeni Sinerjiler Enstitüsü, yeni adıyla İzmir Enstitüsü... Dr. Ali Nail Kubalı, bu üç yapılanmanın da kurucuları arasında yer alıyor.

Geliştirdikleri projeleri ve fikirleri her yeni İzmir Valisi'ne anlattılar, ilgililerine ise defalarca sunum yaptılar ama vazgeçemediler. Bugünlerde sundukları fikirlerin "bir arpa boyu" hızla da olsa hayata geçiyor olması onu mutlu ediyor. İzmir'in çekim alanı olması için yapılan çalışmaları anlatan Ali Nail Kubalı, bu yolculukta bana

üç anahtar kelime veriyor; Moral, Motivasyon ve Para...

İzmir'in 'sert' bir çekim alanı oluşturması gerektiğine vurgu yapan Ali Nail Kubalı, bunun için "Abidevi bir mimari şaheser yapı içinde bölgenin tarihindeki kültür/sanat şaheserlerini dünyaya sunmak" önerisinde bulunuyor. İzmir'in Avrupa kültürünün beşiği olma özelliğine vurgu yapan Ali Nail Kubalı, bu bağlamda Batı Anadolu Medeniyetleri Kültür Merkezi'nin önemini vurguluyor. Kubalı, yapılması gerekeni şöyle anlatıyor, "İzmir tarih içeriği ile adeta Batı Medeniyeti'nin odağı. Dünya çapında ilgi görecektir, binası da monumental bir mimaride

büyük Arkeoloji Müzesi olsun. Binası dünya çapında bir mimar tarafından yapılabilir. Böyle bir ilgi odağı, İzmir'i yeniden canlandırır" diyor. YARIN Dergisi'ni ağırlayan Dr. Ali Nail Kubalı ile İzmir'in think tank gerçeği, şehir için bugüne kadar yapılan çalışmaları, yaşanan sorunları ve çözüm önerini konuştuk.

Türkiye think tank(düşünce kuruluşu) yapılanmasında geç mi kaldı?

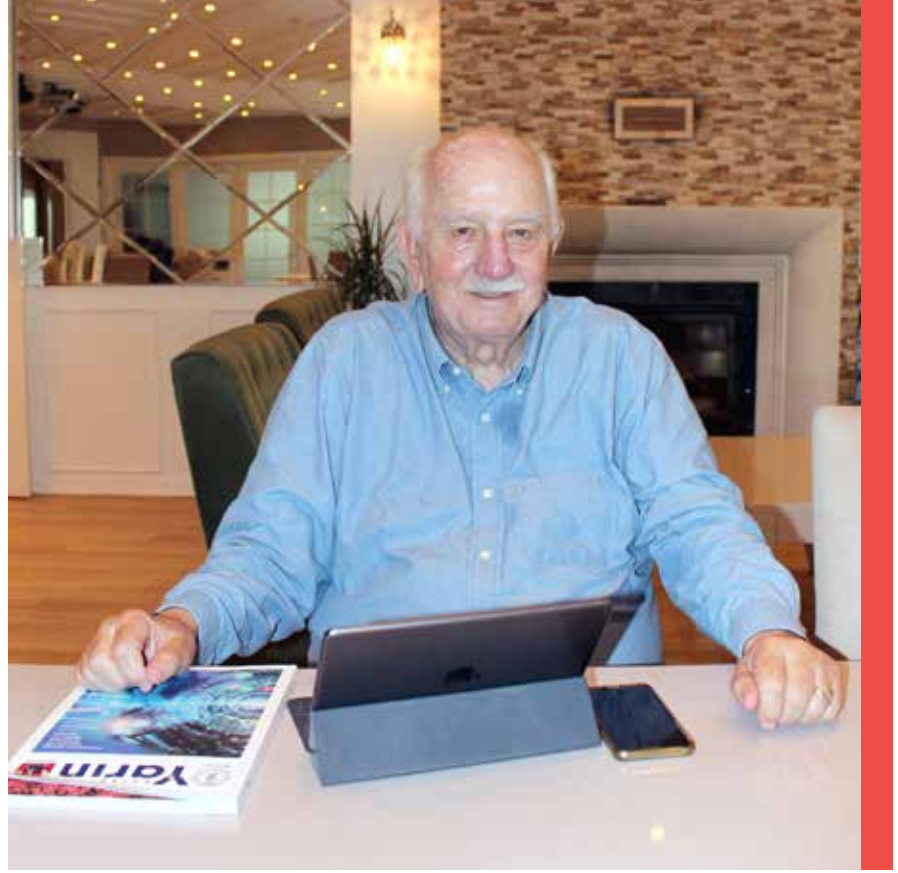
Aslında 1980'lerden bu yana Türkiye'de think tank yapılanması var ve dönem dönem de etkili oldu. Ama maalesef Türkiye'nin think tank'ler ile ilgili tecrübesi çok da güzel övünülecek bir düzeyde değil.

Neden?

Çünkü kurulan think tank'ler diğer ülkelerdeki büyük fonların Türkiye'de kurduğu ve desteklediği yapılanmalar oldu. Onlar da bu büyük fonların temel isteklerini, taleplerini ve hedeflerini gerçekleştirmek için çalıştırdı. Mesela Soros gibi, sonraları baean Lehman Brothers gibi kuruluşlardan destek alan yerli think tankler vardı. Bu fonlar bizim think tank'ler aracılığı ile tabi ki Türkiye'de sıcak para için gayet uygun bir zemin hazırlanmasına sebep oldu ve bunda etkili oldular.

Nasıl etkili oldular?

Mesela bugün Türkiye'de konuştuğunuz herkes doların ucuzlamasını ister. Hâlbuki Türkiye'nin çıkarı; doların yüksek kalmasındadır. Çünkü dolar yüksek olursa ithalat zayıflar, ihracat artar. Doların ucuzlaması ise faizlerin yükseltilmesi ve sıcak paranın bu büyük fonların ellindeki sıcak nakitlerim Türkiye'de daha yüksek faiz kazanmasına faydalı olur. Yüksek faizlerin cazibesi ile Türkiye'ye getirilen fonlar,



Dr. Ali Nail Kubalı

Üzerimizde 'İzmir
kalkınmış bölge'
damgası var. Hâlbuki
İzmir'in daha
büyükşehirler ile
otoyol bağlantısı yeni
kuruluyor. İzmir'e vapur
seferleri yok.

Doları aşağıya doğru baskıladığı için Türkiye ihracattan para kazanamazken, borç batağında ve sıcak para batağında olur. Dolayısıyla Türkiye'de aslında çok doğru çok iyi bir mekanizma maalesef başlangıcından bugüne Türkiye'nin aleyhine çalışmıştır. Türkiye'nin genel ve ekonomik çıkarlarının aleyhine çalışmıştır ve bu toplum tarafından hissedilmemiştir.

Bugün kime sorarsanız "Dolar yükseldi, bizi mahvetti" diye konuşurlar, hâlbuki doların yükselmesinin enflasyona bir etkisi var ama kısa bir dönem etkisi vardır. Çünkü enflasyon her yıl devam eden bir şeydir. Maliyetler bir kere yükselip orada kalırsa, bir daha ki sene enflasyon düşer. Bunları topluma anlatacak Kurumlara ihtiyaç vardı ama think tank'ler



böyle bir tehlike alarmı çalmadılar. İşte Türkiye'de think tank'ler böyle bir başlangıç yaptı. Ama son zamanlarda hakikaten ülkeye de bölgemize de yararlı sivil toplum örgütleri oluştu. Bu sivil toplum örgütlerinden bir tanesi Ege Ekonomisini Geliştirme Vakfı idi. Ege Ekonomisini Geliştirme Vakfı, sadece bir vakıf olarak değil gerçek yabancı sermayeyi İzmir'e çekebilmek için İzmir'e yatırım için uygun bir ortam olduğunu dünyaya göstermek için kuruldu. İzmir'e cazip gelecek ve yabancıları İzmir'e çekecek bir takım faaliyetler

için yararlı olacağını düşündük. Ege Ekonomisini Geliştirme Vakfı sonra Ege Ekonomiyi Geliştirme Vakfı olarak ismini değiştirdi. Bu vakfın kuruluşunda da Uğur Yüce ve Ersin Faralyalı vardı. İlk Yönetim Kuruluda ben de Başkan Yardımcısı idim. Ana amacımızın İzmir'e yatırım çekmek olduğunda mutabık kaldık. Türkiye'de o tarihe kadar hiç yapılmayan bir işe kalkıştık: İzmir Valisi, belediye başkanı, sanayi odası, ticaret odası ile dünya çapında diğer ülkelerdeki sanayi ve ticaret odaları ile iş birliği yapıp dünyayı dolaşip İzmir'e yatırımcı

davet edecektik. Türkiye'ye giren sermaye de çoğu zaman İstanbul'a gidiyor, onu İzmir'e çekmek gerekiyordu. Bu vakıf çok yararlı işler yaptı, yapmaya da devam ediyor.

Sanki çalışmalarında yavaşlama süreci yaşanıyor.

Bu vakıf, tabi ki yönetim değiştirdi. Bugün zannediyorum hala başında İzmir eski Milletvekili Mehmet Ali Susam var. İzmir için yararlı şeyler yapmaya çalışıyor ama ilgili kurumlar gerekli desteği veriyorlar mı o tartışılabilir.

EGEV düşünce kuruluşu olabildi mi?

Evet, çünkü geçmişte birçok fikir geliştirdi. Önerileri oldu. Tabi ki bütün düşünce kuruluşları fikir üretirler ama onun uygulanması için de çaba harcarlar. Ege Ekonomiyi Geliştirme Vakfı da öyle olmuştur.

İzmir için Yeni Sinerjiler Enstitüsü yapılanması nasıl oluştu?

İzmir için Yeni Sinerjiler Enstitüsü adı ile başlayan ama artık kısaca İzmir Enstitüsü; hakikaten İzmir'den bir şey almak değil İzmir'e bir şey vermek için kurulmuş olan tam anlamıyla bir think tank. Fikirler üretir, fikirleri savunur, bütün resmi otoritelere de bunları sunar.

İzmir Enstitüsü kurulalı 15 yıl oldu mu?

Evet, oldu.

Neler yaptı, neler önerdi?

Aslında benim için çalışmalar daha da eski... Rahmetli Ahmet Piriştina, İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı seçilmeden önce, CHP için de böyle bir think tank önermişim ve "Türkiye için öneriler yapalım" demiştim. Aleaddin Yüksel il Başkanı iken öneriler geliştirmek amacı ile birçok konuda komiteler kuruldu ve bunlardan Ekonomi Komitesi'nin başında ben vardım. Orada ortaya attığım bir fikir kabul gördü.

Bu fikir ne idi?

Bu fikir orada ileri gidememişti, sonra İzmir Enstitüsü bunu

benimsedi ve üzerinde çok çalıştı. İzmir Enstitüsü'nün önemli konularından biri oldu ve biz bunu sayısının kaç olduğunu unuttuğum birkaç İzmir valisine ve belediye başkanına uzun uzun anlattık. Ankara'ya ve İzmir'e anlattık. Fikir şuydu; İzmir, İstanbul'un kaynak şehri haline geldi. İzmir hep şikâyet eder, "Gençlerimiz, şirketlerimiz hep İstanbul'a gidiyor." İzmir'in bir yeni çekim alanı olması lazım. Çünkü zaten bölgesel ekonomi de bu bilinen bir şeydir. Eğer iki bölge arasında denge biri lehine bozulursa; ekonomi de normal dengeler tekrar kurulur. Fakat burada istisnadır, gelişmiş olan bölgeye çünkü orada sinerjiler oluşur, o sinerjilerle daha çok şirket gider, daha çok insan gider, daha çok kültürel, eğitimsel aktiviteler gider. Yakın bölgeleri ve yakın şehirleri içine alır. İstanbul'un olduğu gibi... Bizim gibi daha uzak şehirler de 'kaynak şehir' olur. Ben dedim ki "Bu kader değil, yıkmak için de İzmir'inde sert bir çekim alanı oluşturması lazım." Ama bunun için bir olay olması lazım onun için, ben bunu Amerika'da okurken içinde de çalıştığım St. Louis Kenti Bölgesel Kalkınma Projesi'nde uygulanan "Gateway"(Geçit şehir) kavramını paylaştım.

Bunu biraz daha ayrıntılı paylaşır mısınız?

Gerçekten de St. Louis Şehri tarihinde Amerikaya gelen göçmenlerin, Kervanlarının batıya giderken kaldıkları bir geçit kasabası idi. Geçit şehri sembolize eden paslanmaz çelikten, dünyanın en yüksek abidesi... İçinde küçük bir mini tren çıkar, altına da 10 bin metrekare bir tarih müzesi yapıldı. Bu mimari şaheseri olan yapı inşaat halindeyken dahi milyonlarca insan tarafından ziyaret edildi. Sonuçta şehrin çehresi değişti. Oteller açıldı, iş alanları geldi.

Aynı şeyi İspanya'da Bilbao şehri yaptı. Guggenheim Müzesi. Frank Gehry'nin bu titanyum kaplı şaheseri Bask'ta ekonomisi çökmekte olan bu küçük şehri inşaat başladığında C klasmanında bir turistik şehirken, inşaat

Ekonomik Kalkınma Kurulu ilk kurulduğu zaman ben de ilk üyelerindendim. 12 milyon Lira mı nedir bir bütçesi var. Dedim ki bu bütçe İzmir nasıl kalkınır bunu araştırmak için bir bütçe mi? Yoksa İzmir'i kalkındırmak için mi bir bütçe 12 milyon Lira. 'İzmir'i kalkındırmak için' dediler. Dedim ki buraya 100 kişi toplandı. 100 kişi içindeki insanlar bir ayda bundan çok daha büyük parayı kendi şirketlerinde yönetiyorlar. Yani bir kent böyle kalkınır mı, çok daha büyük fonlar olması lazım ama hükümetimizin imkânı, vermek istediği verebildiği...



tamamlandığında A klasmanında bir kent yaptı ve yılda 2 milyon turist çekti! Turist gelince talep arttı. Talep olunca oteller, restoranlar vs. müthiş bir kalkınma yarattı. -Ama bugüne kadar yol alınamadı... Haklısın yapılamadı. Ancak İzmir Büyükşehir Belediyesi, Kemeraltı-Kadifekale'de çok büyük bir alanı istimlak etti. Turizm ve Kültür Bakanlığı, "Müzeyi biz yaparız" dedi ama bu müdahale çok fazla da bir yere gitmedi.

Peki, ne oldu da olmadı, olmuyor?

Valla olmadı demekte doğru değil, yavaş oluyor demek lazım. İstimlaklar yapıldı, yapılıyor... Belediye buna "Fon ayırabilirim" dedi.

Bu iş ihale ile yapılacak bir şey değil, dünyadaki meşhur mimarlar böyle bir işe girmezler. Siz buna hazırız dediğiniz zaman uluslararası fonlardan fon ararız, bulduğumuz fonla projeyi dünya çapında mimara yaptırırız. Frank Gehry gibi mimar ama Frank Gehry yaşlandı, çok iyi mimarlar var, bugünün baş mimarları onlardan biri ile anlaşırız projeyi hazırlar.

Peki ya Türkiye-İzmir'deki mimarlarımız...

Tabi ki İzmir mimarları ile işbirliği yaparak projeyi hazırlar. Ondan sonra bina için ihaleye proje hediye edilmiş olur. Bu da zannediyorum ki benimsendi. Çünkü son İzmir Ekonomisi Kalkınma Koordinasyon Kurulu vardı. Orada dönemin İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu son konuşmasında, Batı Anadolu Medeniyetleri Kültür Merkezi diye bahsetti. Eğer yeni belediye başkanımızla ki bu konulara sıcak bir arkadaşdır, ona da defalarca anlatılmıştır bu konu bu devam eder. Türkiye'de para az, motivasyon az, moraller düşük o yüzden yavaş gidiyor.

Sadece düşünce kuruluşlarının projeyi hazırlaması yetmiyor bunlara sahip çıkılması da gerekiyor. Aslında burada 3 önemli başlık veriyorsunuz. Moral, motivasyon ve para... Anahtar kelimeler bunlar mı?



Yani... Bu proje benim kalbime yakın olduğu için biraz fazla üzerinde durduk galiba!. Bunun dışında da çok güzel projeler çıktı. TARKEM de bunlardan bir tanesidir.

Bu 15 yıllık süreç içerisinde önerilen diğer projeler nelerdi?

Bir kere TARKEM çok büyük bir projedir. Hakikaten İzmir'e çok büyük değer katacak. Bunun yanında İzmir'e yürüyüş yolları projemiz var. İzmir'e Agora'dan başlayıp yukarıda Kadifekale'den Agora'ya uzanan... Ümit ediyoruz ki bu da yapılacak.

'Yol alamadık, bu da içimizde ukde kaldı' dediğiniz başka proje var mı?

Sokak müzisyenleri ile ilgili bir önerimiz vardı. Bu konuda çok çalışma yapıldı, İzmir Sanat ve Kültür Vakfı bunları lisans vermek için hazır olduğu söyledi fakat pek bir yol alamadık. Bu meseleye ilgi gösterildi, belediye tarafından bu projeler listesinde verildi. Fakat olmuyor.

Neden olmuyor?

Bir kere motivasyon az. Türkiye'de mevcut siyasi atmosferde bu motivasyonun az olmasında

önemli bir rolü var. Türkiye "böyle sanatın içine tüküren" bir ülke... Burada ki sanatçılarda motivasyon olması beklenebilir mi?

Belediyelerde de yapılan bir şey takdir edilmezse o belediyeyi, belediye başkanı motive olsa dahi kadrolarını motive eder mi? Maalesef bu çok önemli bir faktör, tabi para da önemli bir faktör.

Sokak müzisyenleri projesi için ne kadar para gerekir ki!

Tabi, sokak müzisyenleri için para gerekli değil de onun için "Eyvah yapılmadı" diyemiyorum. Çünkü hala gündemde... Şimdi yeni belediye başkanımıza ve ekibine bunu sunuyoruz. Az gittik uz gittik, birde arkamıza baktık ki bir arpa boyu yol gitmişiz ama mesafeler arpa boyu arpa boyu kazanılıyor. Şunu söylemek isterim, bu çivi çakmak gibi... Çiviye 1 defa çok hızlı vurursanız girmez eğrilir, yeterince vurmazsanız da hiç girmez. Onun için ısrarla tekrar tekrar vurursanız, milim milim tahtayı deler. Biz yılmıyoruz, projelerimiz ile ilgili ümitsizliğe kapılmıyoruz.

Bugüne kadar bu projeler için kaç tane sunum yapmışsınızdır?

En az 12 sunum yapmışızdır.

Bu projeler kaç vali görmüştür?

7'nin altında değil. Ondan sonra belediye başkanları da Ahmet Piriştina'dan önceki başkanımıza da anlattık.

Yüksel Çakmur'dan itibaren mi?

Çakmur'a yetişmedik ama Burhan Özfatura'ya ondan sonra Ahmet Piriştina'ya, Aziz Kocaoğlu'na... Doğrusunu isterseniz en çok desteği Aziz Bey'den aldık ve bu anlamda kendisine çok minnettarım.

Şimdi de tabi ki yeni Belediye Başkanı Tunç Soyer'e sunacağız. Mesafe alıyoruz, Aziz Bey epey bir istimlak yaptı. İstimlak sahası belirlendi, dolayısıyla Kültür Merkezi'nin nerede olacağı az çok belli oldu.

Nerede?

Tarihi Agora ile kalenin yakınında bir alanda.

Peki orayı Kemeraltı ile nasıl entegre edeceksiniz?

İşte oranın ucu Kemeraltı'nın ucu. İzmir için söylediğimiz, düşündüğümüz birçok projeler var. Yürüyüş yolları tespit ettik, belediyeye sunduk ve belediye bunu kabul etti. Ve epey bir kısmı da oluyor, yapılıyor.

SANAYİ EKİPMANLARI & ÇÖZÜMLERİ
INDUSTRIAL EQUIPMENT & SOLUTIONS

EKSEN

MAKİNA TESİSAT SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

📍 Yazıbaşı Mah. 302 Sokak No:10 Yazıbaşı / TORBALI - İZMİR - TÜRKİYE

☎ : +90 232 853 85 75 📠 : +90 232 853 80 35

✉ info@eksen-makina.com

🌐 www.eksen-makina.com



Türkiye için büyük projeler üretirsek İzmir'deki projeler büyük olur. Türkiye için yeni, düşünülmemiş projeler üreterek yol almalıyız.



Müzik konusunda da think tank'ler var, İzmir onun için de üs olabilir?

İzmir için ideali böyle yoğun bir sanayi şehri olması değil, tarım ve tarımsal sanayi, kültür, eğitim, tarih, turizm ve sağlık şehri olması... Hem çok istihdam sağlayacak hem ekonomiye çok net katkı verecek. Bu sektörler döviz sağlayan ancak üretim yapabilmek için fazlaca döviz tüketmeyen sektörlerdir..

İzmir'de farklı zaman dilimlerinde birçok kuruluşun sektörlerle ilgili araştırma raporlarını hazırladığını görüyoruz. En son Expo adaylık sürecimiz içerisinde iki ayrı dönemde de İzmir'in yol haritası adı altında çalışmalar hazırlandı ama bugün maalesef geldiğimiz noktada hepsinin arşivde beklediğini görüyoruz. Ya da birilerinin kütüphanelerinde durduğunu görüyoruz. Bu emek, İzmir'e neden tam olarak katma değere dönemiyor? Biz İzmir olarak İzmirli olarak nerede hata yapıyoruz?

Bunu 'Biz hata yapıyoruz' olarak ifade etmek istemiyorum. İzmir doğru yolda araştırmayı yapıyor. Maalesef özellikle son 15 yıldır merkezi hükümette seçilen

yöneticilerle İzmir'in kendine seçtiği yöneticiler ayrı partilerden. Ve merkezi hükümet biz herkese eşit davranıyoruz da dese aslında öyle değil. Başka şehirlerin bir haftada aldıkları ödeneği, aldıkları kararı İzmir aylarca senelerce uğraşarak aldırtaamıyor. İzmir çok büyük bir çaba harcıyor ama merkezden yeterli desteği görmüyor.

Hatayı bizde aramayalım o zaman...

Ekonomik Kalkınma Kurulu ilk kurulduğu zaman ben de ilk üyelerindendim. 12 milyon Lira mı nedir bir bütçesi var. Dedim ki bu bütçe İzmir nasıl kalkınır bunu araştırmak için bir bütçe mi? Yoksa İzmir'i kaldırmak için mi bir bütçe 12 milyon Lira. 'İzmir'i kaldırmak için' dediler.

Dedim ki buraya 100 kişi toplandınız. 100 kişi içindeki insanlar bir ayda bundan çok daha büyük parayı kendi şirketlerinde yönetiyorlar. Yani bir kent böyle kalkınır mı, çok daha büyük fonlar olması lazım ama hükümetimizin imkânı, vermek istediği verebildiği... Nasıl yorumlarsanız. Bu böyle olunca bizim İzmir'imiz ile ilgili yaratılan güzel fikirler

maalesef arşivlerde kalıyor. Tabi bunda şu da var: Bizim İzmir'den gördüğümüz her doğru şey; kuşbakışı bakıldığında da doğru olmayabilir. Bunu ben bilmiyorum biz elimizden geldiği kadar Kadifekale'den bakıyoruz kuşbakışı bakıyoruz, Çatalkaya'dan bakıyoruz ama kafi yüksekliklerde değiliz belki. Tabi ki makro hedeflerle iyi entegre edecek projelere ihtiyaç var ve büyük düşünmeye ihtiyaç var. Türkiye için yeni, düşünülmemiş projeler üreterek yol almalıyız.

Biz burada İzmir takısını takılıp kalmamalı mıyız?

Tabi ki. Birincisi bu müze İzmir ekonomisini sıçratacak. Ama bu bence yan ürün.

Esas ürün ne?

Birincisi; Türkiye dünyada rom bir ülke... Maalesef bize sanattan anlamaz, asker millet, katliam yapar falan diye bakıyorlar. Biz ilk defa büyük bir kültür projesi yapıyor olacağız ve batı medeniyeti denilen medeniyetin bir parçası olduğumuzu ifade edeceğiz. Buraya büyük bir para ayıracağız. Dünyada kültür alanı olarak haritalara gireceğiz. Biz A klasmanında bir turizm ülkesi haline gireceğiz.



Türkiye dünyada
rom bir ülke...
Maalesef bize
sanattan anlamaz,
asker millet,
katliam yapar falan
diye bakıyorlar.
Biz ilk defa büyük
bir kültür projesi
yapıyor olacağız
ve batı medeniyeti
denilen
medeniyetin
bir parçası
olduğumuzu ifade
edeceğiz. Buraya
büyük bir para
ayıracağız.
Dünyada kültür
alanı olarak
haritalara
gireceğiz. Biz
A klasmanında
bir turizm ülkesi
haline gireceğiz.
Biz bir Avrupa
Birliği'ne biz bir
Avrupa ülkesiyiz
diye bağırarak bu
proje. Dolayısıyla
böyle bir şeyi
çıkartıp oraya
koymak bir Türkiye
projesidir. İzmir'in
bu tür projelere
ihtiyacı var. Bu tür
fikirlere ihtiyacı
var.



Biz bir Avrupa Birliği'ne biz bir Avrupa ülkesiyiz diye bağırarak bu proje. Dolayısıyla böyle bir şeyi çıkartıp oraya koymak bir Türkiye projesidir. İzmir'in bu tür projelere ihtiyacı var. Bu tür fikirlere ihtiyacı var. İzmir'in hatası diyecek olursanız. Ben bu geniş vizyonu aksettirememiş olması İzmir'in eksiğidir. Aman İzmir'i kalkındırılım diyerek İzmir kalkınmaz. Türkiye'yi kalkındırılım diyerek Türkiye için projeler yaparak İzmir kalkınır.

Bencillik mi yapıyoruz?

Bencillik değil de bölgescilik yapıyoruz. Ama bölgesciliğe de biraz zorlanıyoruz.

Yani nasıl zorlanıyoruz?

Mesela Kürt açılımı oldu. Başım üzerinde. Keşke hakikaten Kürtler tüm haklarını alsınlar. Mesela kalkıldı dendi ki Kürt özerk bölgesi. E İzmirililer o zaman ne düşünüyorlar. Amanın biz neredeyiz? O zaman neden İzmir Ege özerk bölgesi olmasın. O zaman biz bölgesciliğe itiliyoruz. Bizim etrafımızdaki bölgeler bölgescilik yaparsa, bizde bölgeci olmak zorunda benliğimizi korumak zorundayız. Tabi bu Türkiye için çok kötü.

Türkiye Avrupa'nın asırlar geçtikten sonra AB diye bu ulusalcılıktan milliyetçilikten kopup bir birlik haline getirmek işini Türkiye taa Osmanlı zamanında yapmış. Cumhuriyet'e kadar devam etmiş. Atatürk'ün millet fikri işte bu topraklarda yaşayan insanların demiş. Irksal, bölücü bir yaklaşım değil derleyici bir yaklaşım. Avrupa'nın Türkiye'ye empoze ettiği taa ilk Yunanistan bağımsızlığı ile empoze ettiği milliyetçilik kavramı Osmanlı'yı da bölmüş bugün Türkiye'yi de bölünmeyi tehdit ediyor.

Bizde İzmir'de o etkilerin altında kalıyoruz. Bende bilmiyorum kalmalı paçamızı mı kurtarmalıyız, kalmamalı Türkiye'nin bütünlüğü için çalışmalı mıyız? Ben Türkiye'nin bütünlüğü için çalışmak istiyorum defalarca yazdım. Hepimiz birbirimiz kadar Kürt hepimiz birbirimiz kadar Laz birbirimiz

kadar Boşnak, Arnavut birbirimiz kadar Türk olmalıyız. Bir olmalıyız yani kardeşlik de kesmiyor beni... 'Kürt kardeşlerimiz' ne demek yani. Biz biriz tek bir milletiz, öyle bakmak lazım. Hepimiz enayi değiliz hepimiz kökenimizi biliyoruz.

Yani bu kapalılıkla yadırganıyoruz. Tabi bizim bir de üzerimizde İzmir kalkınmış bölge damgası var. Hâlbuki İzmir'in daha büyükşehirler ile otoyol bağlantısı yeni kuruluyor. İzmir'e vapur seferleri yok.

İzmir'de kalkınmış damgası var!

Halbuki biz kültürel olarak kalkınmış bir bölgeyiz belki, akıl olarak kalkınmış bir bölgeyiz belki, ama fiziki kalkınma bakımından yani bütün belediye başkanlarımızın çabalarına rağmen son 15 senedir merkezi hükümetten yeterli desteği alamadık. İzmir kendi yağıyla kavruldu. Ama İzmir'in kendi yağıyla yaptığı yolların kilometre maliyeti İstanbul'dakilerin 3'te biri, 4'te biri. Dürüstçe yapıldı burada, para çarçur edilmedi, yedirilmedi, böyle bir özelliği var İzmir'in.

Think tank'lerin yapısına baktığımız zaman insan kaynağı olarak önemli merkezler. İzmir'e baktığımızda çok güçlü potansiyeli var. Üniversiteleri itibariyle, yetişmiş hatta emekli olmuş sonra buraya gelmiş insanlar özelinde baktığımızda. Ama bunlardan tam anlamıyla yararlanamıyoruz. Bu konuda tavsiyeleriniz neler olur? Örneğin kalkınma koordinasyon kurulunun kapsamını daha fazla genişlemeli ya da sizin akıl grup mu biraz daha genişlemeli akademisyenleri daha fazla olarak gibi... Siz burada nasıl bir öneriyle gelirsiniz?

Yani tabi ki İzmir'de özelde, devlette üniversiteler var ve epey mezun veriyorlar ama maalesef İzmir'de lise mezunlarının hedefi İstanbul'daki okullara gitmektir. İzmir'deki üniversiteden mezun olan insanların büyük bir kısmı da İstanbul'da iş arıyorlar. Nedeni; dışsal sinerjiden, dışsal



ekonomiler, etkileşim, büyük şirketlerin orada olması...

Onların istihdam potansiyelinin yüksek olması. Yani bizim entelektüellerin mesela İstanbul'daki gazetecilere bakın adı duyulmuş gazetecilerin büyük bir kısmı İzmir kökenlidir, İzmir'den yetişmiştir. Özellikle entelektüel diyorum. Entelektüel demekten korkuyorum Türkiye'de çünkü entel dantel diye dalga geçiyorlar. Bu da Türkiye için çok büyük bir ayıptır yani bütün dünyanın iftihar ettiği entelektüellerini biz küçümseriz ülkemizde ama bizim İzmir entelektüellerimizin çok önemli bir bölümü ve çok değerli olanları İstanbul'a gidiyor.

Şimdi İstanbul'dan tersine göç başladı. Ben Allah'a şükür ediyorum ki eski bir İstanbullu olarak 40 sene evvel Amerika'dan döndüğümde gelip İzmir'e yerleştim çünkü İstanbul hakikaten yaşanamaz hale geldi. Hatta ben burada çalıştığım şirketten ayrıldığım zaman bana İstanbul'dakiler 'Hadi artık İstanbul'a geliyorsun'. Ben dedim ki İzmir'den yapacağım, şaşırdılar. Yani İzmir çekiyor bu insanlar dediğiniz bu think tank'leri yapacak, etki yaratacak dediğiniz insanlar gidiyorlar İstanbul'a. İstanbul'da think tank'lere giriyorlar. İstanbul'daki o büyük hacim, büyük miktatsız doğrusu hepimizi, herkesi çekiyor. Biz burada demin söylediğim sebeplerle de istediğimiz büyüklükte bir

şey yaratamıyoruz. Yani bir düşünce birliği, düşünce tankları yaratamıyoruz. Yok değil ama cılız ve duyulmamış. İsimleri duyulmamış.

Bu da mı acaba sinerjinin parçalanmasına rehavete mi sebep oluyor?

Dünyadaki bütün think tank'ler muhakkak sponsorlar ile yürüyor. Avrupa'yı yeterince tanımıyorum ama Amerika'da yaşadım, çalıştım ve orada doktoramı yaptım. Amerika'da think tank'ler sponsor ediliyor. Ve Amerika'da think tank'ler büyük çoğunlukla devletin projelerini gerçekleştirmek için toplumu ikna etmek için kuruluylar.

Biz de kendi içimizdeki yapılanmada dikkatli seçici davranıyoruz. Mesela benim yine think tank diyebileceğim çok fazla proje üretmekten ziyade yine bu şekilde çok fazla etki yaratmaya çalışan çarşamba öğle yemeği yediğimiz İzmir Gelişim Platformu var. İzmir Gelişim Platformu'nda da çok akıllı insanlar var. Eski yöneticiler, iş adamları var. İki veya üç tane eski bakan, eski belediye başkan vekilleri, profesörler var. Tamamen Türkiye ve İzmir konularını tartışıyoruz. Fikir üretiyoruz.

Mesela herkesi almıyoruz. Etki altında kalacağımız, mesela büyük bir fon şirketinin yöneticisi gelmek isterse "Teşekkür ederiz. Fil ile yatağa girmek istemiyoruz" diyoruz.

Ekleme istediğiniz...

EGİAD'ın böyle bir konuya eğilmiş olması ve böyle bir araştırma yaptırıyor olması çok değerli.

Kimse bugüne kadar böyle bir araştırma yapmamış mı?

Başka yerleri bilmiyorum ama İzmir yapmadı EGİAD'ın bu düşünce kuruluşlarına, düşünce tank'lerine eğilmesi güzel... EGİAD bana göre İzmir'in aktif derneklerinde biri genç ve varlıklı olmaları bakımından...İkinci kuşak iyi şeyler yapıyor kurumsallaşmanın önemini biliyorlar gayet iyi eğitilmişler. Bu güzel gelişmeler. ■

BULDUM, akluma bir fikir geldi

SENCE NASIL?

Farklı bir şey, yapılmış

Ödül Alır, anlamsız

güzel sanki, bir daha dene

berbat, ÖZGÜN, Standart

ÇOK GÜÇLÜ *aynisi
almuş*

farklı değil **ZAYIF**

*daha iyi
olsun* **YAPAY**

*tekrar, alışılmış
eder iş yapar*

**REVİZYON
STANDART**

herkes böyle

oldu



Büyük bir fikir, bin düşünceğin ürünüdür. "Aristo"

mandalaajans.com | f @ mandalaajans

MANDAL

Online Alışverişte Kuşaklar



Türkiye’de online alışveriş sürekli geliyor olmasına rağmen henüz gelişmiş ülkelerdeki pazarların oldukça gerisinde olması online alışverişte işletmeler için büyük fırsatların var olduğuna bir işaret olarak görülebilir. Türkiye’de online alışveriş ortamına özellikle genç kuşakların ve çalışan kadınların ilgisinin gittikçe arttığı görülmektedir.



Yeni ekonominin en önemli etkilerinden birisi, tüketicilerin alışveriş yapma şekillerinde yaşanan değişimde kendini göstermektedir. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki inovasyonlar, tüketicilerin online alışveriş ile tanışmasını ve öncekinden daha farklı olanaklara sahip olup deneyimler yaşamasını sağlamıştır. 7/24 alışveriş yapabilme, fiyatları ve ürünleri karşılaştırma olanağı, düşük fiyat, zaman tasarrufu ve gizlilik gibi pek çok avantaj sunan online alışveriş, hacmini dünyadaki gelişimine paralel olarak ülkemizde de her geçen yıl arttırmaktadır. Statista (2018) tarafından yayınlanan rapora göre dünya genelinde perakende satışlar içinde elektronik ticaretin oranı 2015 yılında %7.4 iken 2017 yılında, e-perakende satışları tüm perakende satışların % 10.2’sini oluşturmuştur. Bu rakamın 2021 yılında %17.5’e ulaşması beklenmektedir. Bununla birlikte online alışveriş trendi coğrafi bölgelere göre farklılık göstermektedir. Batı Avrupa, Asya ve Kuzey Amerika online alışverişin en yaygın olduğu bölgeler olarak ön plana çıkmaktadır. Türkiye ise online alışveriş hacmi bakımından sürekli büyüme trendindedir.



Doç. Dr. Z. Atıl Bulut
Dokuz Eylül Üniversitesi

Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği'nin (TÜBİSAD) hazırladığı Türkiye'de E-Ticaret 2018 Pazar Büyüklüğü Raporu'na göre 2018 yılında Türkiye'de e-ticaret pazarı hacmi, 2014-2018 yılları arasında yıllık ortalama %33 büyüyerek, 59.9 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bunun yaklaşık 31.5 milyar TL'sini online perakende alışveriş, 22.9 milyar TL'sini ise tatil ve seyahat harcamaları oluşturmaktadır. Tüketicilerin %67'si internette, %50'si ise mobil alışveriş yapmaktadır (TÜBİSAD, 2019). PayU Türkiye'nin e-ticaret ekosistemine

yönelik tüketici davranışlarını anlamak amacıyla GfK ile birlikte yaptığı araştırma, online alışverişte gidilecek çok yol olduğunu göstermektedir. Araştırmaya göre, Türkiye genelinde 10 kişiden biri internette alışveriş yaparken, ortalama alışveriş sıklığı ise iki ayda bir olarak gerçekleşmektedir. Türkiye'de online alışveriş sürekli geliyor olmasına rağmen henüz gelişmiş ülkelerdeki pazarların oldukça gerisinde olması online alışverişte işletmeler için büyük fırsatların var olduğuna bir işaret olarak görülebilir. Türkiye'de online alışveriş ortamına özellikle genç kuşakların ve çalışan kadınların ilgisinin gittikçe arttığı görülmektedir. Bu artışa rağmen internette alışveriş yapan erkek müşterilerin sayısı kadınlardan yaklaşık %34 daha fazladır. (TÜİK, 2018).

Avrupa genelinde 25-54 yaş aralığındaki tüketiciler internet üzerinden en fazla alışveriş yapan gruptur. Kuşaklar bağlamında incelendiğinde çeşitli ülkelerde yapılan araştırmalar daha genç yaşta tüketicilerin online alışverişe yönelik tutumlarının daha olumlu olduğunu ve daha fazla tercih ettiklerini göstermektedir (Stafford vd., 2004; Wu, 2003). Ancak bu durum tahmin edilen aksine yaşlı tüketicilerin online alışverişini tercih etmedikleri şeklinde yorumlanmamalıdır.

X kuşağı yani 1961-1979 yılları arasında doğan tüketiciler her ne kadar internet olmadan büyümüş olsalar da interneti ve doğal olarak online alışverişini tamamen benimsemişlerdir. KPMG'nin yaptığı araştırmaya göre dünya genelinde yılda ortalama 19 kez online alışveriş yapan X kuşağı dijital tüketiciler, şaşırtıcı bir şekilde diğer kuşaktaki tüketicilerden daha fazla online alışveriş yapmıştır. İzmir'de yaptığımız bir araştırmaya göre ise X kuşağındaki tüketiciler yılda ortalama yaklaşık 20 kez alışveriş yapmaktadır.





Buna karşın Y kuşağındaki tüketiciler yaklaşık 24.50, Z kuşağındakiler ise 24 kez online alışveriş yapmaktadır (Bulut ve Doğan, 2018).

X kuşağındaki tüketiciler genel olarak riskten kaçınma eğilimindedirler ve diğer tüketicilerle iletişim halinde olmak isterler. Dolayısıyla bu tüketicileri hedef kitle olarak belirleyen işletmelerin tüketicilerin zihnindeki risk algısını ve belirsizliği azaltacak elemanları kullanması gerekir. Ürünü satın alıp kullanan diğer tüketicilerin yorumları, referanslar, kapıda ödeme gibi seçenekler X kuşağındaki tüketicileri etkilemede önemli araçlar olarak kullanılmalıdır. Aksi durumda X kuşağı tüketicileri dijital platformlardan ihtiyaç duydukları bilgiyi elde edecek ancak alışverişleri için fiziksel mağazaları tercih edeceklerdir. Facebook kullanımının oldukça yüksek olduğu X kuşağına ulaşmak için kullanılacak diğer bir araç ise e-postalardır. İş dünyasının getirdiği alışkanlık gereği e-postalarını düzenli olarak takip eden X kuşağı, bu kanaldan sunulacak bilgi ve promosyonlara da oldukça duyarlıdır.

Peralta (2015) X kuşağının yorumları okuma ve forumlar gibi ürün/firma hakkında fikirlerin/ yorumların yer aldığı siteleri ziyaret etme sıklığının diğer kuşaklara göre daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Bu kuşaktaki tüketiciler

1980-2000 yılları arasında doğan Milenyum ya da Y kuşağı dijital tüketiciler interneti ve teknoloji tabanlı tüm araçları hayatlarının neredeyse tamamına entegre etmiş durumdadır. Bu nedenle çoğu zaman 'dijital yerliler' (digital natives) olarak da anılırlar. Dijital evrim dünyasında yetişen bu dijital yerliler, online pazarlamanın temellerini ve en önemlisi de tüketici olarak değerini bilirler. Tam da bu nedenle, geleneksel pazarlama taktikleri bu tüketicileri etkilemeden başarısızdır. Sosyal medyada gerçek kullanıcılar tarafından paylaşılan ürün görüntüleri kalite göstergesi olarak değerli birer göstergedir.



satın almayı düşündükleri ürünlere ilişkin bilgilere akıllı telefonlarını kullanarak ulaşırlar. Bu gruptaki tüketiciler mağaza gezmeyi sevdiği için online alışverişte de mağaza deneyimi yaşayabilecekleri uygulamalar onlar için çekici olmaktadır. Diğer kuşaklardaki dijital tüketicilerle karşılaştırıldığında onları online alışverişe yönlendiren en önemli unsur online alışverişte elde edecekleri faydadır (Bulut ve Doğan, 2018).

1980-2000 yılları arasında doğan Milenyum ya da Y kuşağı dijital tüketiciler interneti ve teknoloji tabanlı tüm araçları hayatlarının neredeyse tamamına entegre etmiş durumdadır. Bu nedenle çoğu zaman 'dijital yerliler' (digital natives) olarak da anılırlar. Dijital evrim dünyasında yetişen bu dijital yerliler, online pazarlamanın temellerini ve en önemlisi de tüketici olarak değerini bilirler. Tam da bu nedenle, geleneksel pazarlama taktikleri bu tüketicileri etkilemeden başarısızdır. Sosyal medyada gerçek kullanıcılar tarafından paylaşılan ürün görüntüleri kalite göstergesi olarak değerli birer göstergedir. Ek olarak, dijital yerliler, ürünler hakkındaki görüşlerini işletmelerin bilmesini ister ve bu nedenle hashtag kullanırlar. Buna kullanıcı tarafından oluşturulan içerik (user-generated content) adı verilir. Bu kuşaktaki tüketiciler fenomenleri (influencers) diğer kuşaktakilere kıyasla daha kolay kabullenirler (Miller, 2017).

Bu kuşağı hedefleyen işletmelerin sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaları, tüketicilerle etkileşim sağlayacak çift yönlü iletişimi tercih etmeleri gerektiği açıktır. Bazı markaların gerçek zamanlı pazarlama faaliyetlerini dijital ortama taşıyarak mevcut ve potansiyel tüketicilerle etkileşim kurdukları ve onların zihninde 'dinamik', 'esprili', 'bizden biri' algısı oluşturmaya çalıştıkları görülmektedir.

İster tanışınlar ister tanımasınlar diğer tüketicilerin görüşleri Y

kuşağı tüketicileri için oldukça önemlidir. Bu nedenle hem satın alma tercihi yaparken hem de yaşadıkları deneyim sonrasında bunu paylaşmak adına tüketici yorumlarına çok değer verirler. Bu açıdan bakıldığında bu gruptaki tüketicilerin tüketici yorumlarından etkilenme ve diğer tüketicileri kendi yorumlarıyla etkileme motivasyonu yüksektir. Dolayısıyla tüketici deneyimlerinin anlatıldığı web siteleri, bloglar, mobil uygulamalar markalar için kullanılabilir önemli araçlardır. 2000'li yıllarda doğan Z kuşağı, çocukluk yıllarından itibaren, internete, sosyal ağlara ve mobil araçlara maruz kalmıştır. Bu bağlam, birçok bilgi kaynağının toplanması ve online deneyimlerin birleştirilmesi ile çok rahat bir "hiper bilişsel" nesil üretmiştir. Z kuşağı, kişisel sosyal medya hesaplarını da adeta birer marka hesabı gibi yönetir, hesapları üzerinden dünyaya yansıtmak istedikleri imajlarını sergiler (Yılmaz, 2019). Bu nedenle Z kuşağındaki her bir tüketiciye yönelik pazarlama faaliyetleri onlara özgü olarak planlanmalı ve uygulanmalıdır. Onları ürünlerine çekmeye çalışan işletmeler için en iyi alternatifler kendilerine özgü tasarım, tamamen kişiselleştirilmiş ürünler ve hizmetler, onları özellikle de sosyal medyada bir süper star gibi öne çıkaran pazarlama iletişimi çabalarında bulunmaktadır.

Markaların unutmaması gereken diğer bir husus ise Z kuşağı tüketicilerin yüksek tolerans seviyesine sahip olmalarıdır. Özellikle dijital ortamda alışveriş yaparken yaşadıkları deneyim boyunca aldıkları hizmetten memnun olmazlarsa bunu hemen etraflarına yayarlar. Bu nedenle işletmelere ürün ve hizmet tasarımında Z kuşağındaki tüketicilerle işbirliği içinde çalışmaları hatta onları bu süreçlere dahil etmeleri, satın almayı düşündükleri ürünleri tasarlama davet etmeleri tavsiye edilebilir. Yaptığımız araştırma, Z kuşağının online alışverişte hedonik (hazcı) unsurlara en fazla değer veren grup olduğu ortaya koymuştur.

Dolayısıyla tüketicilerin deneyimin bir parçası olacağı hedonik uygulamalar onları markaya çekecek ve sadakat yaratacak az sayıdaki unsurdan birisidir. Lawson'a (2017) göre tüketici ihtiyaçlarının önüne geçmek için, işletmelerin mobil araçlarla ilgili zemini şimdiden hazırlamaları gerekmektedir. Pazarlamacılar gelecekte başarıyı garantilemek için markalarının tüm mobil ayak izini optimize etmeyi düşünmelidir ve bu noktada anahtar 'hız'dır. Mobil siteniz ne kadar harika olursa olsun, yavaş yüklenirse kullanıcılar onu terk eder.

Mobilin artan öneminin yanı sıra özellikle daha genç kuşaktaki tüketicilere ulaşmak isteyen markaların artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, makine öğrenmesi ve lokasyon bazlı haritalama teknolojisi gibi günümüzün yeni teknolojilerini kullanmaları gerekmektedir. Tüm bu araçlar ve yeni müşteri bilgisi elde etme araçlarının entegre kullanımı sayesinde Z kuşağının online alışveriş davranışlarını modelleme ve tahmin etme olanağına sahip olabilirler.

Sonuç olarak tüketicilerin online alışveriş yolculuğunun dört adımdan oluştuğu söylenebilir. Buna göre markaların ilk aşamada tüketicilerin farkındalığını arttırmak için ihtiyacı ya da isteği tetikleyecek unsurları ve fenomenleri kullanmaları, ikinci aşama olan



değerlendirme aşamasında ürün ve marka hakkında kolay ve doğru bilgi elde edebilecekleri kaynakları etkilemesi, dönüşüm aşamasında nereden ve ne zaman alışveriş yapacağına karar verirken tüketicileri en çok etkileyen en iyi fiyat, en çok tercih edilen site, en iyi dağıtım opsiyonlarını sunma, ürünün stokta bulunması gibi rekabetçi üstünlükler yaratmaya çalışmaları gerekmektedir. Tüketicilerin online alışveriş yolculuğunun son aşaması olan değerlendirme aşamasında ise tüketicilere yaşattıkları deneyim ve geri bildirim odaklanmaları gerekir. Unutulmamalıdır ki Türk online alışveriş tüketicisi dijital ortamda ortalamanın üstünde bir geri bildirimde bulunma düzeyine sahiptir (KPMG, 2017). ■

Kaynaklar

- Bulut, Z.A. ve Doğan, O. (2018). İnternette Alışverişte Tüketici Tutum ve Davranışlarının Kuşaklar Bağlamında İncelenmesi, Nobel Yayınevi, Ankara, 37-62.
- ECommerce Europe (2018). European Ecommerce Report: 2018 Edition, <https://www.ecommerce-europe.eu/research/ecommerce-europe-reports/PAYU> <https://www.payu.com.tr/turkiyede-sadece-10-kisiden-biri-online-alisverisi-tercih-ediyor>
- KPMG (2017). The Truth About Online Consumers. 2017 Global Online Consumer Report, <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/01/the-truth-about-online-consumers.pdf>
- Lawson, M. (2017). 4 Things You Need to Know About The Future of Marketing, <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/future-of-marketing-mobile-micro-moments/>
- Miller, E. (2017). Online Shopping Habits of Today's Different Generations. Optimonk, <https://www.optimonk.com/online-shopping-habits-of-todays-different-generations/>
- Peralta, E. (2015). Generation X: the small but financially powerful generation. Centro. <http://www.centro.net/blog/generation-x-the-small-but-mighty-generation>.
- Stafford, T. F., Turan, A., & Raisinghani, M. S. (2004). International and cross-cultural influences on online shopping behavior. Journal of Global Information Technology Management, 7(2), 70-87.
- Statista (2018). Online-Shopping and E-Commerce worldwide: Statistics&Facts, <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>
- TÜBİSAD (2019). Türkiye'de E-Ticaret: 2018 Pazar Büyüklüğü, http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad_2019_e-ticaret_sunum_tr.pdf
- TÜİK (2018). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2018. <http://tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=27819>
- Wu, S. I. (2003). The relationships between consumer characteristics and attitude toward online shopping. Marketing Intelligence & Planning, 21(1), 37-44.
- Yılmaz, D. (2019). Hedefini Seç: X, Y, Z Kuşağı. <https://www.mochatouch.com/x-y-z-kusaklari/>

LOOK



ASMIRA
MARENE

- Bordini Targetato B-Marene
- Cuschi B-Marene
- Bordini B-Marene

- Partonari B-Marene
- Mareschi Saveri Marene

AFTER

40 yıllık deneyimci tekne satışı, onarım ve bakım hizmetleriyle faaliyet gösteren *Avrasya Marina, Ege ve Akdeniz'de sizleri bekliyor.*

Finansman için

0212 640 1000

0212 700 2014

0212 390 3000



Türkiye, iklimlendirme sektörü açısından üretim üssü olma yolunda emin adımlarla ilerliyor

Katma Değerli Üretim ile Dünyayı İklimlendiriyorlar



ARAŞTIRMA DOSYASI: SEDA GÖK



2023 yılında 25 milyar dolar ihracat, 14 milyar dolar iç pazar büyüklüğü ile toplam 39 milyar dolarlık üretimi 700 bin istihdam ile gerçekleştirmeyi hedefleyen iklimlendirme sektörü, buna ulaşmak için 5 milyar dolar ticaret hacmi açığını kapatmaya yönelik strateji geliştirilmesi gerektiğini ortaya koyuyor.



Avrupa'nın üçüncü büyük pazarı konumunu 2017 olduğu gibi 2018 yılında da koruyan iklimlendirme sektörü, 1,5 milyar dolarlık iç satış ve 4,5 milyar dolar değerinde ihracata imza attı. Söz konusu dönemde kilogram başına 4,2 dolarlık ihracat yapan sektörün, bu yıl da ihracatta artış ivmesini devam ettirmesi öngörülüyor.

Son dönemde özellikle gelişen teknoloji ve tüketici tercihlerindeki bilinçlenme pazara yön veriyor. Sürdürülebilirliği esas alan verimli ürünlerin öne çıktığı pazarda, firmaların satış sonrasında verdiği hizmetin kalitesi de marka tercihiinde etkili oluyor.

Önümüzdeki dönemde uzaktan yönetebilen, akıllı teknolojilerle uyumlu endüstriyel uygulamaların iklimlendirme sektöründe iş hacmini arttıracak görüşünde birleşen sektör temsilcileri, firmaların katma değerli üretim için Ar-Ge'ye ağırlık vermeleri çağrısında bulunuyor.

Tüketicideki talep değişiminin ancak Ar-Ge, teknoloji yatırımı ve satış sonrası verilen hizmet kalitesiyle karşılanabileceğini belirten sektör temsilcileri, bu sayede





kilogram başına ihracatın daha da artacağını ifade ediyorlar. İklimlendirme sektörü hem global pazarda hem de Türkiye pazarında değişim dönemi yaşıyor. Bu süreç; üreticilerin artık son kullanıcı ve yatırımcılara yönelik daha sürdürülebilir, verimli ürünlerin yanında binaların diğer hizmetleriyle bütünleşik, uzaktan izlenen ve kontrol edilebilir çözümler sunmalarını gerekli kılıyor.

Türkiye iklimlendirme sektörünün globaldeki tüm gelişmeleri takip edip, benzer teknolojileri hızla yerel hizmetlere adapte etmesinin önemine vurgu yapan sektör temsilcileri, bunun gerek tüketicideki talep değişimini karşılamak, gerekse yurtdışında rekabet avantajı elde etmek adına bir gereklilik olduğunu ifade ediyor. Enerji verimliliği yüksek ürünlerle sektörün karbon ayak izi de küçülüyor.

Türkiye iklimlendirme sektöründe enerji tasarrufu ve çevrenin korunmasına yönelik kayda değer

gelişmeler yaşandığını görüyoruz. Küresel ısınmayla birlikte gündeme gelen enerji tasarrufu ve emisyonu düşürmeye dair sektörde, en önemli gelişme ise küresel ısınma potansiyeli düşük gazların kullanımında yaşanıyor.

Global iklimlendirme sektörünün önceliklerinden biri olan Global Warning Potential(GWP) kriterleriyle sektörün Türkiye’de yeniden yapılacağını anlatan sektör temsilcileri, kullanılan R410a soğutucu akışkana göre küresel ısınma potansiyeli çok daha düşük olan R32 gazı kullanımının Avrupa’da oldukça arttığı, Türkiye’de de bu yönde çalışmaların hızlandığının altını çiziyorlar.

Üreticilerin R32 gazı kullanımına önem vermelerinin yanında tüketicinin de bu konuda seçici olmasının geçişi hızlandıracağını anlatan sektör temsilcileri, her geçen gün artan enerji verimliliği yüksek ürünlerin sektörün toplam karbon ayak izinin küçülmesine katkı sunacağını söylüyorlar.

İHRACATI 2018’DE YÜZDE 15 ARTTI

İklimlendirme sanayi, 2018 yılını 4,5 milyar dolar ihracat ile kapattı. 2017 yılında 3,9 milyar dolar ihracat elde eden sektör, tarihinin en yüksek ihracat seviyesine ulaştı. 2018 yılında Almanya başta olmak üzere, İngiltere, İtalya, Romanya ve Fransa gibi gelişmiş pazarlara ihracat yapan sektör, ihracat pazarlarında hem miktar ve birim fiyat hem de dolar cinsinden artış yaşadı. Geçen yıl miktar olarak yüzde 7,7 ihracat artışı sağlayan sektör, değer olarak ise yüzde 15’lik bir ihracat artışı sağladı. Diğer bir ifade ile daha yüksek fiyatla katma değeri yüksek ürünler ihraç edildi.

Isıtma, havalandırma, soğutma ve yalıtım ürünlerini kapsayan geniş bir ürün yelpazesine sahip olan sektör, 2018 yılında en fazla ihracatı 571 milyon dolar ile ‘Kazanlar ve Aksam Parçaları’nda gerçekleştirirken; bunu 553 milyon dolar ile ‘Soğutmalı Kabinler Derin Dondurucular’, 504 milyon dolar ile ‘Vanalar’, 455 milyon dolar ile

'Radyatörler ve Aksam Parçaları', 447 milyon dolar ile 'Plastik Borular ve Bağlantı Elemanları', 305 milyon dolar ile 'Pompalar ve Aksam Parçaları' ve 277 milyon dolar ile 'Fanlar-Hava Perdeleri-Vantilatörler-Aspiratörler ve Aksam Parçaları' izledi.

İLK 4 AYLIK PERFORMANSI

İklimlendirme sektörünün bu yılın ilk 4 ayında yaptığı ihracat ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,7 artarak 1 milyar 505 milyon dolara yükseldi. İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliğinden (İSİB) verilerine göre, sektörün ihracatı Ocak-Nisan döneminde geçen yılın aynı dönemine göre tutar bazında yüzde 2,7, miktar bazında yüzde 6,7 artış gösterdi. İhracat bu dönemde 1 milyar 465 milyondan 1 milyar 505 milyon dolara çıktı. Sektör, başta Almanya olmak üzere İngiltere, İspanya, Fransa, Romanya, Polonya, Irak, Rusya, ABD, Mısır ve Hollanda'ya ihracatını artırdı.

HEDEF 5 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNE ÇIKMAK

İSİB Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şanal, Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu durağanlığa rağmen iklimlendirme sektörünün ihracatta yükselişini sürdürdüğünü söyledi. İhracat pazarlarını çeşitlendirmeyi istediklerini ifade eden Şanal, Güney Amerika, Afrika ve Uzak Doğu ülkelerini mercek altına aldıklarını bildirdi. Şanal, sektörün bu yıl için ihracatta 5 milyar doların üzerine çıkmayı hedeflediğini vurguladı. Geçen yıl Şili, Arjantin ve Tanzanya ile başlayan sektörel ticari heyet organizasyonlarını bu yıl da sürdüreceklerini belirten Mehmet Şanal, şunları kaydetti: "Yılın ilk aylarında Mısır, Kolombiya, Peru ve Polonya'ya ticari heyet organizasyonları düzenledik. Bu organizasyonların sektörümüzün ihracat rakamlarına olumlu yansıtacağını düşünüyoruz. Gittiğimiz ülkelerde sadece ürün

İKLİMLENDİRME SEKTÖRÜNÜN GÜÇLÜ YÖNLERİ

- 】 Çalışma kültürü ve disiplini
- 】 Esnek üretim sistemi
- 】 Gelişen dış pazarlarla ilişkisi
- 】 Gelişen iç pazar sektörü
- 】 Gelişmiş sektör altyapısı
- 】 Gelişmiş teknoloji
- 】 Girişimcilik kültürü
- 】 Lojistik altyapısı
- 】 Sektör imajı
- 】 Sektörel bilgi birikimi
- 】 Sektörle ilgili tüm kurumların mevcudiyeti
- 】 Teknolojik bilgi seviyesi
- 】 Teslim süresi
- 】 Türk müteahitleri
- 】 Zor pazarlarda iş yapabilme kabiliyeti



tanıtımı değil, Türk iklimlendirme sektörü ve Türkiye hakkında da ayrıntılı bilgiler veriyoruz. B2B görüşmeleriyle daha kalıcı ilişkiler kurma imkanı elde ediyoruz. İhracat fazlası veren bir sektör olmayı amaçlıyoruz.”

Öte yandan sektörün 2019 Ocak-Mart döneminde ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 97,4 olarak gerçekleşirken, ithalat geçtiğimiz yılın aynı dönemine oranla yüzde 22 oranında geriledi.

YILLAR İTİBARIYLA SEKTÖRÜN GELİŞİMİ

Sektör, 2017 yılında 1,5 milyar dolarlık iç satış gerçekleştirdi. Gelişen teknoloji ile tüketicinin artan enerji verimliliği yüksek ve çevreci ürün talebine yönelik ürün geliştirme çalışmaları hız veren Türkiye iklimlendirme sektörü, iş hacmi bakımından da kayda değer gelişmeler yaşıyor. Son dört yıllık zorlu bir dönemi geride bırakan sektörün, 2018'deki performansını bu sene de sürdürmesi bekleniyor. Değişken debili klima dış ünite (VRF/VRV Air Conditioners) satış rakamlarında da ev tipi klimalardakine benzer artışlar yaşanırken, bu alanda son altı yılda yaklaşık 31 bin adetlik satış büyüklüğüne ulaşıldı. Tüm bu gelişmelerle Türkiye iklimlendirme sektörü 2018 yılında, merkezi sistemler, soğutma grupları ve aksesuarlarıyla birlikte toplamda 1,4 milyar dolar iç satış büyüklüğüne ulaştı.

EV TİPİ KLİMA TALEBİ ARTACAK

Öte yandan Akdeniz ülkelerinde ev tipi klimaların kullanımı yüzde 20-yüzde 50 arasında değişirken, bu oran Türkiye'de yüzde 10 civarında bulunuyor. Sektör temsilcileri, söz konusu oranı ise Türkiye'de ev tipi klima kullanımının giderek artacağı ve pazarın konut sektörüyle birlikte büyümeye açık bir potansiyele sahip olduğu şeklinde yorumlanıyor.

Türkiye küresel iklimlendirme pazarından yüzde 1.56 pay alıyor. Global iklimlendirme ithalatından

Sanayii ve Teknoloji Bakanlığı'ndan alınan ve firmaların beyanlarına dayanan veriler ışığında, iklimlendirme sektöründe, sektör kapsamındaki 46 ürün üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda Türkiye genelinde faaliyet gösteren toplam 2 bin 891 firma olduğu tespit edildi. Bu tesislerde istihdam edilen toplam personel sayısı 128 bin...



yüzde 19 pay alan sektör, küresel iklimlendirme ihracatında ise 27'inci sıra yer alıyor. 500 milyar doları geçen global iklimlendirme pazarında Çin ise, en büyük üretici ve ihracatçı konumunda bulunuyor. Çin'i Amerika Birleşik Devletleri izliyor.

DÜNYA PAZARINDA DURUM

2017 son itibarıyla dünya iklimlendirme sektörü ihracatının yüzde 15'lik kısmı Çin, yüzde 9'luk kısmı ABD ve diğer yüzde 9'luk kısmı Almanya tarafından gerçekleştirildi. Bu ülkeleri, yüzde 6 ile Güney Kore ve yüzde 5 ile Japonya izledi. Geriye kalan yüzde 51'lik oran diğer dünya ülkelerinin gerçekleştirdiği ihracat olarak kayda geçti. Başka bir deyişle; Çin, Amerika, Almanya, Güney Kore ve Japonya'dan oluşan beş ülke, tüm dünya iklimlendirme ihracatının yaklaşık yüzde 44'ünü gerçekleştirdi. Tayland iklimlendirme ihracatı yüzde 2, Kanada, İspanya ve Türkiye'nin iklimlendirme ihracatı ise yüzde 1'in üzerinde seviyesinde.

2016 yılında dünya iklimlendirme sektörü ithalatının yüzde 20'lik kısmı Çin, yüzde 10'luk kısmı ABD, yüzde 5'lik kısmı Almanya, yüzde 4'lük kısmı G.Kore, yüzde 3'lük kısmı Japonya, yüzde 2'lik kısmı Kanada tarafından gerçekleştirildi. Bu ülkeleri, yüzde 1'lik ithalat payları ile İspanya, Tayland ve Türkiye izlemiştir. Çin, Amerika, Almanya, Japonya ve Güney Kore'den oluşan beş ülke, tüm dünya iklimlendirme ithalatının yaklaşık yüzde 42'sini gerçekleştirdi. Geriye kalan yüzde 58'lik oran diğer dünya ülkelerinin gerçekleştirdiği ithalatı oldu. Başka bir deyişle, tüm dünya iklimlendirme ithalatının yüzde 30'u, Çin ve Amerika tarafından gerçekleştirildi.

2016 yılı verilerine göre Türkiye, Dünya İklimlendirme Sektörü'nde, 233 ihracatçı ülke arasında ihracat miktarına göre 28. sırada idi. Aynı dönemde 233 ithalatçı ülke arasında ithalat miktarına göre 25. sırada yer aldık.



GÖKYÜZÜNÜN İŞİLTİLİ YILDIZLARI YERYÜZÜNÜN PARLAYAN LEZZET ADRESİNE DÖNÜŞTÜ

Kordon Yengeç Restaurant olarak titizlikle oluşturduğumuz iddialı mutfığımız ve deneyimli ekibimizle siz değerli misafirlerimize en farklı, en sıra dışı, en unutulmaz balık lezzetlerini tattırırken, sevdiğinizle vakit geçirebilmeniz için keyifli bir ortam yaratmaktadır.



+90 232 464 57 57
www.kordonyengec.com

İKLİMLENDİRME SEKTÖRÜNÜN ZAYIF YÖNLERİ

- › Ara mamul yerli imalatçıların yeterli olmaması ve açığın ithalatla doldurulması
- › Cihaz performans testleri için akredite laboratuvar eksikliği
- › Dışsatım pazarlama ağının zayıflığı
- › Dış ticarete kalifiye eleman eksikliği
- › Firmaların finansal güçlerinin yetersizliği ve bu açığı piyasalardan kolayca karşılayamamaları
- › Firmaların ölçek büyüklüğünün yetersizliği
- › Sektörü bilen, iyi eğitilmiş ve yetişmiş personel eksikliği
- › Kontrol teknolojilerini yeteri kadar takip edememe
- › Küresel anlamda, Türk "tasarım-yönetim" guruplarının olmaması
- › Küresel marka yaratamama sıkıntısı
- › Firmalarda kurumsallığın oturtulamaması
- › Operasyonel verimliliğin düşük olması
- › Teknolojiye yatırımın yeterli olmaması
- › Türk malı imajının yeterli seviyelere ulaşmamış olması
- › Uluslararası ilişkiler ve pazarlamanın yeterince güçlü olmaması
- › Uluslararası tecrübe eksikliği
- › Üretilen cihazların enerji verimliliğinin nispeten düşük kalması
- › Üretim adetlerinin azlığı
- › Üretim tesislerinin gerekli büyüklükte olmaması
- › Yan sanayinin yeterince gelişmemiş olması
- › Yeterli AR-GE yatırımının yapılmaması
- › Yurt dışı bakım onarım teşkilatındaki zayıflıklar
- › Yurt dışına eleman götürmenin güçlükleri



2016 yılı dünya iklimlendirme sektörü toplam ihracat miktarı 1,389 milyar dolar, toplam ithalat miktarı 1,524 milyar doları ve ticaret hacmi 2,913 milyar dolar olarak gerçekleşti.

TÜRKİYE'DE RAKAMLARLA YILLAR İTİBARIYLA GELİŞİM

Türkiye iklimlendirme sektörü toplam ticaret hacminin 2002 yılında 2,1 milyar dolar olduğu, 2007 yılında ise 2,1 kat artarak 6,6 milyar dolara ulaştığı gözlemlendi. 2010 yılında ise 2007 yılına oranla yüzde 6 artarak 7,0 milyar dolara ulaştı. 2011 yılında ise bir önceki yıla oranla yüzde 27 artarak 8,9 milyar dolara ulaştı. 2012 yılında bir önceki yıla oranla ticaret hacminde değişiklik olmadı. 2013 yılında iklimlendirme ticaret hacmi 10,3 milyar dolar, 2014 yılında ise 9,5 milyar dolar, 2015 yılında 8,7 milyar dolar ve 2016 yılında 9,2 milyar dolar değerine ulaştı.

Sektörün Türkiye ekonomisindeki ithalat payı 2002 yılında yüzde 2,9 mertebesinde iken 2007 yılında yüzde 21 azalarak yüzde 2,3 mertebesine düştü. 2010 yılında ise yüzde 9 azalarak yüzde 2,1 seviyesine düştü. 2011 yılında ise yüzde 5 artarak yüzde 2,2 seviyesine yükseldi. 2012 yılında ise sektör ithalatının Türkiye ekonomisindeki payı 2011 yılı ile yaklaşık aynı seviyede gerçekleşti. 2013 yılında ise yüzde 2,5 seviyesine yükseldikten sonra, 2014 yılında tekrar yüzde 2,3 seviyesine düştü. 2015 yılında sektörün Türkiye ithalatındaki payı yüzde 2,5 olarak gerçekleşirken bu oran 2016 yılında yüzde 2,86 mertebesine yükseldi.

İSTİHDAMA BÜYÜK DESTEK

Sanayii ve Teknoloji Bakanlığı'ndan alınan ve firmaların beyanlarına dayanan



veriler ışığında, iklimlendirme sektöründe, sektör kapsamındaki 46 ürün üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda Türkiye genelinde faaliyet gösteren toplam 2 bin 891 firma olduğu tespit edildi. Bu tesislerde istihdam edilen toplam personel sayısı 128 bin...

Türkiye genelinde faaliyet gösteren toplam 6 bin 584 firma faaliyet gösteriyor. Bu tesislerde istihdam edilen toplam personel sayısı 216 bin 719 olarak kayda geçti.

SEKTÖRE YÖNELİK ÖNGÖRÜLER

İstanbul başta olmak üzere Marmara ve Ege Bölgelerinde yoğunlaşan sektörün imalatı bölgesel dağılımında dengesizlik sürüyor. Ancak, 1990'lardan itibaren sanayileşme sürecinin tetiklenmesi ve hızlandırılması ile Anadolu'da yeni sanayi odakları ortaya çıkmakta. Gerçekleştirdikleri imalat ve ihracat ile bölgelerinin GSYH içindeki payını artıran bu odaklar, yarattıkları işgücü talebi ile istihdama da büyük katkılar yapıyor. İstanbul ve Marmara Bölgesi'nin imalat sanayi içerisindeki ağırlığı işyeri ve istihdam istatistiklerinde de görülmekte. İmalat sanayi işyerlerinin ve istihdamın ortalama yüzde 50'si bu bölgede. İstanbul, tarihsel süreçte en önemli sanayi merkezi oldu. Bu bağlamda bölge planları ve mekânsal strateji planlarının ortak proje ile yapılmasına yönelik çalışmaların başlatılması, uzmanlaşmış şehirler oluşturularak yeni yatırım bölgelerinin belirlenmesi ve böylece yatırım yeri temininin kolaylaştırılması konusunda kamu ve özel sektör işbirliği yapılarak nüfus yoğunluğu olan bölgeler dışında sanayi bölgeleri oluşturulmasına dönük olarak planlarının yapılmasının gerektiği görülüyor.

Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı'nın faaliyetlerini bölgesel bazda tamamlaması amacıyla Kalkınma Ajansları ile işbirlikleri güçlendirilmesi yanında iş adamları

İKLİMLENDİRME SEKTÖRÜNDE KARŞILAŞILAN TEHDİTLER

- 】 Sektörden kullanılan bilgisayar programlarının maliyeti
- 】 Devlet teşviklerinin yetersizliği
- 】 Kur politikası
- 】 Emek maliyeti(özellikle uzakdoğu ile rekabette)
- 】 Enerji fiyatlarının yüksekliği
- 】 Fiyat odaklı olduğundan yüksek katma değerli işlerin yapılamaması
- 】 Geçmiş yıllardaki ekonomik sorunlar
- 】 Haksız rekabeti yaratan yasal düzenleme ve şartname eksikleri
- 】 İnsan kaynaklarının azlığı
- 】 İşgücü verimsizliği
- 】 İstihdam maliyetleri
- 】 Kamunun genel olarak üretime maddi ve manevi destek vermemesi
- 】 Kayıt dışı ticaret
- 】 Sektör firmalarının iletişim eksikliği ve birlikte hareket edememesi
- 】 SGK primlerinin ve diğer vergilerin yüksekliği
- 】 Tasarım ve Yönetim firmalarının ağırlıklı olarak yabancı olması
- 】 Tekniker-Teknisyen gibi ara kademe eleman eksikliği
- 】 Tüketicinin bilinçli olmaması
- 】 Ülke imajı
- 】 Uygun üretim alanı temini
- 】 Uzak doğu ürünlerinin olumsuz rekabet şartları
- 】 Yetişmiş personelin yeterli gelir elde edememesi sebebi ile sektörden ayrılması
- 】 Yüksek vergi oranları ve istihdam üzerindeki yükler

ile gerekli temasın sağlanmasını teminen yerel STK, Ticaret ve Sanayi Odaları ile de işbirliği içinde olunması için gerekli tedbirlerin alınması öneriliyor.

Ara eleman açığının kapatılması için "meslek liseleri", "teknik liseler" ve "meslek yüksek okulları"nın ilgili sanayi sektörü ile yakın çalışması gerekiyor. Bu kapsamda, bir "eğitim işbirliği platformu" oluşturulması ve bu platformda, sektörel dernekler, üniversiteler, MEB ve ilgili diğer kurumlardan üyeler yer alması tavsiye ediliyor. Ayrıca meslek eğitimini cazip kılacak yeni araçlar, kamu tarafından tanımlanarak uygulanması da öneriliyor.

Kanaat önderleri; sektörel lisans maliyetlerinin azaltılması ve sürecin basitleştirilmesi amacıyla Standart Maliyet Modeli'nin ilgili tüm kurumlar tarafından uygulanarak yaygınlaşmasını sağlamak üzere yönetmelik/genelge hazırlanması ve yayımlanmasının faydalı olacağını belirtiyorlar. Bu bağlamda sektörün imalatına dönük ürün gamlarının Türkiye'de "Deney ve Kalibrasyon Laboratuvarlarının Yeterliliği için Laboratuvar Akreditasyon Başkanlığı"nın güçlendirilmesi ve yurt dışında laboratuvar deneyleri için döviz ödenmesinin önlenmesi için

gerekli tedbirlerin alınmasının gerektiğini düşünüyorlar.

TEKNOLOJİYE YÖNELİK YATIRIMLAR, SEKTÖRÜN GELİŞİMİNE İVME KATACAK

Türkiye, iklimlendirme sektörünü, dünyadaki diğer teknolojik gelişmelere paralel olarak geliştiriyor. Bu durum, üreticilerin artık son kullanıcı ve yatırımcılara yönelik daha sürdürülebilir, daha verimli ürünlerin yanında binaların diğer hizmetleri ile bütünleşik, uzaktan izlenebilir ve kontrol edilebilir çözüm sunmalarını gerekli kılıyor.

Türkiye iklimlendirme sektörü olarak globaldeki tüm gelişmeleri takip, benzer teknolojileri hızla yerel hizmetlere adapte etmek önem taşıyor. Söz konusu anlayış, sektörün gelişimi açısından kritik önem taşıyor. Çünkü Türkiye iklimlendirme sektörünün gelişmesi teknolojinin yakından takip edilmesi ve yatırımların bu çerçevede yapılmasıyla paralellik gösteriyor.

Küresel ısınmayla birlikte gündeme gelen enerji tasarrufu ve emisyonu düşürmeye dair sektörde, en kayda değer



gelişme küresel ısınma potansiyeli düşük gazların kullanımındaki artışta yaşandı. Bugün global iklimlendirme sektörünün önceliklerinden biri olan GWP (Global Warming Potential) kriterleriyle sektör yeniden yapılanacak.

Özellikle ev tipi klimalarda bu geçiş çok daha hızlı yaşıyor. Kullanılan R410a soğutucu akışkana göre küresel ısınma potansiyeli çok daha düşük olan R32 gazının kullanımı Avrupa'da oldukça artmış, ülkemizde de bu yönde çalışmalar hız kazandı. Üreticiler bu konuya önem vermekle birlikte tüketicinin de bu konuda seçici olması geçişi daha da ivmelendirecek. Bununla birlikte her geçen gün daha verimli hale gelen ısı pompaları pek çok ev ve işyerinde fosil yakıtlı sistemlerin yerini almaya başladı. Bu değişimin karbondioksit emisyonunun düşürülmesi ve küresel ısınmanın azaltılmasına direk etkisi oldukça fazla. Gün geçtikçe artan enerji verimlilikleri yüksek ürünlerde sektörün toplam karbon ayak izinin küçülmesine yardımcı oluyor.

SATIŞ SONRASI HİZMET SEKTÖRÜN GELECEĞİNİ ŞEKİLLENDİRECEK

Satış sonrası sunulan hizmetler, gelecek dönemde satışları etkileyecek unsurların başında gelecek. Şu anda bile hem endüstriyel hem de perakende alanında satış sonrası hizmetler önemli hale gelmeye başladı. Firmalar, satış sonrası hizmetlere de odaklandı. Müşteriler açısından satın alma kararı sürecinde ürün; fiyat ve kalite kadar belirleyici bir unsur haline geldi. Sektörde satış sonrası hizmetler kısaca Tüketici Hakları olarak bilenen 6502 sayılı Tüketicici Koruma Kanunu çerçevesinde düzenleniyor. Bu konuda ücretsiz olarak sunulan keşif hizmeti ve montaj hizmetleri de ilgili firmanın tüketici hizmetleri departmanı, artık rakiplerinden üstün olmak için yeterli gelmiyor. Çünkü kullanıcı, bir klima cihazı satın alırken sadece fiyat-kalite kriterleriyle değil, ürünün montaj hizmet kalitesi, garanti süresi



ve hatta yedek parça fiyatlarını sorguluyor. İklimlendirmenin artık bir lüks değil, bir ihtiyaç olduğu biliniyor. Bununla birlikte aşırı sıcakların olduğu dönem iklimlendirme cihazlarının yoğun satıldığı ve kullanıcıların montaj hizmetleri için biraz daha fazla sabırsızlandığı bir dönem. Bu dönem içinde klima montaj hizmetlerini en hızlı verebilen firmalar gerçek anlamda rekabette bir fark yaratıp, rakiplerinden ayrılmış olacaklar.

KİLOGRAM BAŞINA İHRACAT ARTIŞI İÇİN OEM İMALATI BELLİ SEVİYEDE KALMALI

Sektör, kilogram başına ihracat değerini daha yüksek seviyeye çıkarmayı ve ihracat fazlası vermeyi amaçlıyor.

Bunun için marka üretmeli, OEM imalatını belli bir seviyede tutmanın önemli olduğunu belirten kanaat önderleri; buna ek olarak özellikle orta ve ileri teknoloji ürünleri olarak nitelendirilen sektör ürünlerinin satış miktarlarını artırmak gerektiğini ifade ettiler.

Sektör ürünlerinden olan ve dünyanın en büyük imalatçısı durumunda olduğumuz radyatör üretimini arttırmamız yanı sıra kombi, klima santrali ve buzdolabı gibi ürünleri üreterek daha büyük miktarlarda satışını yapmak da diğer hedefler arasında sıralanıyor. İklimlendirme sektörü açısından bir üretim üssü olma noktasında stratejik adımlar atan Türkiye, hem jeopolitik konumu hem de yetkin iş gücü potansiyeli yabancı sermaye yatırımların gelmesini sağlıyor.

Öte yandan Türkiye'deki kentsel dönüşüm projelerinde, projelerin iç hava kalitesi, enerji verimliliği gibi kritik konulara ağırlık verilmesi sektörün istihdam, üretim, cirosunu yukarıya taşıması adına önem verilmesi gereken konuların başında geliyor. Ancak son dönemde inşaat sektöründe yaşanan hareketlilik iklimlendirme sektöründe beklendiği etkiyi yaratmadı. Çünkü firmaların işlerini tamamladıktan sonra ödeme alma süreleri, diğer yaşanan zorluklar ve iç piyasadaki rekabet kârlılıkları önemli miktarda düşürdü.

SEKTÖRÜN SORUNLARINA ÇÖZÜM BEKLİYOR

Uzman mühendislik uygulamasının bir an önce yürürlüğe girmesini isteyen sektörün kanaat önderleri, özellikle ÖTV'deki sıkıntısının çözülmesini bekliyor. Çünkü bazı ürünler ÖTV'ye tabi iken bazı ürünler bu uygulamanın dışında yer alıyor. Bu durum kaliteli ve doğru üretim yapan üreticiye zarar veriyor. Kanaat önderleri, ayrıca Binalarda Enerji Kimlik Belgesi düzenlenmesi için oluşturulan BEPTR yazılımının halen doğru bir şekilde enerji performansı hesaplamak noktasında yeterli olmadığını ifade ettiler. ■

2023 YILINDA 25 MİLYAR USD'LİK İHRACAT HEDEFİ

Sektörün 2023 yılında, 35 milyar dolar bir hacme ulaşacağı bekleniyor. Bu pazarın yüzde 60'ına karşılık gelen miktar olan 21 milyar dolar ithalat ile, geri kalan kısmının ise Türkiye'de üretim ve servis hizmeti veren iklimlendirme firmaları tarafından karşılanması hedefleniyor. Türkiye iklimlendirme sektörünün 2023 yılında 25 milyar dolar ihracat ve 14 milyar dolar iç pazardan gelmesi beklenen toplam 39 milyar dolar bir üretim ve hizmet hedefi var.

2013 yılında, 500 bin olarak tahmin edilen istihdam sayısının, hedeflenen 39 milyar dolarlık üretime ulaşabilmek için, öngörü modeli II-C kullanılarak 2023 yılında 700 bin kişiye ulaşacağı tahmin ediliyor. Bu hedefe ulaşılırken istihdam edilen işgücünün kalifikasyon seviyesinde ciddi bir artış olması bekleniyor.



BÖLGESEL MERKEZ OLMA

Türkiye, bulunduğu coğrafya itibariyle, dünyadaki en hızlı gelişen iklimlendirme pazarlarına açılan bir kapı rolü üstlenebilir. Bunun için, Balkanlar, Kafkaslar, Ortadoğu ve Orta Asya ülkelerinin ihtiyaçlarının Türkiye merkezli karşılanmasına yönelik küresel bir bilgilendirme projesi, küresel oyuncuların hemen hepsinin ülkemize gelmelerini cazip kılacaktır. Bu strateji uygulanırken Türkiye'nin potansiyeli yüksek olan pazarlara, sadece coğrafi konum olarak değil, kültürel yakınlığının da bir avantaj olacağı vurgusu yapılmalıdır.

KÜMELENME GELİŞTİRME

İklimlendirme sektörünün İstanbul merkezli gelişmiş bir kümelenme yapısına sahip olduğu analizler ile saptanmıştır. İzmir ve Ankara'da, gelişmiş kümelenme yapıları vardır. Ayrıca, Bursa, Konya ve Kayseri illerinde, daha zayıf kümelenme yapıları tespit edilmiştir. İstanbul merkezli başlatılacak bir kümelenme geliştirme çalışması, sektörün küresel rekabet gücünün artırılması yolunda ciddi bir destek sağlayacaktır. Bu çalışma yapılırken, özellikle İzmir Kalkınma Ajansı tarafından başlatılan kümelenme projeleri ile yakın işbirliği içinde olunması, projenin geniş bir etki alanına sahip olması için faydalı olacaktır. Böyle bir çalışmanın hayata geçirilmesi ile, hem yerli oyuncular arasındaki iletişim güçlendirilecek hem de yabancı oyuncuların bir üretim üssü olmayı hedefleyen Türkiye'ye daha ciddi bir seçenek olarak bakmaları sağlanacaktır.

YABANCI SERMAYELİ FİRMALARIN TÜRKİYE'DE YATIRIM YAPMASI

Dünyanın önde gelen yabancı sermayeli firmaları artan bir hız ile Türkiye'de hem üretim hem de ürünlerinin satışı için yer almaktadırlar. Bu firmaların sahip oldukları bilgi ve tecrübe çeşitli yollar ile Türkiye'deki iklimlendirme sektörüne aktarılmaktadır. Bu aktarım, yabancı sermayeli firmalar ile yerli firmaların kuracağı ortaklıklar ile olacağı gibi, bu firmalarda çalışan personelin daha sonra kendi işini kurması ya da farklı firmalara geçmesi ile de sağlanabilmektedir. Dolayısıyla, küresel oyuncu olan sektör firmalarının Türkiye'ye yatırım için gelmesi için çalışmaların hızlandırılması, sektörün rekabetçiliğinin artırılmasında faydalı olacaktır.

DEVLET TEŞVİKLERİ

İklimlendirme sektörünün mevcut kamu teşviklerinden yararlanma potansiyeli artırılmalıdır.

Özellikle, küresel marka oluşturma ve tedarik zincirindeki eksik halkaları tamamlamak üzere yapılacak yatırımlara destek sağlanmalıdır. Bunun için, sektörün kamu tarafından desteklenecek öncelikli sektörler arasına alınması sağlanmalıdır. Sektörün yerleşiminin ağırlıklı olarak birinc bölgede bulunmasıyla oluşan teşvik kaybının bu şekilde telafi edilmesi üzerinde bir strateji geliştirilmelidir.

Ege Bölgesi'ndeki 969 firma; 45 bin 531 kişilik istihdamı ile Türkiye'nin iklimlendirme ihracatının yüzde 20'sini gerçekleştiriyor

İklimlendirmede Kümelenmeyi Başardılar, İzmir'e Tersine Sanayi Göçünü Başlattılar



Ege Bölgesi ve özellikle İzmir, iklimlendirme sektörü için yeni bir üretim üssü olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Bu konuda doğal akışında oluşan kümelenme modeli, gerek yerli gerekse yabancı yatırımcıların gözünü bölgeye çevirmesine neden oldu. Dünya ve Türkiye ekonomisinde yaşanan sıkıntılı günlere rağmen, bölgedeki potansiyeli gören yeni yatırımlar bir anlamda krize kafa tutuyor.



YARIN Dergisi'ni ağırlayan Ege Soğutma Sanayicileri İş Adamları Derneği (ESSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı ve Form Endüstri Tesisleri Genel Müdürü Güray Korun ile sektörün bölge özelindeki gelişimini bütün yönleriyle ele aldık.

Kurulacak olan yeni laboratuvar ile sektörde imal edilen makinaların test konusunda da bir üs olmayı hedefleyen İzmir'in bu konuda gerek iç pazara gerekse yakın coğrafyaya hizmet vereceğine dikkat çeken Korun, sektörün katma değerli üretim ile ülke ekonomisine büyük katkı sağladığını söyledi.

Kümelenme sayesinde tersine sanayi göçünün başladığını ve birçok firmanın üretim merkezlerini İzmir'e taşıdığını bildiren Korun, bu rüzgârın önümüzdeki günlerde de İzmir yönünde eseceğini tahmin ettiklerini kaydetti.

Nasıl bir sektör gerçeği ile karşı karşıyayız?

Her sektör gibi bu dönem bizim sektörümüz için de çok kolay geçmiyor. Sektörümüzün ihracat potansiyeli ne kadar yüksek olsa da büyük bir çoğunluğumuz KOBİ olarak çalışıyor. Yurtiçi pazara hitaben çalışıyor. Yurtiçi pazarı da düşündüğünüz zaman her sektörde olduğu gibi bizim de pazarımız daralmış durumda.

Bir önceki döneme göre ne kadarlık bir daralma var?

Kendi çalışmalarımızdan doğru baktığımda; geçen seneye göre yüzde 15'lik bir daralma var. Bu sadece benim aşına olduğum klima pazarıyla ilgili. Bununla birlikte bizim temsil ettiğimiz sektörde, soğutmacılar, mekanik taahhütçüler, endüstriyel ve ticari soğutucu işi yapan firmalar var. Sektörümüz, inşaat sektörüyle çok alakalı. İnşaat sektörünün durumu neyse aslında bizim de durumumuz o oluyor. İhracat

yapan üyelerimiz de çok. Burada Avrupa pazarına, Uzakdoğu'ya ve Ortadoğu'ya çalışan firmalarımız var. Baktığınızda dünyanın her yerine ihracat konusunda sektörümüzde çok ciddi bir çalışma var.

Kaç üyeniz var?

Toplam 125 üyemiz var. Bunun 23'ü şahıs üye. Şahıs üyelerimizin çoğunluğu öğretim görevlilerinden oluşuyor. Çünkü üniversite sanayi işbirliğini çok önemsiyoruz.

Ege Bölgesi özelinde iklimlendirme sektörü için baktığımızda ne kadarlık bir iş hacminden bahsediyoruz?

Türkiye iklimlendirme sektörü 2018 yılı ticaret hacmi 9,5 milyar dolar. İklimlendirme sektörü Türkiye toplam ihracatı içindeki payı yüzde 2.75 seviyesinde. Tüm iklimlendirme sektöründeki firma sayımız 7 bin. 260 bin istihdamı var. İklimlendirme sektörünün istihdama katkısı yüzde 2 civarında. İklimlendirme sektörümüzün ihracat verilerinde dikkat çeken 2000 yılından 2018'e kadar yaklaşık 11 katlık bir artış sağlanmış olması. 2000 yılı sonu 318 milyon dolar olan ihracatımız 2018 yılı sonu 4,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Ege Bölgesi'nde de elimizdeki bilgiler şöyle: Ege Bölgesi'nde 45 bin 531 kişilik bir istihdam sağlıyoruz. 969 firmamız var. Sektör ihracatının yüzde 20'sini İzmir ve Ege Bölgesi firmalarımız yapıyor.

Ege'nin uzmanlaştığı spesifik bir alan var mı? 'Biz özellikle soğutmada şu ürün kalemlerini üretimi konusunda üs haline geldik ve sektörün o konudaki merkezi konumundayız' diyebileceğiniz spesifik ürün grupları var mı?

Var. Özellikle klima sektöründe Ege Bölgesi bir kümelenme oluşturmuş durumda. Örneğin biz FORM olarak Ankara'daydık ve 5 sene önce 6 ay içinde İzmir'e geldik. Çok da iyi yapmışız. Mesela 5 sene içinde Ege Bölgesi dikkat çeken bir oranda



Güray Korun

Ege Soğutma Sanayicileri İş Adamları Derneği (ESSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı ve Form Endüstri Tesisleri Genel Müdürü

sanayi göçü aldı. Özellikle de İstanbul'dan sanayi göçü alıyor.

İZMİR SANAYİ GÖÇÜ ALIYOR

Mesela Aldağ sektörümüzün çok güçlü firmalarından birisi. Manisa Akhisar'da 32 bin metre kare kapalı alanı olan bir fabrikada üretime başladı. Hemen yanında Karyer, 48 bin metrekare alanda fabrikasını kurdu. Webasto 2011 yılında Manisa'da imalata başladı. Air Trade Center (ATC), ilk önce Torbalı-Yazıbaşı'nda imalata başladı, şu anda Pancar OSB'deki üretim tesislerine taşındı. Johnson Controls 2013 senesinde Ege Serbest Bölgesi'nde klima imalatı yapmaya başladı. Geçen sene Mitsubishi Electric ise 60 bin metrekarelik üretim tesisiyle Manisa'da üretim üssü kurdu. Biz FORM olarak 2014 yılında Ankara'dan İzmir'e imalat



faaliyetlerimizin tamamını taşıdık. İstihdam özelinde baktığınızda şu kadar istihdam yarattık diyebileceğiniz bir değer var mı? Yaklaşık olarak diyebilirim ki her gelen firma minimum 50 kişi, maksimum 150 kişiye istihdam sağlıyor. Bizde şuan 48 kişiye çalışıyoruz. Sadece Ankara'dan getirdiğimiz 5 kişi vardı geri kalanını İzmir'den sağladık.

"İyi ki geldik" dediniz, neden böyle bir yorum yaptınız?

Klima pazarı olarak Ege Bölgesi iklimsel avantajlarından dolayı Ankara'ya göre çok daha büyük bir avantajı var. Limana yakın olması, ithalat ve ihracat ağırlıklı çalıştığımız için büyük bir avantaj. Sektörümüzde Avrupa firmalarına fason(OEM) imalat yapan çok önemli firmalarımız var. Avrupa'ya onların markasıyla imalat yapıyorlar. Aynı zamanda da Ege Bölgesi'nde hem limana yakın olmak hem de klima kümelenmesinin burada olmuş olması yabancı yatırımcıların da dikkatini çekiyor.

Net bir örnek verebilirim. Mesela bu sene Fransızlarla lisans anlaşması yaptık. Türkiye'de LENNOX marka çatı tipi paket klimaların imalatına başladık. Bu Türkiye de çatı tipi klima sektörünün yüzde 50'sine sahip olduğumuz bir ürün. Tüm AVM'lerin, marketlerin çatılarında bizim ürünlerimiz var.

AVM'LERİN ÇATILARI İZMİRLİ FİRMA SOĞUTUYOR

AVM'lerin çatılarını İzmirli bir firma mı soğutuyor?

Carrefour'un çatılarında hep bizim klimalarımız vardır. Biz Fransızlarla lisans anlaşması yaptık ve Türkiye'de imalat yapmaya başladık. LENNOX bir dünya devi. ABD, Fransa ve İspanya'da olmak üzere 3 tane fabrikası var. Bunlar kendi fabrikaları. Hiçbir zaman ortak olarak veya lisans vererek imalat yaptırmamışlar. Biz onları İzmir'e davet ettik, fabrikamızı, buradaki imalat imkânlarımızı, yan sanayilerimizi gösterdik. Mesela Akhisar'a götürdük ve Karyer

İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA) bundan 10 sene önce İzmir'in kümelenme potansiyelini araştırdı. İzmir'de iki sektör belirlediler, biri iklimlendirme sektörü ikincisi abiye-gelinlik sektörü. Bunun üzerine her iki sektörü de desteklemek için İZKA yatırım yapmaya başladı. Gerçekten de ESSİAD olarak şuan İZKA ile çok güzel projeler üzerinde çalışıyoruz.



firmasını gezdirdik. İzmir'de Pancar OSB'de lazer kesim sac işleme fabrikasını gösterdik. Diğer rakip firmaları fuarda ziyaret ettiler. Bunların da ciddi çoğunluğu İzmir'de. Bunların hepsi onların dikkatini çekti. Özellikle yerli imalatın Türkiye'de gelişiyor olması yurtdışı firmalarının çok dikkatini çekiyor. Çünkü Türkiye'de yerli imalatlara karşı pazar kaybediyorlar. Bu bizim ortak olduğumuz firma için de geçerliydi.

Niye?

Avrupa standartlarına uygun imalat yapıyor olmamız hacmimizi de arttırıyor, kalitemizi de arttırıyor. Sadece Uzak Doğu, Afrika ve Asya'ya ihracat yapıyor olmak değil, Avrupa ve Amerika'ya da ihracat yapıyor olmak önemli.

Ege Bölgesi'nde yabancı yatırımcıların Türkiye pazarında artı ve eksi gördüğü neler oldu? Size ne gibi geri dönüşler yapıyorlar?

Özellikle mekanik komponentlerde Türkiye'de tedarikin zor ve pahalı olduğunu gördük. Mesela kompresör veya uluslararası kabul görmüş fan markaları. Bunların yerli imalatçısı yok. Mutlaka Türkiye'de bir temsilcisi var ve ondan satın almak zorundasınız, imalatçısından alamıyorsunuz.

Türkiye'de bu tedarikçilerin fiyatlarının Avrupa'da satılan fiyatların çok çok üstünde olduğunu gördük. Yani 100 liralık bir ürüne Türkiye'ye gelirken 15 lira bir navlun biniyorsa 115 TL oluyor. Diğer maliyetler de binince, bizim kullandığımız komponentlerin maliyetleri, Avrupalı klima imalatçı firmalarına göre yüksek oluyor. Bu yüzden yerli komponent imalatı küresel rekabette bizim için çok önemli bir husustur.

Önümüzdeki dönemde buradaki firmaların üretim kapasitelerine gördükten sonra bunlar ileride bize başka pazarlarda da rakip olur zihniyeti olabilir mi?

Bizim partnerlerimizde böyle bir şey görmedim. Tam tersine bizimle işbirliklerini arttırmak yönünde gayretli. Ama kendi



imalat olanaklarını kaybetmekten korkuyorlar. Yani bizim ucuz işgücümüz ve kaliteli imalatımızın onların Avrupa'da pahalı imalat yapmalarından dolayı işlerinin zora gireceğini ve buraya kayacağını düşünüyorlar.

Avrupa, Amerika veya Japonya firmaları biliyorum Türkiye'de kendi markalarıyla fason klima imalatı yaptırıyorlar.

Burada onların pazar kaybı gibi hiçbir endişeleri yok. Yaptırdıkları ürünleri de ağırlıklı olarak iç pazarımıza değil dünya pazarlarına satıyorlar zaten. Ayrıca Türkiye'de imalat yatırımı yapacak yabancı firma, Türkiye pazarının önemli büyüklükte olduğunu görüyor ve değerlendiriyor. Türkiye'de imalat yapmayı, Uzak doğu firmaları Avrupa'ya bir geçiş, Avrupalı firmalar ise doğuya bir geçiş kapısı olarak değerlendirebiliyor. Tabi yabancı firmaların karar alma mekanizmalarında bu unsurlar önemli bir kriter olmakla birlikte daha bir çok farklı konuyu da toplam

bir değerlendirme olarak göz önüne aldıklarını unutmamak gerekiyor.

Kümelenme konusunda İzmir'in potansiyelinin olduğunu söylediniz bu konuda nasıl bir projeksiyon sunabiliyorsunuz? Firma sayısı artar mı?

Kesinlikle artacak. Hatta kulağımıza Ege Bölgesi ve İzmir için gelen yeni yatırım haberleri de var. İzmir'e büyük klima firmaları gelecek. Yabancı yatırımcı gelecek. Avrupa ve uzak doğu kökenli markalar olacak.

Avrupalı yatırımcıların İzmir'i klima üretimi iklimlendirme konusunda üs olarak gördüğünü söyleyebilir miyiz?

Bunu söylemek için erken...

KONJOKTÜREL KONUM YABANCI YATIRIMCIYI ÜRKÜTÜYOR

Bunun için bir periyod verebiliyor musunuz?

Şu anda Türkiye'nin konjonktürel

durumu yurtdışı yatırımcıyı ürkütüyor. Fransız ortağımız her dakika telefon açıp "Türkiye'de neler oluyor" diye bize soruyorlar.

Onların yatırıma bakış mantığı bir tek pazar ve imalat imkânları değil. Ekonomik istikrar, güvenlik, can güvenliği, mal güvenliği, hukuk, ticaret güvenliği... Adamlar bunlara bakıyorlar. Mesela yabancı bir firma, gayrimenkul olarak Türkiye'den fabrika satın almaz. Gayrimenkul sahibi olmayı ülke risklerine göre uygun görmezler.

Büyümek ve yeni yatırım için kriz dönemleri aynı zamanda fırsat dönemleridir. Anlattığınız 4 yeni yatırım gerçeğini göz önünde bulundurduğumuzda bunu fırsata çevirenler de var.

Eğer finansınız kuvvetliyse, pazar hâkimiyetiniz yüksek ise krizi doğru yönetebiliyorsanız krizler avantajınıza oluyor. Bunu büyük, kurumsal firmalar yapabiliyor. Oysaki küçük firmaların krizlerde finansal yapısı, personel yapısı,

hizmet kalitesi bozuluyor ve pazardan çıkıyor. Onların çıktığı yeri büyük kurumsal firmalar dolduruyor.

Kümelenmede şehir bazlı kadar bölgesel bazda da, Örneğin; Torbalı ve çevresi belli organize sanayi bölgelerinin ihtisaslaşmasına nasıl bakıyor sektör. Bu konuda herhangi bir girişim var mı?

Bu konuda girişim yok ama doğal olarak bir kümelenme var. Mesela Pancar OSB Bölgesi'nde iklimlendirme sektörüyle uğraşan çok fazla firma var. Atatürk OSB bunlardan bir tanesi. Turgutlu OSB, Akhisar OSB ve Ege Serbest Bölgesi aynı şekilde... Buralarda doğal bir kümelenme oluşumu var diyebiliriz. İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA) bundan 10 sene önce İzmir'in kümelenme potansiyelini araştırdı. İzmir'de iki sektör belirlediler, biri iklimlendirme sektörü ikincisi abiye-gelinlik sektörü. Bunun üzerine her iki sektörü de desteklemek için İZKA yatırım yapmaya başladı. Gerçekten de ESSİAD olarak şuan İZKA ile çok güzel projeler üzerinde çalışıyoruz. Uluslararası İklimlendirme Laboratuvarı Projemiz var. İmza aşamasında...

Bu projemiz için Tire Organize Sanayi Bölgesi(TOSBİ)'de 49 yıllığına arsa tahsisi aldık. Bu laboratuvar da soğutma ünitelerinin testleri yapılacak.

İZMİR, İKLİMLENDİRMEDE 'LABORATUVAR ÜSSÜ' OLACAK 3 MİLYON EURO TEST PARASI CEBİMİZDE KALACAK

Laboratuvarlarda yapılan zorunlu uluslararası testler için yurtdışına ciddi para ödemek zorunda kalıyorduk. Bu laboratuvar sayesinde ne kadar para cebimizde kalacak?

3 milyon Euro yıllık test parası verdiğimizizi biliyoruz. Bu

laboratuvarımızı kullanacak yurtdışı kuruluşlar da var. Yurtdışından da üniteler Türkiye'ye gelecek. Yani bizim paramız dışarıya gitmediği gibi dışarıdan da ülkemize para girişi olacak. Müthiş bir proje. Ortadoğu veya başka bir coğrafya da böyle bir laboratuvar yok. Hatta Avrupa'nın kendi laboratuvarları talepleri karşılamada yetersiz kalıyor. Biz de buradan ünite gönderdiğimizde, test yaptırmak ve sonuçları almak için 4 ay 6 ay beklemek zorunda kalıyoruz.

İş akışı esnasında bekleme süresi çok önemli. Bu testler için ne kadarlık bir zaman diliminde müşteriye hizmet verilecek?

6 tane modülümüz var. Her bir modülde yapılabilecek test sayısı çok net olarak belli. Yani bugün siz bir klima ünitesinin performans testlerini yapacaksınız, kaç saatte yapacağınızı biliyorsunuz. Bu zaten fizibilitemizde de belli. O yüzden belli bir kapasitemiz var. Ama bu kapasite çok rahat artırılabilir bir kapasite. İleriye dönük gelişme bölgesini düşünerekten arsa tahsisi yaptık. Zaten ilk kurulumdan sonra laboratuvarı büyütmek bizim için çok kolay olacak.

İlk yatırım maliyeti nedir? Ne kadarlık bölümü İZKA'dan kaynak olarak gelecek?

Yüzde 75'i İZKA kaynaklı olacak. Geri kalan kısmı, eş finansman dediğimiz yüzde 25'lik kısmı derneklerden, kurumlardan ve sektör üyelerimizden karşılanacak.

Burası kaç kişiye istihdam sağlayacak?

İlk sene 15 kişi, ikinci sene 25 kişi istihdam edilecek.

Kim akredite ediyor?

Türk Akreditasyon Kurumu (TURKAK)

Burada bir sektör ve kümelenmeye doğru gidiyorsunuz. Bu kümelenme sistemi içerisinde farklı dinamikleri de ortak çözmeye gidebiliyor musunuz? Bu sayede üretim maliyetini düşürmek ve avantajlı konuma gelmek için ortak mal tedariki gibi...

İdeale yakın güzel düşünceler bunlar. Ne yazık ki bizim sektörümüzde bu konuda birliktelik oluşamadı. Ortak alım platformu diye bir platform oluşturuldu. Daha çok sac, metal malzeme, plastik malzeme alımı gibi ham malzeme yönünde bir ortak platform oluşturuldu.

Bununla birlikte şu anda devletin yürüttüğü projeler var. Mesela yerleşme projesi...

300 ürünlük malzeme listesi yayınladılar. Listeye baktığınızda iklimlendirme sektöründe çok ciddi ürünler var. Ve stratejik ürün dedikleri yarı mamul veya mamul malzemeler de kapsam içinde. Bence bundan sonra dediğiniz olay gerçekleşmek durumunda. Çünkü birlikten güç doğar. Bununla ilgili olarak KOSGEB'in 'Güç Birliği İş Birliği' diye bir projesi var. 3 firma bir araya gelerek kullandıkları ortak bir ürün üretmek üzere ortak bir firma kurabiliyor ve KOSGEB bu projeye hibe destek sağlıyor. Bu noktada ESSİAD olarak bizim de hedeflerimiz var.

Sektörün kilogram başına ihracat birim değeri ne kadar?

En yüksek katma değerli ihracatımızı Amerika'ya yapıyoruz. 9,1 dolar/kg, En yüksek hacmi yaptığımız Almanya'ya 8,1 dolar/kg

Kümelenme dedik, sektör gelişiyor dedik, bu konuda önümüzdeki dönemde yeni yatırımcılar gelecek. İstihdam kalitesi açısından baktığımızda şehrin kendisi buna hazır mı? Yetiştirilmiş personel bulmak konusunda sıkıntı çekiyor musunuz? İzmir'in bu konuda nasıl bir gerçeği var?

Genel anlamda Türkiye'nin profiline uygun bir profilimiz var. İzmir, bundan yaklaşık 6-7 sene önce İstanbul ve Ankara'ya beyin göçü veriyordu. Benim de Ankara'daki fabrikamda 3 tane Dokuz Eylül Üniversitesi mezunu mühendis arkadaşım çalışırdı. Yeni mezun olmuşlardı. Nasıl geldiniz diye sordum. Ceketimizi alıp geldik dediler.



ATILGAN
İNŞAAT



Ama şimdi şunu görüyoruz. Özellikle bu son 5 senedeki bizim sektördeki yatırımlar sonucunda bir tek bizim sektör değil diğer sektörlerde de İzmir'e yatırım geliyor.

MÜHENDİS VE KALİFİYE ELEMANIN GÖZÜ ARTIK ANKARA'DA VE İSTANBUL'DA DEĞİL

Personel, mühendis ve kalifiye elemanın gözü artık Ankara'da ve İstanbul'da değil. İzmirli mezun önce İzmir'i değerlendiriyor. Benim buradaki mühendislerimin de çoğu Dokuz Eylül makine mühendisi mezunu.

Burada yeni yatırım yaptınız, 4 kişiyle geldiniz kalan 40 kişiyi İzmir'den sağladınız. 40 kişiyi sağlamakta zorlandınız mı?

Doğru adımları atarsanız yürütürseniz sorun olmuyor. Eleman alırken işçimiz mavi yakayı bile endüstri meslek lisesi mezunu alma konusunda çok ısrarcı olduk. Çok da memnunuz. Zorlandık mı? Bence doğal akışında zorlandık ama olağan süreçler haricinde diyebilirim. Ben bugün bir personel aradığımda buluyorum. Ama sektörümüzde kalifiye eleman sıkıntısı var. Her zaman söylenen klasik şeyler. Nedir? Ara eleman bulamıyorum. Evet ara eleman bulmak çok zor. Ve bu konuda hem dernek olarak hem de eğitim kurumlarıyla çok ciddi çalışmalarımız var. 'okuldan işe' projemiz bunlardan biri. Mesleki yeterlilik konusunda çalışmalarımız var. Diğer sektör dernekleriyle özellikle İSKAV ile çalışmalarımız var. Bütün hedefimiz sektöre kalifiye eleman yaratmak.

İklimlendirmeyle ilgili özel bölümü olan bir okul var mı?

İzmir'de meslek liselerimiz var. Meslek yüksekokullarımız var. Hepsiyi görüşüyoruz. Öncelikle sektörümüzün ihtiyacını belirlemek için bu konuda da üye firmalarımızla görüşüyoruz. Bu ihtiyaçlar belirlendikten sonra bu okullarımızın yönetimleriyle birlikte bir çalışma yürüteceğiz.



Nasıl işleyecek?

İlk önce eğitimleriyle ilgili ders müfredatları değerlendirilecek. Bizim ihtiyacımız olan nitelikteki personeli yetiştirmek için gerekli olan müfredat nedir? Eğer ben bugün bakır boru kaynakçısına ihtiyacım varsa ki hepimizin var. Klima yapan bir firmanın bakır boru kaynakçısına ihtiyacı vardır. O zaman ders müfredatında bu olmak zorunda. Soğutma gazı bizim için çok önemli, gaz şarjını gaz toplama ve F-Gaz yönetmeliğini bu kişiler bilecek, bilmek zorunda. O zaman müfredatta bu da olacak. Bunun haricinde komponent seçimi. Bir klimanın komponentlerinin hepsini biliyor ve tanıyor olması gerekir

öğrencilerin. Ki bu eğitimi aldıktan sonra bize geldiklerinde gelişime açık, öğrenmeye müsait kapasitede öğrenciler olması hedeflenmekte. Bu söylediklerimden okullarımızda bunlar yapılmıyor anlamı çıkmamalı. Bunlar çalışmamızın temel işleyişini anlatmak için verilen basit örneklerdir. Çalışmalarımızı çok daha detaylı yürütmekteyiz.

Gerekirse sizin ustalarınız gidip ders verecek ya da siz gidip ders vereceksiniz. Öğrenci eğitim aldıktan sonra nerede pratik yapacak? İleride pratik için sizlerin fabrikasına mı gelecek?

Dernek olarak özellikle stajyer konusunda çalışmalarımız var.

Bölgemizin bütün teknik liseleriyle ve üniversiteleriyle irtibatımız var. Staj dönemlerinde bütün üye firmalarımıza stajyerleri bildiriyoruz. Bunların bizim sektördeki firmalarımızda çalışmasını sağlıyoruz.

Firmamda 2 mühendisimiz var ikisi de Dokuz Eylül Üniversitesi'nden mezun olacaklar biri makine mühendisi biri endüstri mühendisi. Bu arkadaşları ESSİAD sayesinde ekibimize dahil ettik. Birçok sektör açısından baktığımızda bu yıl kayıp, hatta 2020 yılı kayıp...

Mevcutdu korursak başarı değerlendirilmesiyle karşılaşıyoruz. Sektörünüz bu yılı nasıl değerlendirecek? Sektör şu anda neleri konuşuyor?

İnşaat sektörü bizim için de önemli. Oradaki gelişmeler şekillendirecek.

İHRACAT ARTACAK, İÇ PAZAR DARALACAK

Şu anda pazar üretiminde denge nasıl?

Türkiye'nin sektörümüzde pazar potansiyeli 9,5 milyar dolar. Bunun 2,5 milyar doları da ihracat ve yurtiçi pazarlama diyebiliriz. Bu denge böyle gider mi? Hayır bence ihracatımız artar, iç pazarımız yakın zamanda küçülmeye devam eder sonrasında büyümesine devam eder bununla birlikte yurt dışı pazarımızın büyüme hızı her zaman yurt içi pazar büyüme hızından yüksek olacaktır. Bu yorumu, iklimlendirme ihracatçıları Birliği İSİB'in çok etkin ve yoğun çalışmalarını değerlendirerek çok rahat yapabiliyorum.

Sektör olarak yeni odaklandığınızı pazarlar var mı?

Hindistan ve Pakistan pazarları bizim için çok önemli. Afrika ülkeleri çalışılıyor ve çok da güzel sonuçlar alınıyor.

Bu pazarda rakipleriniz kimler?

Amerikalılar ve Çinliler. Çin her yerde olduğu için Amerika olması ekstra bir durum. Pakistan ve Hindistan pazarı Amerika'nın kontrolünde diyebiliriz. Birde

şu olay var dünyada; Avrupa ve Amerika, Amerika ve Çin pazar konusunda acımasız bir rekabet. Bu rekabette hakimiyeti sağlamanın bir kuralı da o ülkenin ürün standartlarını belirlemekten geçiyor. Bizim sektörümüzde genel olarak Avrupa standartları geçerli. Bir örnek daha vereyim, bugün Suudi Arabistan'a Avrupa standartlarına sahip bir ürünü satmak, Amerika standartlarına sahip bir ürünü satmaktan daha zordur.

Siz çift belgeleme üzerinden mi gidiyorsunuz?

Büyük ölçekli ve birçok dünya ülkesine ihracat yapan firmalarımız, satış yaptıkları ülkeye göre belgelerini çeşitlendiriyorlar. Türkiye'de bizim sektörümüzün ağırlığı Avrupa standartlarına sahiptir. Bu durum devletimizin zorunlu koştuğu belgelendirmeden de kaynaklanıyor. Mesela bir kamu ihalesinde daha çok Avrupa standardı tanımları görürsünüz, Amerika standartları görmezsiniz.

KRİZ ZAMANINDA YATIRIMA YAKALANDIK

Form olarak bu süreci nasıl değerlendiriyorsunuz? Yeni bir yatırım süreciniz daha olacak mı?

Yatırım zamanında krize yakalandık değil kriz zamanında yatırıma yakalandık diyoruz. Çünkü çok fazla yatırım projelerimiz var. 5 senelik projeksiyonumuz var. Gayet disiplinli şekilde devam ediyoruz. Krizin çıkması bize engel olmadı. Finansal olarak güçlü bir firma olduğumuz için biz bunu avantaj olarak görüyoruz. Her krizden güçlenerek çıktık.



2019 yılı yol haritanızda ne var?

2018 ve 2019 yılında yeni ürünlerimiz ve yeni yabancı ortaklıklarımız oldu. 2020 yılında ise ürün geliştirme ağırlıklı olacak.

MESLEKİ YETERLİLİK HİZMETİ İZMİRDE VERİLMELİ

Bunun dışında sektöre yönelik Ege Bölgesi özelinde eklemek istediğiniz önemli başlıklar var mı?

Sektörümüzün bugünlerde en önemli konularından biri mesleki yeterlilik kurumunun (MYK) belirlediği 21 tane meslek dalında çalışanların mesleki yeterlilik eğitimi ve belgesi alma konusu var. Bu iki konuda da sektör dernekleri çok aktif olarak çalışıyorlar. Bu iki ayağı da sivil toplum kuruluşlarının üstlenmesi yönünde çalışmalarımız var. Eğer bunu başarabilirsek, sektörümüz için çok büyük bir avantaj sağlamış olacağız.

Burada ESSİAD olarak bize düşen ise üyelerimizin bu hizmeti Ege Bölgesi'nden alması olacak. İzmir'deki bir üyem personelini eğitmek için İstanbul'a göndermemeli. Sınava sokmak için İstanbul'a Ankara'ya göndermemeli. Ben bu organizasyonu burada kurmalıyım. Yönetim kurulumuzun bu iki senelik görev süresince en büyük hedeflerinden birisi bu. Birincisi laboratuvar projesi, ikincisi mesleki yeterlilik konusunda çok etkin bir rol alabilmek.

Sonuç olarak Türkiye'de Isıtma, Soğutma, havalandırma, izolasyon, ticari soğutucular, mekanik taahhütçüler, tasarımcılar, ekipman tedarikçileri, hizmet sağlayıcılar olarak, sektörümüz; ekonomik değeri, istihdama katkısı, iç pazar büyüklüğü, ihracat büyüklüğü ve potansiyeli olarak çok önemli bir yere sahiptir. Sektörümüzün her alanda gelişimi için Sektör Derneklerimiz ve ilgili Devlet Kurumlarımız çok önemli roller üstlenmişlerdir. Yaptıkları etkin ve yoğun çalışmalarla sektörümüzün tüm ihtiyaçları üzerinde titizlikle durulmakta ve güzel sonuçlar alınmakta. ■

**TOBB İklimlendirme Meclis Başkanı Zeki Poyraz:
İklimlendirme sektörü günümüzün cazip sektörlerinden biri**

“Türkiye, Avrupa’nın üretim üssü”



Türkiye’nin bugün kombi, panel ve klima santrali üretim merkezi konumunda olduğuna dikkat çeken Poyraz, “Ülkemiz, barındırdığı fırsatlar ile özellikle Avrupa piyasasının ilgisini çekti” dedi.



TOBB İklimlendirme Meclis Başkanı Zeki Poyraz, iklimlendirme pazarının gerek dünyada gerekse Türkiye’de gelişen ve değişen bir sektör olduğunu söyledi. Sektörün cazibesinin her geçen gün arttığını ifade eden Poyraz, küresel ısınma endişesi ile kendini sürekli yenileyen sektörün Türkiye’de de Avrupa standartlarında, teknolojisi gelişmiş bir üretim yapıldığının altını çizdi.

Sektörün kapsadığı hizmet yelpazesi açısından büyük bir aile olduğuna dikkat çeken Poyraz, “Soğutma, ısıtma, havalandırma, klima, tesisat malzemeleri, yalıtım, pompa ve vana ürünlerini kapsayan büyük bir aileyiz. Sektörümüz, dernekleri, vakfı, ihracatçı birliği ve meclisi ile gelişmiş bir kurumsal yapıya sahiptir. Birlik ve beraberliğe verdiğimiz önemin sonucunda sektörümüz üretimden istihdama, yatırımlardan iç ve dış pazarlardaki rekabet kabiliyetine

ve üniversite sanayi iş birliğine kadar pek çok alanda kendini ispat etti. Özellikle 2006 yılında, TOBB bünyesinde “İklimlendirme Meclisi” kurulması ile sektörel birlikteliğin üst yapılanması gerçekleştirilmiştir. Sektörün geleceğine yönelik kararların alındığı ve sektörel hedeflerin belirlenerek uygulamaya konulduğu İklimlendirme Meclisi, aynı zamanda hem devlet kurumlarının hem de özel sektör temsilcilerinin STK’larla bir araya gelerek sektörel sorunlara çözümlerin arandığı bir üst platform olmuştur. Bu tarihten sonra, iklimlendirme sektörü, hedefini yenileyerek AR-GE ve İNOVASYON konularına yatırım yapma kararı almış; firmaların, cirolarının yüzde 3- 5’lik kısmını AR-GE, ÜR-GE ve İNOVASYON’a yönlendirilmesi hedeflenmiştir” dedi.

Sektörün, Avrupa’nın üretim üssü olma konusunda bir hedefi olduğunu ve bunu büyük bir oranda da gerçekleştirdiğini

belirten Poyraz, "Bu doğrultuda gösterdiğimiz çabalar, yabancı yatırımcıların ilgisini çekti ve hepimizin de bildiği büyük firmalar ülkemizde yatırımlar ve yerli firmalarımız ile ortaklıklar yaptı" dedi.

Türkiye'nin bugün kombi, panel ve klima santrali üretim merkezi konumunda olduğuna dikkat çeken Poyraz, " Ülkemiz, barındırdığı fırsatlar ile özellikle Avrupa piyasasının ilgisini çekti. Türkiye'nin iklimsel olarak sıcak bölgede yer alması, iklimlendirme sektöründe edinmiş olduğumuz deneyim, coğrafik açıdan Avrupa'ya yakınlık, yenilenebilir enerji ile ilgili yasal düzenlemeler, insan gücünün bol olması, sektörün çok geniş bir iç pazara sahip olması, Enerji Verimliliği Kanunu ve BEP-TR Yönetmeliği gibi avantajlar gözlerin bize çevrilmesinde etkili oldu. Avantajlarımızı en akılcı şekilde kullanarak, tüm dünyanın ilgisini çekebiliriz. Bizim bu potansiyelimiz var" diye konuştu.

SEKTÖR AR-GE'YE YOĞUNLAŞIYOR

Türkiye'nin gittikçe önem kazanan bir üretim üssü olmasının AR-GE ihtiyacına ciddi bir zemin oluşturduğuna da vurgu yapan Poyraz, yerli firmalara ek olarak yabancı firmaların da Türkiye'yi üretim üssü olarak seçmelerinin iklimlendirme sektörü kümelenmelerinin gelişmesini sağlayacağını, bu sayede, ürün ve üretim bazlı AR-GE çalışmalarına önem verilmesinin önün açılacağını söyledi. Firmaların katma değeri yüksek ürün üretimine önem vermeye başladığını belirten Poyraz, bu kapsamda sektörde Ar-Ge merkezi sayısının 25'e ulaştığını açıkladı.



Zeki Poyraz
TOBB İklimlendirme Meclis Başkanı

SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİNDEKİ YERİ

İklimlendirme sektörünün konfor şartlarının her geçen gün gelişip çeşitlenmesi sonucu büyüyen bir ivme yakaladığının altını çizen Poyraz, " Sektörümüzün ticaret hacmi ve GSMH içindeki payı artıyor. 2023 yılında 35 milyar dolarlık bir ticaret hacmine ulaşmamız bekleniyor. İhracatımız, iç satışlarımız, üretim adetlerimiz büyüyor. İthalatımız ise üreticilerimizin güçlenmesinden kaynaklı olarak her geçen yıl geriliyor. Bugün ihracatımızın ithalatı karşılama oranı yüzde 90'ları geçmiş vaziyette. Eğer kamu projelerinde yerli ürün kullanımının desteklenmesi sağlarsa, iç piyasada daha güçlü bir ivme yakalarız" dedi.



“ISK-SODEX FUARINA TÜM SANAYİCİLERİMİZİ BEKLİYORUZ”

Poyraz, sektörün sadece yurt içinde değil, yurt dışındaki sektörel derneklerle de verimli çalışmalar içinde olduğunu, ASHRAE, REHVA, CLİMAMED gibi uluslararası derneklerle sıkı işbirliği içinde olduklarını söyleyerek, şu bilgileri verdi: “Yurt dışındaki partnerlerimizle ilişkilerimize önem veriyoruz. Türk iklimlendirme sanayini yurt dışında tanıtmanın en etkili yollarından biri de sektör STK’ları ile birlik bütünlük içinde olmaktır. Öte yandan fuarlar da bizim için çok önemli.

Gerek yurtdışı fuarlara gerekse yurt içi fuarlara katılım konusuna önem veriyoruz. Yurt dışı fuarlara düzenlenen milli katılım organizasyonları ve yurt içi fuarlarda yaptığımız alım heyetleri ile sektörümüzü ve ülkemizi en iyi şekilde tanıtmaya çalışıyoruz. Önümüzdeki ekim ayında İstanbul’da düzenlenecek olan Türkiye’nin en büyük, Avrupa’nın ise 3. büyük iklimlendirme fuarı olan ISK-Sodeks’e yurt dışından pek çok sektör temsilcisi davet ediliyor.

Güçlü bir alım heyeti organizasyonu hazırlığı içindeyiz. Gerek yurt içinde gerekse yurt dışındaki iklimlendirme sanayicisini fuarımıza bekliyoruz. Hepimiz biliyoruz ki fuarlar yeni fırsatların yakalanması için önemli kapılardan biridir.”



“KALİFİYE ELEMAN ORANIMIZ ARTIYOR”

Sektörün iş gücü oluşturma açısından da güçlü bir konumda olduğunu ifade eden Poyraz, kayıt dışı verilerle birlikte bugün 500 binin üzerinde bir istihdam rakamına sahip olduklarını belirtti. 15 bin üreticinin sektörde yer aldığını kaydeden Poyraz, “İklimlendirme sektörü ülkemizde 1950’lerden beri var. Sektörümüzdeki ilk uygulayıcılar her ne kadar yabancı yatırımcılar olsa da, üniversitelerimizde açtığımız iklimlendirme bölümleri ve yetiştirdiğimiz mühendisler sayesinde bugün kalitesi ile aranan ve tercih edilen bir sektör olduk. Bugün dünya çapında büyük projelere imza atan firmalarımız ve müteahhitlerimiz var. Eğitimli iş gücümüz sektörün global markalarında kolaylıkla yer bulabiliyor. Ayrıca uluslararası standartlarda teknik şartnameler hazırlayıp Yüksek Fen Kurulu’nun onayına sunuyoruz. Sektörümüzün bugün geldiği konumdan gurur duyuyor, çitimizi her geçen gün yükseltmek adına birlik ve beraberlik içinde güzel çalışmalara imza atıyoruz” dedi.■

 era estetik

Design Your Beauty



eraestetik

Talatpaşa Bulvarı No:33 Hatırlı Apt. K:1 Alsancak / İzmir

Tel: 0232 404 88 86 - Cep: 0532 221 16 78

www.eraestetik.com.tr

**İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Başkanı
Mehmet Şanal: İklimlendirme Sektörü İhracatta Çıtayı Aşıyor**

2019'da 5 Milyar, 2023'te 15 Milyar Dolar İhracat Hedefliyorlar



“Sektörümüzde ÖTV uygulamalarındaki dengesizliğin haksız rekabete yol açması ve hammaddelere Anti-Damping Vergisi uygulanmasının yarattığı sıkıntılar var.”



2019 yılını 5 milyar doların üzerinde ihracat ile kapatmayı hedeflediklerini belirten İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Başkanı Mehmet Şanal, “Önümüzdeki 5 yıllık süreçte de ihracatta 15 milyar doların üzerine ulaşmak istiyoruz. Bu nedenle mevcut pazarlarda büyümek, bulunmadığımız pazarları da yelpazemize katmayı amaçlıyoruz. İşte bu nedenle yönümüzü uzak pazarlara çevirdik” dedi.

Hedeflerinin katma değeri yüksek ürünler üreterek ihracat fazlası veren bir sektör olmak olduğuna vurgu yapan Şanal ile sektörün ihracat potansiyeli üzerinden gelişimini, yaşadığı sorunları ve yapılması gerekenleri konuştuk.

Türkiye’de iklimlendirme sektörünün 2018 sonu itibariyle büyüklüğü hakkında bilgi verir misiniz? Yıllar itibariyle baktığımızda gelişimdeki

önemli yapı taşları neler oldu?

İklimlendirme sektörü her geçen yıl büyüyen ve gelişen bir sektör. Üretimden, yatırımlara; istihdamdan ihracat faaliyetlerine kadar pek çok alanda geliştik. Sektörümüz birlik ve beraberliği, dernekleri, vakıfları, paydaşları ile faaliyetleri, ulaştığı ihracat pazarları, çektiği yabancı yatırımlar ile bugün göz dolduran bir sektör haline geldi. Sektörümüz 2018 yılı itibari ile 4,5 milyar dolarlık ihracat rakamı elde etti. Bir önceki yıla oranla yaklaşık yüzde 16 oranında büyüdük.

Pazardaki oyuncu sayısı, istihdam, ithalat-ihracat dengesi özelinde baktığımızda nasıl bir tablo ile karşılaşılıyor?

Sektörümüzde 12 bin civarında ihracatçı var. İstihdam rakamımız ise 300 bin civarında ancak merdiven altı istihdam da az değil. Kayıtsız istihdamla birlikte istihdamımız iki kat daha artıyor. Sektörümüzün bugün ithalat

verilerine baktığımızda, düşüş yönünde bir ivme izliyor. 2018 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 85 olarak gerçekleşti. Isıtma sistem ve elemanları, soğutma sistem ve elemanları, klima sistem ve elemanları, tesisat sistem ve elemanları, havalandırma sistem ve elemanları ile yalıtım malzemeleri alanlarımızda ithalatımız gerilerken ihracatımız yükseldi. 2019 yılının Ocak-Mart döneminde ise bu rakam yüzde 97,4 olarak gerçekleşti. Türkiye'nin ortalaması ise yüzde 86,2. Sektörümüz Türkiye ortalamasının üzerinde bir performans sergiledi. 2016 yılından beri dış ticaret açığımız kararlı bir şekilde azalmaktadır. Hedefimiz, katma değeri yüksek ürünler üreterek ihracat fazlası veren bir sektör olup, ülkemizin ihracat pastasından daha fazla pay alabilmek.

Dünya iklimlendirme pazarımızdaki yerimizi rakamlarla yorumlamanızı istesem...

Türk iklimlendirme sektörü gerek üretimden gelen gücü gerekse teknolojiye yaptığı yatırımlar ile bugün rekabet gücünü artırabilmiş bir yapıya ulaştı. Bugün itibari ile başta Avrupa ülkeleri olmak üzere Türki Cumhuriyetler ve Ortadoğu pazarlarında etkili faaliyetler yürütüyoruz. Ancak sektörümüzün potansiyeli daha uzak ve yeni pazarları karşılayabilecek seviyede. İhracatçılarımızın bu konuda hedef ve istekleri var. Biz de İSİB olarak yönümüzü yeni ve uzak pazarlara çevirdik. 2017 yılında dünya iklimlendirme ithalatından aldığımız pay yüzde 0,89 iken, 2018 yılında ise bu rakam yüzde 0,96 olarak gerçekleşti, kısa bir süre içinde ise pastadan yüzde 1'in üzerinde pay alacağımıza eminim.

İklimlendirme sektörü önümüzdeki 5-10 yıllık periyotta kendisine ciro, ihracat ve istihdam özelinde nasıl bir hedef belirledi?

Sektörümüz ihracatta sürekli bir yükseliş trendi içinde.



Mehmet Şanal
İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Başkanı



Çıtamız her geçen yıl yükseliyor. Kazanımlarımızı korumak ve geliştirmek ve global pazarda daha etkili ve rekabetçi olabilmek adına yoğun bir tempoda çalışıyoruz, çalışmaya da devam edeceğiz. 2019 yılını 5 milyar doların üzerinde ihracat ile kapatmayı hedefliyoruz. Önümüzdeki 5 yıllık süreçte de ihracatta 15 milyar doların üzerine ulaşmak istiyoruz. Bu nedenle mevcut pazarlarda büyümek, bulunmadığımız pazarları da yelpazemize katmayı amaçlıyoruz. İşte bu nedenle yönümüzü uzak pazarlara çevirdik. Üyelerimiz ile birlik, beraberlik içinde, güçlü ekibimizle yolumuza devam edeceğiz.

Özellikle son dönemde dünya ve Türkiye ekonomisinde yaşanan gelişmelerin sizin sektörünüze yansısı nasıl oldu? Siz bu süreçte firmalar olarak ne gibi tedbirler aldınız ve nasıl bir yol

İhracatta karşılaştığınız sorunlar ve sizin bu konudaki çözüm önerilerinizi okuyucularımız ile paylaşır mısınız?

Sektörümüzde ÖTV uygulamalarındaki dengesizliğin haksız rekabete yol açması ve hammaddelere Anti-Damping Vergisi uygulanmasının yarattığı sıkıntılar var. Örnek vermek gerekirse; Soğutma ve nemlendirme yapabilen klima santralleri özel tüketim vergisine tabi olurken aynı karakterdeki benzer cihaz ısıtma/havalandırma santrali adı altında satılması halinde ÖTV'ye tabi olmamaktadır. Gıda güvenilirliğini sağlayan ticari buz dolabını dolabı ayrı soğutma ünitesini ayrı ayrı satıldığında ÖTV'ye tabi değil birleşik satıldığında ÖTV'ye tabi. Şofben ve Termosifon ÖTV'ye tabiyken, Kombi cihazları tabi olmamaktadır. Bu durum haksız rekabet oluşturacak şekilde faturalamaya ve ÖTV kaçacağına sebep olmakta ve dürüst çalışan firmaların rekabet imkânını engellemektedir. ÖTV tüm ürünlere kaldırılarak uygulama eşitlenmelidir.

Öte yandan ülkemizde üretimi bulunmayan veya üretim olanağı kısıtlı olan hammaddelere anti-damping vergisi uygulaması, katma değerli üretim ve ihracat yapan firmaların rekabetini kısıtlamaktadır. İklimlendirme üyesi ihracatçı firmaların önemli bir bölümü tarafından kullanılan bazı hammaddeler (örneğin yassı çelik ürünleri, bakır borular), sektörümüzün ana hammadde kalemlerinden ve bitmiş ürün maliyetindeki en önemli unsurlardandır.

Fırın-ocak-kazan, radyatör, klima santrali, ısı değiştiriciler, sanayi tipi buzdolapları gibi birçok ürün grubunda bu tip hammaddeler kullanılmaktadır. Mevcut sistemde hammaddelere uygulanmakta olan gümrük vergileri gerek iç piyasada, gerek ihracatta iklimlendirme sektör imalatçılarında rekabet etme sorunları yaratmaktadır. Söz konusu uygulamanın, hammaddelerde kaldırılmasını ve ürünlerde devam etmesini istiyoruz.

haritası belirlediniz?

Geçtiğimiz yıl ülkemizde yaşanan döviz dalgalanması ülkemizde tüm ekonomik dengeleri sarstı. İç pazarda sıkıntılar yaşandı. İhracat faaliyetleri olan sanayicilerimiz biraz daha rahatken, ihracata odaklanmanın ne denli önemli olduğunu hepimiz kavradık. Dövizde yaşanan dalgalanmalar ihracat rakamlarını olumlu etkilerken, ithalatın hızını da kesti. Herkes kendine göre önlemler aldı, aksiyon planları hazırladı.

2019 yılı Mayıs ayı sonu itibariyle sektörün miktar ve değer bazında ihracat hareketi hakkında bilgi verir misiniz?

Sektörümüz 2019 yılının mayıs ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre ihracatını yüzde 16,7 oranında artırarak 406 milyon liradan 473 milyon liraya yükseltti. Ocak-Mayıs dönemindeki 5 aylık süreçte de ihracatımız yüzde 5,7 oranında büyüyerek 1 milyar 871 milyon liradan 1 milyar 978 milyon dolara ulaştı. Görüldüğü üzere sektörümüz ihracatta hız kesmiyor. Sektörümüzün ihtiyaç ve talepleri doğrultusunda oluşturduğumuz yol haritamızın bizi hedeflerimize ulaştıracağına, sektörümüzün gün be gün büyümesini sürdürceğine inancımız tamdır. Önümüzdeki seçimsiz dönemde piyasaların istikrara kavuşması ile daha emin adımlarla hedeflerimize doğru yol alacağız.

Sektörün ihracat hareketinde ülke bazında baktığımızda ilk 5 ülke hangisidir? Son dönemde ihracat hareketi ile ön plana çıkan ülke ve pazarlar hakkında bilgi verir misiniz? Odaklandığınız yeni pazarlar neleri oldu?

Sektörümüz başta Almanya olmak üzere İngiltere, İtalya, Fransa, İspanya ve Romanya'ya ihracat yapıyor. Avrupa pazarı zor bir Pazar. Teknolojisi ve alt yapısı gelişmiş. Böylesine önemli pazarda Türk iklimlendirme sektörü olarak yer edinebilmek, kalıcı olabilmek önemli bir başarı. Sektör olarak 2018 yılından itibaren yönümüzü uzak pazarlara çevirdik. Sektörel ticaret heyetleri oluşturarak Pazar

çalışmalarına başladık. Güney Amerika ülkelerine Arjantin ve Şili ile çalışmalara başladık. Bölgenin ithalat potansiyelini gördük. Daha sonra bir Afrika ülkesi olan Tanzanya'yı ziyaret ettik. Her iki bölge de ihtiyaçlarını ağırlıklı olarak ithalat ile karşılıyor. Buralarda önemli bir potansiyel var. Türk ürünlerine karşı da oldukça ilgililer. Bu nedenle bu pazarlarda kalıcı ilişkiler kurmayı hedefledik. 2019 yılında ise Mısır, Polonya, Peru-Kolombiya ile yolumuza devam ettik. İSİB üyelerinin yeni pazarlara karşı istekli ve hevesli tavrı da İSİB'in faaliyetlerine olumlu yansıyor. Üyelerimize mümkün olduğunca yeni kapılar açmak istiyoruz. Sektörel heyet organizasyonlarının yanı sıra dünya çapındaki pek çok sektörel fuara da katılıyoruz. İSİB'i bu sene yoğun bir takvim bekliyor.

Gelişen teknoloji ve tüketici tercihlerinin pazardaki ürün çeşitlendirmesine yansımaları nasıl oldu? Önümüzdeki dönemde iklimlendirme sektöründe ürün çeşidi bazında neleri konuşacağız?

İklimsel değişiklikler bugün insan yaşamını etkileyen en önemli faktörlerden biri oldu. İklimlendirme ürünleri iklim değişikliği sonucu ortaya çıkan olumsuzlukları yöneterek insana konfor sağladı. Bu nedenle iklimlendirme ürünleri yaşamımızda vazgeçilemez bir unsur haline gelmiştir. İklimsel değişiklikler de ürünlerimizin teknolojik gelişiminin ana nedeni olmuştur. Enerji verimli ürünler ve akıllı cihazlar tüketicinin önem verdiği en temel tercihler oldu. Sektörümüz teknoloji ile iç içe. Bu nedenle çağdaş ihtiyaçlara cevap verebilen ürünler üretmek, ar-ge ve teknolojiye yatırım yapmak sektörümüzün önceliği oldu.

Tüm dünya enerji verimliliği yüksek ürünlerle karbon ayak izi küçültmeye odaklanıyor. Sektörün bu konudaki karnesi nasıl?

Öncelikle karbon ayak izi nedir ve etkileri nelerdir noktasına açıklık getirmemiz gerekiyor. Karbon ayak izi en genel tanımıyla her bir bireyin



insansal faaliyetleri sonucu doğada meydana getirdiği karbondioksit miktarıdır. Oluşturduğumuz karbon ayak izlerinin doğal yaşamda bulunduğu somut karşılığı ise küresel ısınma, iklim değişikliği ve bunlara bağlı olarak doğal yaşamın yok olması olarak tanımlayabiliriz.

Fosil yakıtların kullanımında meydana gelen artış, temel oksijen kaynağı olan ormanların gün geçtikçe azalması, hızlı nüfus artışı ve nüfus artışına paralel olarak tüketim hızının hat safhaya gelmesi ve daha birçok unsur karbon ayak izimizin artmasına neden olan en belirgin aktiviteler arasında. İklimlendirme Sektörü cihazları bu noktada yüksek enerji kullanımları, sürekliliğe çalışmaları gibi sebeplerle yüksek karbon ayak izine sahip konumdadır. Sektörün karbon ayak izinin azaltılması için bir çok çalışma yapılmaya devam edilmektedir. Artık enerji verimli, daha az enerji tüketen cihazların kullanımda tercih edildiğini biliyoruz. Ayrıca zaten yürürlükte olan regülasyonlarda artık daha fazla enerji verimli ürünlerin üretilmesini zorunlu hale getirmektedir. Sektörümüz bu konuyla ilgili ar-ge çalışmalarını gerçekleştirmektedir.

Sektörün ARGE ve katma değerli üretim konusundaki konumunu değerlendirir misiniz? Bu konuda devlet desteklerinden ne ölçüde yararlanabiliyorsunuz?

Sektörümüzde gün geçtikçe katma değeri yüksek ürün üretimine bir yöneliş var. Bizim ürünlerimiz çağdaş olmak, bugünün ihtiyaçlarını karşılarken geleceğe de yön vermek zorundadır. Hareketli bir sektörüz. Yenilikler ve teknoloji bizim olmazsa olmazımızdır. Bu nedenle sektörümüz firmaları kendi bünyelerinde Ar-Ge merkezleri kurmaya, istihdam yapısını da buna göre oluşturmaya başladı. Üniversite-sanayi işbirliğini güçlü bir şekilde kuran ve uygulayan bir sektörüz. Günümüz teknolojisine ayak uyduramayan, global pazarlardaki gelişmeleri ve teknolojik yapıları takip edemeyen firmalar yok olmaya mahkumdur. İşte bu kapsamda biz İSİB olarak üyelerimize global pazarlardaki gelişmeler hakkında klavuzluk yapıyoruz. Öte yandan ihracatçımıza devlet destekleri de mevcut.

Fuar katılımından Pazar ziyaretlerine, sertifikasyonlardan yurtdışındaki ofis mağaza desteğine, Eximbank kredilerinden tasarım desteklerine kadar ihracatçılarımızın yurtdışı faaliyetlerine ilişkin birçok konuda devlet desteği bulunmakta. Bu kadar geniş bir yelpazede devlet destek imkanı bulununca da doğal olarak tüm destekler ihracatçılarımız tarafından net olarak bilinemeyebiliyor. Bu nedenle biz de bu konuda üyelerimizi bilgilendirmek için özel bir gayret sarf ediyoruz. Türk katılımıcısının yoğun olduğu fuarlarda İhracatçılar Birliği olarak Devlet Yardımları birimimizden uzman arkadaşlarımız tüm üyelerimizi tek tek dolaşılıyor ve bilgi paylaşımında bulunuyor. Ayrıca Ticaret Bakanlığının kullanıcı dostu güzel bir sitesi var: kolaydestek.gov.tr. ihracata yönelik herhangi bir faaliyete başlamadan önce bu sitenin incelenmesini tavsiye ediyoruz. ■

Yükselen değer Lojistik 4.0



Endüstri 4.0 kavramının bizlere getirdiği değişiklikleri , her sektör ile ilişkilendirebilecek ortaya çıkan katma değerleri uzun bir süredir izlemekte ve dünya olarak heyecanla takip etmekteyiz .

James Watt 'ın buhar gücü ile mekanikleşmeyi tanıtması ile başlayan endüstri devrimleri serüveni , en önemli sermaye olan insanın sınırsız katkıları ile ürün ve hizmetlerin verimliliğini, hep bir adım ileriye taşımıştır.



Ali Burak Canatan

Tetra Pak Türkiye – Lojistik Koordinatörü

Endüstri 4.0 kavramı ilk olarak 2011 yılında Hannover Fuarında ortaya atılmıştır. Daha sonra Kagermann, Wahlster, Helbig tarafından 2013 yılında hazırlanan ve Alman hükümetine sunulan “Endüstri 4.0 Stratejik Girişiminin Uygulanması İçin Öneriler” raporunda yer almıştır. Bu final raporunda kavram ve sistem anlayışı tanıtılmış ve geleceğe dair yapılması gereken stratejiler belirtilmiştir (Kagermann, Wahlster ve Helbig, 2013).

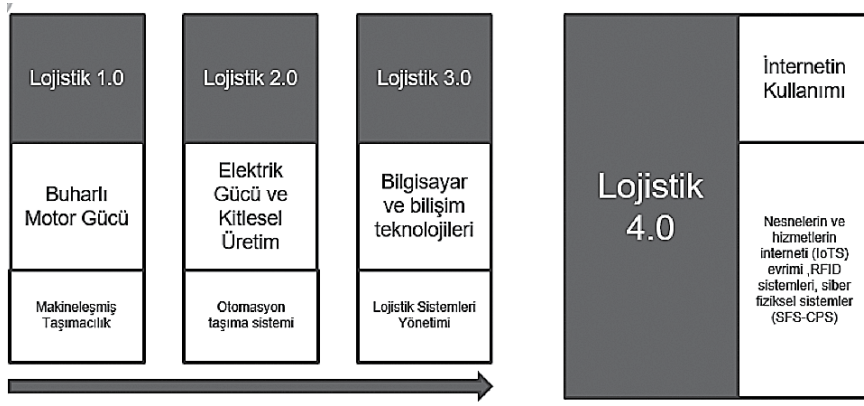
Alman hükümeti tarafından “2020 yılı Yüksek Teknoloji Hareket Planı” ile uygulamaya geçilen bu sistem anlayışı, 2016 yılında Davos'ta düzenlenen Dünya Ekonomik Forumu'nda da yer almış ve zamanla ABD ve Kore gibi başka ülkelerde de yayılmaya başlamıştır. Bu kavramın arkasındaki ana fikir, mekanikleşme, elektrik ve bilişim teknolojilerinin gelişimi gibi çeşitli inovasyonlar nasıl üç devrimin doğmasına neden olduysa, IoT (nesnelerin

interneti) ve CPS (Siber Fiziksel Sistemler) sistemlerinin üretimde uygulanmaya başlanması da 4. Devrimin doğmasına neden olmuştur (Weyer vd., 2015)

Endüstri 4.0 in global sektörlerde oynadığı rol aynı zamandan firmaların birbirleri üzerindeki rekabetlerinde çok kritik bir indicator olarak karşımıza çıkmaktadır . Ne üretirse üretsin yada hangi hizmeti verirse versin bir firma mevcut süreçlerinde iyileştirmeye gidemiyorsa yoğun rekabet durumlarında üst sıralarda yer alamaz. Tüketicilerin, müşterilerin farklı beklentilerine karşı ortaya çıkan inovasyonların yüksek önemi olduğu gibi asıl önemli noktalardan biri ise bu inovasyonu içerisine sindirmiş ve sürekli yeniliği açık bir şirket kültürü oluşturabilmektir.

Ve bu kültürü hissedebilmiş firmalar için asıl milad kendi iç süreçlerindeki inovasyonu sağlaması ile başlamaktadır .

Lojistik süreçleri eğer iyi yönetilemez ise firmaların karşısına büyük bir maliyet kalemi olarak ortaya çıkabilir ve dahada önemlisi firmalarda eğer tedarikçi rolüde üstleniyorsa büyük bir imaj ve itibar kaybına yol açabilir .



İçinde bulunduğu sektörün kritik ve rekabette konum belirleyici göstergelerini iyi anlayıp ve iyi analiz edebilen firmalar bu veriler ile kendi iç süreçlerini de şekillendirebildiğinde rakiplerine ve piyasaya göre daha esnek ve daha dinamik bir sıfat kazanabilmektedir.

LOJİSTİK 4.0'IN ORTAYA ÇIKIŞI VE EVRELERİ

Tarihsel gelişimine bakıldığında Endüstri devrimi ile aynı çıkış noktasına sahip olduğunu söyleyebiliriz, sonrasında gelişen teknoloji ile lojistik fonksiyonuda beklentilere göre şekil almıştır. Aşağıdaki görsel en basit hali ile bizlere hangi değişimleri yaşadığını ifade etmektedir.

LOJİSTİĞİN ENDÜSTRİ 4.0'A ENTEGREYONU VE AKILLI LOJİSTİK

Bu gelişim dalgasından etkilenen bir çok hizmet ve fonksiyon olduğu gibi Lojistik süreçleride kapsamlı bir değişimin içerisine girmiş ve yeni değerleri bizlerle tanıştırmıştır . Siber ve psikolojik sistemlerin getirdiği yenilikler ve uygulamaların lojistik sektörüne entegre edilmesi ile Lojistik 4.0 kavramı ortaya çıkmıştır. Temelde bakılacak olursa Lojistik 4.0, akıllı hizmetler ve akıllı ürünlerle ilgili bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Akıllı ürünler ve akıllı hizmetleri tanımlamak için kullanılan teknoloji odaklı yaklaşıma "akıllı lojistik" adı verilmektedir. Akıllı lojistik; işletmelerin esnekliklerini artıracak, bununla birlikte işletmeleri pazardaki ve müşteri beklentilerindeki değişime daha yakın hale getirebilecek bir lojistik sistemdir. Bu sayede müşteri memnuniyet düzeyini artırmak, üretimi optimize etmek, depolama ve üretim maliyetlerini minimize etmek mümkün hale gelmektedir . Bilindiği üzere işletmelerin amacı kar ve fayda yaratmaktır.



Bu iki temel kavramın içerisinde firmaların yaptığı lojistik maliyetlerinin de payı büyüktür. Fakat sadece ucuz hizmet alınması ile maliyetlerin düşürülemeyeceği de iş dünyasında çoğu zaman özellikle lojistik hizmetlerinde karşımıza çıkmaktadır.

Fiyat bir belirleyici unsurdur fakat alınan hizmetin kalitesinde dolaylı maliyetleri minimize etmektedir.

Kompleks bir ürün ağı, depo ve yükleme süreci olan bir firmayı düşünürsek ; yanlış yükleme yapılması, zamanında araç bulunamaması ve izlenebilirlikten uzak bir hizmet ağının olması, hizmet alıcısı firmaya dolaylı maliyetler doğuracaktır.

Lojistik süreçleri eğer iyi yönetilemez ise firmaların karşısına büyük bir maliyet kalemi olarak ortaya çıkabilir ve dahada önemlisi firmalarda eğer tedarikçi rolü de üstleniyorsa büyük bir imaj ve itibar kaybına yol açabilir .

Bu gibi önemli riskleri olan Lojistik fonksiyonuna verilen önem global sektörlerde her gün artmakta olup kritik noktaları üzerinde iyileştirmeler yapılmaya devam edilmektedir . Etkili hizmet sağlayıcı yetkinliğine sahip lojistik firmalarında, müşteri memnuniyetini ön plana alınması ile Akıllı sistemler kurulmaya başlanmış ve müşterilerin tüm süreçlerde daha etkin bir rol üstlenmesi sağlanmıştır.

Bu tip akıllı sistemleri sıklıkla e-ticaret sektörüne hizmet sağlayan kargo taşımacılığında görmekteyiz. Sektörün önde gelen firmaları bireysel ve kurumsal müşterilerine hazırladığı web tabanlı yazılımlar ile maliyeti basit bir şekilde hesaplayabilme, kargonun anlık takibi gibi kolay fakat önemli bilgilere hızlı erişim şansı tanımıştır.

Bir lokomotif olarak başlayan bu iyileştirmeler müşterilerin lojistik firmalarından olan beklentileri ile daha da detaylandırılarak daha fazla kritik nokta bilgilerinin

kolay bir şekilde takibini sağlama hizmetini sunmaya başlamıştır . Envanter yönetimi gibi maliyet açısından önem arz eden konularda firmalar sürekli takip edebildiği ve ölçebildiği veriler ile daha sağlıklı kararlar alabilme imkanına sahiplerdir.

Global dünyada ve ülkemizde rekabetin çok fazla olduğu Lojistik sektöründe, Lojistik 4.0 da firmalar arasında müşteri kazanmak için etkili bir belirleyici enstrüman olmaya başlamaktadır. Günümüz iş dünyasında global firmalara bakıldığında çoğu firma hangi sektörde olursa olsun bir dijitalleşme ve mevcutta yaptığı manuel süreçleri ortadan kaldıracak bir yenilik arayışı içindedir. Dijitalizasyona önem veren firmalar tarafından, alınan lojistik hizmetlerinde de bu yeniliklerin etkisi görülmek istenilmektedir.

Lojistik firmaları ne yapmalı?

Üzerinde çalıştığım Lojistik 4.0 ihtiyaçlarının belirlenmesi konulu akademik çalışmamda yer verdiğim bu konu yerel piyasalarda faaliyet gösteren küçük, orta ve büyük ölçekli lojistik firmalarının, bu gelişimin bir parçası olması için ne gibi iyileştirici aksiyonlar alması gerektiği ile ilgili yol göstermeye çalıştık.

Yöntem olarak Kalite Fonksiyon Göçerimi tekniğini kullandığımız araştırmamızın öne çıkan sonuçlarına göre, geleneksel usül ile lojistik hizmetleri veren firmalarda yeniliklere karşı olumlu bakış ve heyecan duyma oldukça iyi seviyelerdedir .

Yapılan anket çalışmalarına göre değişim için yapılabilecek aksiyonların başlıcalarını aşağıdaki gibi özetlenebilir,

İç süreçlerinizin analizini yapın:

Öncelikle her değişimin ve yeniliğin kendi içinizde başladığını hatırlayarak, değişimi kendi içsel süreçlerinizde başlatmalısınız .Tüm işletme fonksiyonlarınızda size zaman kaybettiren, riskli ve kişiye bağlı süreçleri geliştirin.

Mevcutta hizmet verdiğiniz

firmayı tanıyın: Onların kritik noktalarına uygun çözümler üretin ve hassasiyetlerini doğru belirleyerek onlara özel süreç ve hizmetler dizayn edin . Doğru hizmeti doğru firma ile tanıştığınızın.

Şeffaf ve izlenebilir olun:

Verdiğiniz nakliye hizmetinizin müşterinin tarafından anlık takip edebilmesi sizi bir kısım iş gücünden kurtaracağı gibi kurumsal anlamda size iyi bir imaj sağlayacaktır.

Veri havuzu oluşturun ve bu

verileri iyi yönetin: Genel hatları ile oluşturacağınız veri içeriğinde çalıştığınız firmaları sektörel olarak gruplamanız,kişi kontak bilgilerini kayıt altında tutmanız, genellikle hangi destinasyonlar ile çalıştığını saklamanız, dönemsel periyodlara göre yaptığınız işleri kayıt altında tutmanız size gerek CRM gerekse sektörel bilgi ve Müşteri dinamikleri konularında stratejik kararlarınızı alırken yardımcı olacaktır.

Ayrıca bu veri havuzundan müşterilerinize periyodik olarak onların kullanabileceği, bilgilendirici raporlar paylaşmanız kurumsal kimliğinize artı katacaktır.

Kısaca özetlemek gerekirse teknolojinin ve insan deneyimlerinin bizlere getirdiği ve getireceği nice yenilikleri takip etmek opsiyonel değil artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Rekabetin fazlasıyla var olduğu özelliklede Lojistik sektöründe, inovasyonu şirket kültürü haline getirebilen firmaların kazanacağı ve ileride var olacağı kesindir .

Her yeni süreç belirli zorluklar ve katlanılması gereken çabalar ister ama sonucunda istenilen verim ve başarıda sizinle olacaktır. ■



MURAT ÇAY

LOJİSTİK

*Her mevsimde, Her koşulda,
Sağlıklı bir taşıma için gerekli olan her şey,
sürekli büyüyen ve gelişen kadrosuyla
Murat ay Lojistik'te*

- 7 gün 24 saat kesintisiz hizmet**
- Komple Taşımacılık**
- Şehir içi mikro taşımacılık**
- Liman Transferleri**
- Firmaya Özel proje taşımacılığı**
- Depolama Hizmetleri**

Egemenlik Mah. 6108 Sk. No:51/45 Işıkkent / İZMİR
Tel: (232) 436 44 35 PBX Fax:436 43 22

www.muratcaylojistik.com.tr



“Toplumda ve şirkette kadını güçlendirmek için daha çok kadın lider yetiştirmeli, işyerlerimizdeki kadın dostu uygulamaları arttırmalıyız”

“Kadınının güçlenmesi için toplumdaki önyargı ve kalıp yargıları sorgulatıp, değiştirmeliyiz”



“Kız Kardeşim Projesi ile kadınların güçlenmelerine destek olmak amacıyla 2015 yılında yola çıktık. Şu anda Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Habitat Derneği ve İstanbul Teknik Üniversitesi ile birlikte Türkiye’yi adım adım gezerek kadınlara finans, bilişim, iletişim ve girişimcilik alanlarında eğitimler vererek kadınların ekonomik ve toplumsal alanda güçlendirilmesini hedefliyoruz. 2015 yılından bu yana 11 binden fazla kadına ulaştık. 2019 yılının tamamladığımızda en az 9 bin kadına daha Kız Kardeşim’le ulaşılmış olmayı hedefliyoruz.”



RÖPORTAJ: SEDA GÖK



Leyla Deliç, toplumda ve şirkette kadını güçlendirmek için daha çok kadın lider yetiştirmek gerektiğini belirterek, işyerlerindeki kadın dostu uygulamaların arttırmasının önemine vurgu yaptı. Deliç, “Şirketler; “Anne Odası” gibi pratik ihtiyaçların yanı sıra; mentorluk programları, girişimcilik eğitimleri, iş yerinde ayrımcılığın önüne geçecek programlar ile stratejik ve dönüştürücü ihtiyaçlara da odaklanmalı” diyor.

Sizi tanıyabilir miyiz?

Leyla Deliç, 2018 Temmuz ayından bu yana CCI’da CİDO olarak görev yapıyorum. 1995 yılında University of Louisiana at Lafayette Elektrik Mühendisliği Bölümü’nde lisans eğitimini tamamladım ve 1997 yılında da aynı üniversitenin Bilgisayar Mühendisliği Bölümü’nde yüksek lisans eğitimi aldım.



Kadın yönetici olarak unutamadığınız anekdotları bizimle paylaşır mısınız?

Kendi hayatınızdan örnek vererek genç girişimci kadınlarımıza tavsiyeleriniz neler olur?

Girişimci olmak özgüven ve cesaret gerektiriyor. Risk almaya, iniş - çıkışlara, mücadeleye ve öğrenilmesi gereken derslere hazırlıklı olmak gerekiyor. Girişimcilere öncelikle başarısızlıklarda yılmamalarını, iş planlarını çok iyi yapmalarını, networklerini mümkün olduğunca genişletmelerini ve mutlaka mentorluk veya koçluk programlarından yararlanmalarını öneriyorum. Kadınlarımıza meraklı ve cesur olmayı, her durumda kendileri olmalarını tavsiye ediyorum.

Kariyerime, 1995 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde, Time Trend Computers şirketinde Network Mühendisi olarak başladım ve daha sonra 2008 yılına kadar Tradanet jv GE Global eXchange Services şirketinde farklı görevlerde bulundum. 2008-2010 yılları arasında Aras Holding'de Bilgi Teknolojileri Direktörlüğü görevinin ardından, CCI'ya katılmadan önce 2010-2016 yılları arasında GE Healthcare Eastern and African Growth Markets CIO görevi, 2016-2018 yıllarında da yine GE Healthcare'de global CIO görevini üstlendim.

Türkiye'de kadın yöneticiler kariyer basamaklarını çıkarken en çok hangi zorluklar ile karşılaşılıyor? Bu güne kadar ki kariyerinizde kadın olarak hangi ön yargılarla mücadele etmek zorunda kaldınız?

Kadınlar, kariyerlerinde ilerlerken; pozisyonları ya da ünvanları ne olursa olsun karşısına farklı şekillerde çıkan önyargı, kalıpyargılar ve ayrımcılık





İnsan haklarına saygı, her kurumda temel bir değer olarak algılanmalı. Kadına bakış, eşit fırsat sunma ve dahil etme anlayışı üzerine kurulduğunda, alınan günlük kararlardan, büyük çaplı projelere kadar her karar “eşit fırsat yaratma” prensibi ile verilecektir. Kurumlar bu alandaki çalışmalarını somutlaştırmak adına saygın uluslararası kurumlara taahhüt vermekten çekinmemeli, sektörlerinde fark yaratmak adına kadın liderlerin gelişimine destek sunmalıdır.



ile de mücadele etmek durumunda kalıyor. Herhangi somut, bilimsel bir veriye dayanmadan, kadının yapabileceği ve yapamayacağı işlere dair toplumun yargıları davranışa dönüştüğünde, ayrımcılık meydana geliyor. Bu anlamda, kadının güçlenmesi için öncelikle toplumdaki önyargı ve kalıpyargıları sorgulatmanın ve değiştirmenin önemli olduğunu düşünüyorum.

Kadının üst düzey yönetici olarak yer almasının kurum kimliğine etkisini değerlendirir misiniz?

İnsan haklarına saygı, her kurumda temel bir değer olarak algılanmalı. Kadına bakış, eşit fırsat sunma ve dahil etme anlayışı üzerine kurulduğunda, alınan günlük kararlardan, büyük çaplı projelere kadar her karar “eşit fırsat yaratma” prensibi ile verilecektir. Kurumlar bu alandaki çalışmalarını somutlaştırmak adına saygın uluslararası kurumlara taahhüt vermekten çekinmemeli, sektörlerinde fark yaratmak adına kadın liderlerin gelişimine destek sunmalıdır. Kadın konusuna yaklaşım insan hakları zeminine dayanan politikalar ile güçlendirildiğinde, kurumlarda çeşitlilik ve zenginliğin artacağına;

kapsayıcı politikaların olumlu etki yaratacağına inanıyorum.

Sizin işletmenizde yarattığınız farklar neler oldu? Kendi işyerinizde pozitif ayrımcılık yapıyor musunuz?

İnsan haklarına saygı, CCI'nın temel bir değeridir. CCI olarak bizim kadına bakışımız eşit fırsat sunma ve dahil etme anlayışı üzerine kurulmuştur. Bu açıdan bakıldığında, ayrımcılığı pozitif ya da negatif olarak kategorize etmeyi doğru bulmuyorum. 2013'te yayınladığımız İşyeri Hakları ile başlayan, 2019'da İnsan Hakları'na dönüşen politikalarımızda bu konuda hem çerçeveyi belirliyor hem de taahhüdümüzü yineliyoruz. Politikanın: Çeşitlilik ve Dahil Etme, Keyfi Ayrımcılık, Güvenli ve Sağlıklı İşyeri gibi prensipleri bu konuda net bakış açımızı ortaya koymaktadır.

2015 yılında taraf olduğumuz Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni (WEP) de tüm süreçlerimizde benimsediğimiz eşitlikçi bakış açısının temellerinden bir diğeri. Türkiye CCI'nın amiral gemisi ve biz bu konuda daha yapılacak çok şey

olduğuna inanıyor, hazır projelerden çok içimizdeki kadın işgücünün bu gelişime liderlik etmesi hedefliyoruz. Bu yıl için; daha çok kadın lider yetiştirmeyi, kadın dostu işyeri olmayı ve toplumdaki kadın projelerini de öncelik alanlarımız olarak belirledik.

İş görüşmelerinde kadınlara, “Evli misiniz, çocuğunuz var mı, çocuk yapmayı düşünüyor musunuz?” soru kalıplarının sorulmasını nasıl değerlendiriyorsunuz? İşe alımlarda bu-bunlar bir kriter olmalı mı?

Biz bu tür görüşmelere “Caydırıcı Görüşmeler” diyoruz. Kariyer ile ilgili görüşmelerde tür soruların sorulması adayı caydırıcı nitelik taşıyabiliyor. Ayrıca bu tür söylemlerin temel insan haklarına, aykırı olduğunu düşünüyoruz ve CCI görüşme süreçlerinde bu tip soruları yöneltmiyoruz. Bu gibi kriterler, kadınları iş dünyasının daha da dışına itmekten başka bir sonuç yaratmayacağı kanaatindeyim.

Türkiye’de şirketlerin de son dönemde sosyal sorumluluk projesi başlığında kadın temalı çalışmalarının olduğunu görüyoruz. Bu projeleri nasıl buluyorsunuz? Gerçekten amacına ulaşıyor mu?

Buradaki her çabanın katkı sağlayacağını düşünüyoruz.

Bir kadın yönetici olarak sizin de şirketinizde bu konudaki yaklaşımınız nedir? Sizin şirket olarak kadınlara yönelik yürüttüğünüz özel projeleriniz var mı?

2015 yılında taraf olduğumuz Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri’ni (WEP) kadın çalışanlarımızı desteklemek ve geliştirmek için kendimize bir rehber olarak kullanıyoruz. Türkiye CCI’ın amiral gemisi ve biz bu konuda daha yapılacak çok şey olduğuna inanıyor, hazır projelerden çok içimizdeki kadın işgücünün bu gelişime liderlik etmesi hedefliyoruz.

Birleşmiş Milletler verilerine göre toplum ve iş yaşamında cinsiyet eşitsizliklerinin ortadan kalkması 2025 yılında global gelire 28 trilyon dolara kadar katkı sağlama potansiyeline sahip. Kadına yapılan her yatırımın yarattığı etki, aileleri, çevreleri ve

Kız Kardeşim Projesi ile kadınların güçlenmelerine destek olmak amacıyla 2015 yılında yola çıktık. Şu anda Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Habitat Derneği, İstanbul Teknik Üniversitesi ile birlikte Türkiye’yi adım adım gezerek kadınlara finans, bilişim, iletişim ve girişimcilik alanlarında eğitimler vererek kadınların ekonomik ve toplumsal alanda güçlendirilmesini hedefliyoruz. 2015 yılından bu yana 11 binden fazla kadına ulaştık. 2019 yılının tamamladığımızda en az 9 bin kadına daha Kız Kardeşim’le ulaştığımızı hedefliyoruz.

çalıştıkları kurumlarda çarpan etkisiyle çoğalıyor. Türkiye’nin kalkınması alanında da kadınlar çok önemli bir role sahip.

Kız Kardeşim Projesi ile kadınların güçlenmelerine destek olmak amacıyla 2015 yılında yola çıktık. Şu anda Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Habitat Derneği, İstanbul Teknik Üniversitesi ile birlikte Türkiye’yi adım adım gezerek kadınlara finans, bilişim, iletişim ve girişimcilik alanlarında eğitimler vererek kadınların ekonomik ve toplumsal alanda güçlendirilmesini hedefliyoruz. 2015 yılından bu yana 11 binden fazla kadına ulaştık. 2019 yılının tamamladığımızda en az 9 bin kadına daha Kız Kardeşim’le ulaştığımızı hedefliyoruz. CCI’nın 10 ülkesindeki kadın çalışanların bir araya getirmek amacıyla çıktığımız yolda, fark ettik ki ülkeler/kültürler çok farklı olmasına rağmen, kadın çalışan işgücünün ihtiyaçları çok da farklı değil. Kadınların bir arada ve etkileşimde olduklarında, güçlerinin katlanarak artacağına inanıyoruz. Bu doğrultuda, kadın çalışanlarımızın bir arada projeler yürütebilmelerini sağlamak adına birlikte güçlenecekleri platformlar oluşturuyoruz. Kadın çalışanlarımız network oluşturma ve liderlik becerileri ile ilgili çeşitli etkinlikler için bir araya gelerek güçlerini birleştiriyor.

Bu platformların en önemli özelliklerinden biri, liderlerinin İnsan Kaynakları Departmanı dışından seçilmesi ve yönetiminde her departmanı temsilen en az bir kadın çalışanın bulunmasıdır.

Bu konunun bir İnsan Kaynakları projesi olarak görülmemesi çok önemli, çünkü değişiklik ve gelişim ancak bu konu tüm birimler, kadın – erkek gözetmeksizin tüm çalışanlar sahiplenirse olabilir. Benzer bir yapılanmayı bu sene içerisinde bayilerimiz arasında da oluşturmak için yola çıktık ve bayi kadın yöneticilerinin gelişimlerini hedefleyen liderlik programını devreye soktuk. 2013’te yayınladığımız İşyeri Hakları ile başlayan, 2019’da İnsan Hakları’na





Kadının güçlenmesi için öncelikle toplumdaki önyargı ve kalıpyargıları sorgulatmanın ve değiştirmenin önemli olduğunu düşünüyorum.



dönüşen politikamızda bu konuda hem çerçeveyi belirliyor hem de taahhüdümüzü yineliyoruz. Politikanın: Çeşitlilik ve Dahil Etme, Keyfi Ayrımcılık, Güvenli ve Sağlıklı İşyeri gibi prensipleri bu konuda bakış açımızı net olarak ortaya koymaktadır.

Sadece destek programları, kongreler, zirveler ve 8 Mart'ta hatırlanmak yetmiyor. Fiiliyata geçmek ve bunu da rakamlara yansıtmak için sizce yapılması gerekenler nelerdir?

Kadın konusunu insan hakları kapsamında ele alan her şirket; öncelikle bu konuda bir politika taahhüdü vermelidir. Bir politika

oluşturulmasını iş süreçlerine bu anlayışın yerleşmesi için temel bir gereklilik olarak görüyorum. Akabinde bu politikaya istinaden, telafi ve bildiri mekanizmaları yaratılmalıdır.

Toplumda ve şirkette kadını güçlendirmek için daha çok kadın lider yetiştirmemiz, işyerlerimizdeki kadın dostu uygulamaları arttırmamız gerekmektedir. Şirketler; "Anne Odası" gibi pratik ihtiyaçların yanı sıra; mentorluk programları, girişimcilik eğitimleri, iş yerinde ayrımcılığın önüne geçecek programlar ile stratejik ve dönüştürücü ihtiyaçlara da odaklanmalıdır. ■

GENÇ



Masa, kapı, dolap... Hayaledin! Yazı tahtasına dönüştürün.

Artık toplantı odaları ve okullarda yazı tahtalarına, duvarlarda kullanılan yapışkanlı yazı tahtası yüzeyi ürünlerine ihtiyacınız yok. Evlerinizde duvarları boyayan çocuklarınıza engel olmak da yok! Duvarlarınızı, dolaplarınızı, masalarınızı, sıralarınızı artık yazı tahtasına dönüştürebilirsiniz.




anilyüksel[®]
SANAYİ BOYALARI



Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Meltem Bakiler Şahin: Kadının en önemli liderlik becerilerinden biri değişime ve dönüştürme gücü. Geleceği dönüştürmek, kadınların elinde. Kadınların değişime ve dönüştürme gücü, iş dünyasında müthiş farklar yaratabilir. Bence, bu güce Türkiye'deki tüm şirketlerin ihtiyacı var

“Türkiye'nin En Büyük Güçlerinden Biri; Çalışkan Ve Duygusal Zekâsi Yüksek Kadınlar



“Kadınların en başta iş hayatında birbirlerine destek olmaları gerekiyor.”



RÖPORTAJ: SEDA GÖK

Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Meltem Bakiler Şahin, Türkiye'nin en büyük güçlerinden birinin; çalışkan ve duygusal zekâsi yüksek kadınları olduğunu söyledi. Şahin, “Bu gücü ne kadar destekler ve yoğunlaştırırsak, Türkiye'nin o kadar ileri gideceğini düşünüyorum” dedi.

Kadın işgücünü artırmak için öncelikle önyargıların bir kenara bırakılması ve şirketler bazında politika olarak bu alanda da mutlaka cinsiyet eşitliğinin temel alınmasının önemine vurgu yapan Şahin, “Aynı pozisyon için işe alımlarda, kadından yana inisiyatif alınması önemli” dedi. Şahin ile kendi kariyer hikayesi üzerinden Türkiye'de kadın olmayı bütün yönleriyle ele aldık.



Sizi tanıyabilir miyiz?

1976 yılında İzmir'de doğdum. Çocukluğum ve gençliğim İzmir ve Ankara'da geçti. Lise sonrası Ege Üniversitesi Kimya Mühendisliği'ni tamamladım. Üniversite sonrası, gönlüm İzmir'de kalsa da Ankara'da Bilkent Üniversitesi'nde İşletme Yüksek Lisansı'na devam ettim. Profesyonel hayata 1999 yılında İstanbul'da Procter & Gamble'da başladım. Daha sonra, Sony Ericsson'da çeşitli yerel ve global görevler üstlendim. Ardından, 10 yıl boyunca Turkcell bünyesinde pazarlama ve müşteri deneyimi alanlarında farklı görevlerde çalıştım. Daha sonra EWE Türkiye bünyesindeki Millenicom şirketinde Genel Müdür ve Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yaptım. Bu görevlerim kapsamında şirketin büyüme esaslı bir şirkete dönüşme sürecine liderlik ettim. Ağustos 2017'de Vodafone Türkiye'ye katıldım. Kurumsal İş Biriminden Sorumlu İcra Kurulu Başkan Yardımcısı olarak, Kurumsal Pazarlama ve Satış ekiplerine liderlik ediyorum. Aynı zamanda, Türkiye Vodafone Vakfı Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Teknolojide Kadın Derneği Yönetim Kurulu Üyesiyim.



Türkiye’de kadın yöneticiler kariyer basamaklarını çıkarken en çok hangi zorluklar ile karşılaşılıyor? Bugüne kadarki kariyerinizde kadın olarak hangi önyargılarla mücadele etmek zorunda kaldınız?

İş dünyasında insanları kadın-erkek diye sınıflandırmanın doğru olmadığını düşünüyorum. Bu nedenle kişisel deneyimimde de kendimi hiçbir zaman kadın ve erkek diye sınıflandırılmış olarak görmedim. Bu, kariyerimde çok önemli bir etki yarattı. Hepimizin eşit olduğuna, kendimize inandığımız zaman, farklı perspektifte engel olarak görülebilecek konuların kendiliğinden ortadan kalktığına inanıyorum.

Önyargıların bir kenara bırakılması ve ülke ekonomisinin büyümesi için çeşitliliğin sunduğu avantajlardan tam anlamıyla yararlanılması, bir tercih değil, gereklilik. Vodafone Grubu olarak, bu ihtiyacın farkındayız ve hedefimiz; 2025’e kadar kadınlar için dünyanın en iyi işvereni olmak. Grubumuz, kariyerine ara vermiş orta ve üst düzey yönetici pozisyonundaki kadınları iş hayatına geri kazandırmak üzere dünyanın en büyük işe alım programını başlattı. “ReConnect” adı verilen bu programla 3 yıl içinde 26 ülkede 1.000 kadına ulaşılması hedefleniyor. Ayrıca, dünyada ilk kez Vodafone tarafından uygulamaya alınan “Özel Doğum İzni” politikası, kadın çalışanlara en az 16 hafta tam ücretli doğum izni ve işe döndükleri tarihten sonraki ilk 6 ayda haftada 30 saat tam ücretle çalışma hakkı veriyor. Çocuk sahibi kadınların kariyerlerinde bu tip programların önemli bir etkisi olacağına inanıyoruz.

Ben de kadınların güçlendirilmesine önem veren ve kadın çalışanlarını her fırsatta destekleyen bir şirkette çalışmaktan gurur ve mutluluk duyuyorum.

Kadının üst düzey yönetici olarak yer almasının kurum kimliğine etkisini değerlendir misiniz? Kadının elinin değdiği işletmelerde ne gibi farklılıklar ortaya çıkıyor?

KPMG'nin 2018'de dünyada ilk kez yaptığı "Küresel Kadın Liderler Araştırması" var. "Dijital çağ, kadınların dönemi olacak" başlığıyla sunulan bu araştırmaya, Türkiye'nin dahil olduğu 42 ülkeden, kilit sektörlerde dünyanın en büyük şirketlerini yöneten 699 kadın lider katılmış. Türkiye'den ise 30 kadın liderin görüşü var. Buna göre, Türkiye'deki kadın liderlerin %90'ı, büyümeyi sürdürmek için inovasyon süreçlerinin ve uygulamalarının geliştirilmesi gerektiğini düşünüyor. Ayrıca, kadın liderler teknoloji odaklı ve dijital çağa da hazır; %67'si yapay zekâ, blokzinciri, 3D baskı ve karma gerçeklik gibi yeni teknolojiler konusunda kendini rahat hissediyor.

Diğer yandan, telekomünikasyon sektöründe cinsiyet eşitliğinin dijital ekonomideki rolünü inceleyen GSMA Raporu'na göre, işgücünde çeşitliliğe önem veren ve cinsiyetler arasında sağlıklı bir eşitlik gözeten şirketler, hem daha yüksek inovasyon gücüne sahip oluyor, hem de rekabette öne çıkıyor. Cinsiyet eşitliğini sağlayabilen şirketler, pazar payını yükseltmede %45 daha başarılı oluyor, özsermaye kârlılık oranını %53 daha yüksek gerçekleştirebiliyor ve yeni pazarlara açılmada yine %70 daha başarılı oluyor.

Başka bir araştırmaya göre ise üst yönetimde kadın-erkek eşitliği gözeten şirketler, üst yönetimde hiç kadın yönetici bulundurmayan şirketlere oranla özkaynak kârlılığında %41, operasyon sonuçlarında %56 daha iyi performans gösteriyor. Benzer şekilde, cinsiyet eşitliğini istihdam politikalarına ekleyen ülkelerin GSYİH'de %25 artış sağladığını, kadınlara eşit olanaklar sağlayan coğrafyalarda ise çalışan başı verimlilik ve üretkenliğin %25 arttığını görüyoruz. Bu bağlamda, şirketlerin cinsiyet



Vodafone Grubu olarak, bu ihtiyacın farkındayız ve hedefimiz; 2025'e kadar kadınlar için dünyanın en iyi işvereni olmak. Grubumuz, kariyerine ara vermiş orta ve üst düzey yönetici pozisyonundaki kadınları iş hayatına geri kazandırmak üzere dünyanın en büyük işe alım programını başlattı. "ReConnect" adı verilen bu programla 3 yıl içinde 26 ülkede 1.000 kadına ulaşılması hedefleniyor.

eşitliğini sağlama ve çeşitliliği artırma yönünde daha fazla adım atması gerekiyor. İnanıyorum ki, Türkiye'nin en büyük güçlerinden biri, çalışkan ve duygusal zekâsı yüksek kadınlarıdır. Bu gücü ne kadar destekler ve yoğunlaştırırsak, Türkiye'nin o kadar ileri gideceğini düşünüyorum.

Sizin işletmenizde yarattığınız farklılıklar neler oldu? Kendi işyerinizde pozitif ayrımcılık yapıyor musunuz?

BIST'e kayıtlı 403 şirketin değerlendirildiği "Türkiye'de Yönetim Kurullarında Kadın 2018 Raporu"na göre, tüm BIST şirketleri içinde 159 şirket, BIST-100 içinde ise 34 şirket, hâlâ tamamı erkeklerden oluşan kurullar tarafından yönetiliyor. 2012-2018 yılları arasında yönetim kurullarında en az bir kadın üyesi

olan şirketlerin oranında yavaş ama olumlu bir değişim gerçekleştiği de görülüyor. 2018 yılında yönetim kurullarının tamamı erkek olan şirketlerin oranı ilk defa %40'ın altına düşerken, BIST Yönetim Kurullarında yer alan kadınların oranı %13,9'dan %15,2'ye çıkmış. SPK'nın önerdiği minimum kadın üye oranı olan %25'i yakalayan 105 şirket ise tüm şirketlerin sadece %26'sını temsil ediyor. Rakamlar da gösteriyor ki, yönetim kurullarında hâlâ tablo cinsiyet eşitliğinin gereklerinden uzak. Bu rakamların artması ise, ancak bu konuyu odağına alan şirketlerin artmasıyla mümkün.

Kadın işgücünü artırmak için öncelikle önyargılar bir kenara bırakılmalı ve şirketler bazında politika olarak bu alanda da mutlaka cinsiyet eşitliği temel alınmalı. Aynı pozisyon için işe alımlarda, kadından yana inisiyatif alınması önemli.

Vodafone Türkiye olarak, iş süreçlerimizden başlayarak toplumsal ve ekonomik hayatta fırsat eşitliği sağlama hedefiyle çalışıyoruz. Cinsiyet eşitliğini şirket politika ve stratejilerimizde temel almış durumdayız. Müşterilerimizin memnuniyeti kadar çalışanlarımızın da memnuniyetine önem vererek her pozisyonda çökmürlülük ve çeşitlilikten besleniyoruz. İş alımlarda aynı pozisyon için aday olan, eşit yetkinlik ve nitelikteki aday havuzunda %50-50 kadın-erkek eşitliği gözetiyoruz. Üst ve orta yönetimden ayrılan ya da rolü değişen yöneticilerin yerine ise kadın adayların yerleştirilmesini hedefliyoruz. Telekom sektöründe kadın çalışan oranı %23 iken, Vodafone'da bu oran %42,6, yani sektörün yaklaşık iki katı. Şirket genelinde, orta ve üst düzey yönetim kademelerinde, genç yetenekler özelinde ve kadın çalışan sayısının nispeten az olduğu bir fonksiyon olması sebebiyle teknoloji fonksiyonunda kadın çalışan oranını artırmayı hedefliyoruz.

İş görüşmelerinde kadınlara “Evli misiniz, çocuğunuz var mı, çocuk yapmayı düşünüyor musunuz?” gibi soru kalıplarının sorulmasını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dünyada ilk kez Vodafone tarafından uygulamaya alınan “Özel Doğum İzni” politikası, kadın çalışanlara en az 16 hafta tam ücretli doğum izni ve işe döndükleri tarihten sonraki ilk 6 ayda haftada 30 saat tam ücretle çalışma hakkı veriyor. Çocuk sahibi kadınların kariyerlerinde bu tip programların önemli bir etkisi olacağına inanıyoruz.



İşe alımlarda bu/bunlar bir kriter olmalı mı?

Ben de “Çocuk yapmayı düşünüyor musunuz?” hariç diğer soruları hem kadın hem erkeklere soruyorum. Tabii, önemli olan, bu soruların neden sorulduğu. Benim bunları sormaktaki amacım; birlikte çalışmayı planladığımız kişileri daha yakından tanımak. Ama eğer söz konusu soru kalıpları, işe alım kriteri olarak yalnızca kadınlara soruluyorsa, o zaman durum değişir, cinsiyet eşitliği sorgulanır hale gelir. Bunun doğru bir yaklaşım olduğunu düşünmüyorum.

Türkiye’de sanayiden tarıma kadar birçok alanda destek ve teşviklerde kadın-genç girişimciye pozitif ayrımcılık tanınıyor. Ama bu, doğru uygulanıyor mu? Bu konuda uygulanan modele yönelik tespitlerinizi artı ve eksileriyle paylaşmanızı istesem...

Türkiye’de iş dünyasının hemen her alanında kadın çalışan ve hatta üst düzeyde kadın yönetici sayısı daha fazla olmalı. Yarının iş dünyasında kadın ağırlığının mutlaka artırılması gerektiğini düşünüyorum. Toplumun yarısını oluşturan kadınların, ekonomiye katkısının bu denli az olması, ülkemiz için bir kayıp. İş hayatında aktif olamamaları, kadınlar için elbette ekonomiye katkı sunamamanın ötesine de geçiyor ve sosyal hayatta da güçlü bir biçimde var olmalarını engelliyor. Türkiye, Avrupa’da kadın istihdamı %40’ın altında olan tek ülke. Bu oranı yükseltmek, ülkemiz için öncelikli konulardan biri olmalı.

Kadının en önemli liderlik becerilerinden biri değiştirme ve dönüştürme gücü. Geleceği dönüştürmek, kadınların elinde. Kadınların değiştirme ve dönüştürme gücü, iş dünyasında müthiş farklar yaratabilir. Bence, bu güce Türkiye’deki tüm şirketlerin ihtiyacı var. Kadınların attığı her cesur adımın dünyayı çok daha güzel bir hale getireceğine inanıyorum.

Tam da bu inançla, Türkiye Vodafone Vakfı çatısı altında MEB Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü ve Türkiye Bilişim Vakfı işbirliğiyle yürütmekte olduğumuz “Girişimcilikte Önce Kadın” projesiyle, meslek sahibi



olmayan kadınların ekonomik hayata katılımlarını özendirerek, ailenin refah düzeyini artıracak ek gelire kavuşmalarına olanak yaratıyoruz. Proje kapsamında düzenlenen teknoloji ve girişimcilik eğitimlerine katılan kadınların el emeği göz nuru ürünlerini dijital mağazamız ve mobil uygulamamız üzerinden ekonomiye kazandırarak güçlenmelerine olanak tanıyoruz. Projeye bugüne kadar 36 binden fazla kadına ulaştık. Yarınların kadınların açacağı yepyeni yollarla çok daha heyecan verici olacağına inancımızla, kadınları destekleyen uygulama ve sosyal projelerimize devam edeceğiz.

Türkiye’de şirketlerin de son dönemde sosyal sorumluluk projesi başlığında kadın temalı çalışmalarının olduğunu görüyoruz. Bu projeleri nasıl buluyorsunuz? Gerçekten amacına ulaşıyor mu?

Sürdürülebilir bir büyümenin ve toplumsal dönüşümün, ancak ve ancak kadınların iş ve sosyal

İşe alımlarda aynı pozisyon için aday olan, eşit yetkinlik ve nitelikteki aday havuzunda %50-50 kadın-erkek eşitliği gözetiyoruz. Üst ve orta yönetimden ayrılan ya da rolü değişen yöneticilerin yerine ise kadın adayların yerleştirilmesini hedefliyoruz.

İnanıyorum ki, Türkiye’nin en büyük güçlerinden biri, çalışan ve duygusal zekâsı yüksek kadınlarıdır. Bu gücü ne kadar destekler ve yoğunlaştırırsak, Türkiye’nin o kadar ileri gideceğini düşünüyorum.

hayatta güçlü bir şekilde var olması ile mümkün olabileceğini düşünüyorum. Türkiye İstatistik Kurumu 2018 yılı verilerine göre, Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranı %34,2. McKinsey Küresel Enstitüsü öngörülerine göre ise Türkiye’de kadın çalışan oranı, OECD ortalaması olan %63’e ulaşırsa, başka bir deyişle kadınların işgücüne katılımı artırılırsa, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla 2025 yılında yaklaşık %20 artabilir. Bu azımsanamayacak ölçekte bir ivme. Kadınların kalkınması, toplumun kalkınması anlamına geliyor. Dolayısıyla, bu yöndeki çalışmaların desteklenmesi ve fazlalaşması gerekiyor.

Bir kadın yönetici olarak sizin de şirketinizde bu konudaki yaklaşımınız nedir? Sizin şirket olarak kadınlara yönelik yürüttüğünüz özel projeleriniz var mı?

Vodafone Türkiye olarak, toplumsal yaşamda eşitliğin sağlanmasının ve beraberinde kadın istihdamının artırılmasının “akıllı ekonomi modeli” olarak benimsenmesi gerektiğini düşünüyoruz. Kadınların üretime katılan, ekonomik ve sosyal yaşamda eşit, kendi ayakları üzerinde durabilen bireyler olabilmeleri için üzerimize düşen görevleri yerine getirmeye özen gösteriyoruz.

Kadınların dijitalleşmenin sunduğu imkânlardan yararlanarak ekonomik ve sosyal hayata eşit katılmalarına destek olmak amacıyla, Türkiye’de ilk kez kadınlara yönelik tüm ürün, servis, proje ve hizmetlerimizi tek çatı altında toplayarak “Vodafone Önce Kadın” programını hayata geçirdik. Bu programla; kadınların bilgiye erişim, gelir ve iletişim fırsatlarından yararlanmalarını sağlıyoruz. Ekonomiye katılımlarına ve girişimcilik fırsatlarından faydalanmalarına destek veriyoruz.

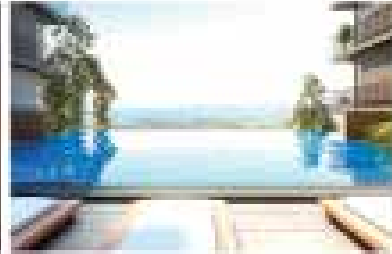
“Vodafone Önce Kadın” programı kapsamında kurduğumuz güçlü işbirlikleri ve geliştirdiğimiz projelerle 700 bini aşkın kadına ulaştık. Bilgi servislerinden 220 binden fazla abone yararlanırken, Anne Çocuk Eğitim Vakfı işbirliğiyle



KORU
NARLIDERE

Hem doğayı hem şehri aynı anda

yaşayacaksınız...



5 YILDIZLI OTEL KONFORUNDA HİZMETLER

Koru Narlidere, size çok farklı ayrıcalıklar sunuyor;

Residence hizmetleri ve projenin idari yönetimi profesyonel bir şirket tarafından eksiksiz olarak gerçekleştiriliyor. Böylece siz günlük yaşamınızı sürdürürken, eviniz ile ilgili herşey sizin için düşünülüyor. Sadece bir ev sahibi değil aynı zamanda mükemmel bir hizmetin de sahibi oluyorsunuz. Bu ayrıcalıklardan yararlanmak için yüksek sınırlar ödemek zorunda kalmayacak, kullandığınız kadarını ödeyeceksiniz.

Koru Narlidere'de yaşamak da, yatırım yapmak da çok avantajlı!



Yeniköy Mh. Uğur Mumcu Cd. No:11 Narlidere/İzmir
0.232 435 31 32 - www.korunarlidere.com

sunduğumuz İlk6Yıl uygulamasının indirilme oranı 220 bini aştı. Kadınların el emeği ürünlerini tek bir SMS ile alıcıya ulaştırmalarını sağlayan Vodafone Önce Kadın İlan Servisi'ne 40 bine yakın ilan koyuldu. Yatırımcısı dahil tüm çalışanları kadınlardan oluşan Önce Kadın Mağazaları'nın sayısı 14'e ulaştı.

Tüm dünyada kanayan bir yara olan kadına şiddetin önlenmesi konusunda da adım attık ve "Vodafone Kırmızı Işık" uygulamasını geliştirdik. Bu uygulamayla, kadınların şiddet anında kolluk kuvvetlerine ya da yakınlarına haber verebilmesini sağlıyoruz. Bu yıl bu uygulamamıza kadınların bir konumdan başka bir konuma giderken yakınları tarafından anbean takip edilebilmelerini sağlayan "Yol Arkadaşım" özelliğini de ekledik. "Vodafone Kırmızı Işık", şimdiye dek 300 bini aşkın kadına ulaştı.

Farkında olarak ya da olmayarak, telaffuz ettiğimiz her kelime, zamanla kadınlara bakış açımızı oluşturuyor. İşte bu yüzden öncelikle dilimizi kadınlara karşı bu önyargılardan temizlemek gerektiğine inanıyoruz. Bu inançla, yapay zekâ teknolojisini kullanarak "Kırmızı Çizgi" projesini geliştirdik. Türkçeyi hem kelime bazlı, hem de metin bazlı anlayan bu teknoloji, kadına önyargılı kullanımları fark ediyor ve üstünü kırmızıyla çiziyor.

Şirket dışında olduğu gibi şirket içinde de kadın çalışanların desteklenmesine yönelik uygulamamız var. İşe alım ve istihdam politikalarımızda cinsiyet eşitliğini temel aldığımızı belirtmiştim. Bunun yanında, her yaşın ihtiyacı farklı diyerek oluşturduğumuz "Yaşam Evreleri" projemizle çalışanlarımızın motivasyonunu artırmak, daha verimli ve mutlu çalışmalarını sağlamak için de çeşitli uygulamalar sunuyoruz. Bu doğrultuda, esnek çalışma saatleri, karne ve sınav günü izinleri, Çalışan Destek Programı, Kurumsal Atlet gibi uygulamalarımızla çalışanlarımıza destek oluyoruz.

Bu yıl, aile içi şiddetle mücadelede önemli bir adım attık ve şiddet mağduru çalışanlarımıza destek olmak amacıyla "Aile İçi Şiddet Prosedürü" yayınladık. Prosedür kapsamında, şiddete karşı destek talep etmeleri halinde çalışanlarımıza danışmanlık, yönlendirme ve destek hizmetleri sunuyoruz; 10 güne kadar ek izin ve finansal destek veriyoruz. Şirket içindeki daha pek çok uygulamamızla kadın çalışanlarımızı destekliyor, hayatlarını kolaylaştırıyoruz.

Şunu da gururla eklemeliyim ki, özellikle kadınlara yönelik uygulamalarımızla, dünyanın önde gelen araştırma, danışmanlık ve eğitim şirketlerinden Great Place to Work Enstitüsü'nün Türkiye'de düzenlediği "En İyi İşverenler" yarışmasında 2018 yılında 2000 ve üzeri çalışanı olan şirketler arasında birinci seçildik ve "Çeşitlilik" kategorisinde özel ödüle layık görüldük.

Sadece destek programları, kongreler, zirveler ve 8 Mart'ta hatırlanmak yetmiyor. Fiiliyata geçmek ve bunu da rakamlara yansıtma için sizce yapılması gerekenler nelerdir?

Elbette, öncelikli hedef, toplum genelinde bir farkındalık yaratmak olmalı. İş hayatında daha fazla kadın çalışan olmasının önemine dikkat çekmeli. Odaklı bir çalışmayla daha fazla kadının ekonomik hayatta yer alması için güçlü projeler hayata geçirmemiz gerekiyor. Ayrıca, bu projelerin iletişimini çok iyi yapmamız lazım. Türkiye'nin dört bir yanındaki kadınlara ulaşmak için her kanaldan sesimizi duyurmamız önem taşıyor. Kadınlara, iş hayatında bir kadın olarak yapabilecekleri çok şey olduğunu anlatmamız gerekiyor. Onlarla güçlü bir bağ kurmalı ve sürekli temasta kalmalıyız. Kadınlar, onları sonuna kadar destekleyen bir kurumun varlığını yanlarında hissettiklerinde çok daha cesur, girişken ve üretken olabilirler. Bunun bilincinde olarak çalışmalıyız. Kadınları zirveye giden yolda desteklemek, hepimizin



sorumluluğu; çünkü gelişmiş bir Türkiye, çok daha aydınlık bir yarın, ancak kadınlarla mümkün.

Kadın yönetici olarak unutamadığınız anekdotları bizimle paylaşır mısınız? Kendi hayatınızdan örnek vererek genç girişimci kadınlarımıza tavsiyeleriniz neler olur?

Cinsiyet eşitliğinin beyinde ve inançlarımızla başladığını düşünüyorum. Genç ve girişimci kadınlara da en önemli tavsiyem; eşit olduklarına inanmaları. Ben kariyerimde bu inançla, cam tavan olarak nitelendirilen veya sorun gibi görünen hiçbir şeyi gözümde büyütmedim, konuları kararlılık ve azimle ele aldım. Bir kadın yönetici olarak en güçlü ve fark yaratabildiğim alanlar; merak, öğrenme isteği ve değişim yönetimi oldu. Tüm iş insanlarına kendi güçlü alanlarını bulup onlara odaklanmalarını tavsiye ederim. İş dünyasında "Kraliçe Arı Sendromu" olarak bilinen bir



konu vardır. Kariyer basamağında yüksek kadınların, tek kadın olma istekleri olarak da tarif edebiliriz. Ben, kadınların en başta iş hayatında birbirlerine destek olmaları gerektiğini düşünüyorum. Halihazırda, yönetim kurullarında daha fazla kadının yer alması hedefiyle çalışan Yönetim Kurulunda Kadın Derneği'nin son dönem mentisi ve aynı zamanda üyesiyim.

Kadın ve erkeklerin iş hayatında, yönetim kurullarında, yan masalarında diğer bir kadına yer açmalarının, daha iyi iş sonuçları elde edebilmeleri için diğer kadınları motive etmelerinin, desteklemelerinin ve onlara rol model olmalarının; destek veren de dahil herkesin hayatını kolaylaştıracağına inanıyorum.

Diğer taraftan, iş hayatında başarıya ulaşmış kadınların da, nasıl fark yarattıklarını, öne çıktıklarını, nerelerde diğer kadınlar için, başarı

Benim için önemli bir öğretiyi de paylaşmak istiyorum. Aile hayatında çok önemli, değerli ve kaçırdığınızda tekrarı olmayan günler, anlar var. O anlarda ailece birlikte olmak çok kıymetli. Aranızda daha güçlü bir bağ oluşturuyor. Bu konuda geçmişte hep işi önceliklendirirken şimdi daha objektif olarak değerlendirme yapıyorum.



için ayak izleri bıraktıklarını; gur bir sesle anlatmaları gerektiğini düşünüyorum.

Başarısızlıklarını nasıl başarı için birer basamağa dönüştürdüklerini, başarısızlığın sadece bir öğrenme ve tecrübe süreci olduğunu, iş hayatlarında karşılaştıkları zorlukları anlatmalı ki, diğer tüm kadınlar da bilsin ve yılmasın.

Bu arada, Türkiye'de var gücüyle, kadınların hayata eşit katılımıyla şekillenecek güzel bir yarına inanan insanlar olduğunu biliyor ve bundan büyük bir mutluluk duyuyorum.

Kadının, aile hayatı özelinde baktığımızda da önemli sorumlulukları var. Anne, evlat... İş-ev hayatını nasıl dengeliyorsunuz? Bu konuda tüyolar vermenizi istesem, ne derdiniz?

Bu konuda kişisel bir anektodum var. Katıldığım bir konferansta

liseli bir öğrenci, "İki çocuk annesi olarak aile hayatı ile kariyerinizi bir arada götürmek zorlu olmuyor mu?" diye sordu. Hayatı nasıl ele aldığımı anlamak istiyordu. "Bir baba olsaydım bana bu soruyu sorar mıydınız?" dedim, salonda derin bir sessizlik oldu. Birbirimize tam olarak söylememiz gereken bu. Kadınların daha fazla sorumluluk hissetmelerini toplum olarak isteyip normalleştirmenin doğru olmadığına inanıyorum.

Her çalışan insan, anne, eş, kız çocuğu gibi benim de kendime, aileme, eşime ve çocuklarıma karşı sorumluluklarım var. Bu konuda öncelikle çok minnettar olduğumu belirtmek isterim. Hem annem babam hem de eşim ile birlikte birçok sorumluluğu paylaşıyoruz. Yardım istemek, planlı ve organize olmak, birlikte kaliteli zaman geçirmek, duygularımızı açıkça paylaşmak ve neye ihtiyacımız olduğunu söylemenin hep faydasını gördüm. Çocuklarıma da çalışan bir anne olduğum için bazı konularda onları daha iyi destekleyebildiğimi, kişisel olarak daha mutlu olduğumu ve topluma sağladığım faydayı anlatınca, onlar da kişisel tercihime çok saygı ile yaklaşıyorlar.

Benim için önemli bir öğretiyi de paylaşmak istiyorum. Aile hayatında çok önemli, değerli ve kaçırdığınızda tekrarı olmayan günler, anlar var. O anlarda ailece birlikte olmak çok kıymetli. Aranızda daha güçlü bir bağ oluşturuyor. Bu konuda geçmişte hep işi önceliklendirirken şimdi daha objektif olarak değerlendirme yapıyorum.

Ekleme istedikleriniz...

Vodafone olarak, her zaman söylediğimiz gibi, gelecek heyecan verici. Ancak, bu heyecan verici geleceğin kadınlar olmadan bir anlamı yok. Bu noktada hem kurumlara hem de kişiler olarak hepimize önemli görevler düşüyor. Türkiye'de son derece başarılı işlere imza atan kadınlar var. O sayıyı artırmak, ülkemizi dijital geleceğe hazırlayan dönüşümün önemli bir parçası olmak, biz kadınların elinde. ■

Yaşar Üniversitesi'nde hedef; 5 yıl içinde dünyanın en iyi 1000 üniversitesi arasında olmak

İzmir'i teknoloji üssü yapmak için Üniversitelere “Güç birliği yapalım” çağrısı



RÖPORTAJ: SEDA GÖK



Yaşar Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Ahmet Yiğitbaşı, İzmir'in teknoloji üssü olması için üniversitelerin başta teknoparklar olmak üzere birçok konuda işbirliği yapması gerektiğine dikkat çekiyor. Bu konuda devlet üniversitelerinden birinin öncü rol üstlenebileceğini ifade eden Yiğitbaşı, bu sayede maddi imkânların daha verimli kullanılabileceğinin de altını çiziyor. Yiğitbaşı, İzmir'in teknoloji konusunda bir üs olabileceğine inandığını söylüyor. Öte yandan, Yaşar Üniversitesi'nin son dönemde yeniden yapılanma dönemi yaşadığını belirten Yiğitbaşı, bu kapsamda tarım eğitimi alanındaki yeni hedeflerini de anlattı. Konuyla ilgili olarak Hollanda ile yapacakları işbirliği hakkında bilgi veren Yiğitbaşı ile Yaşar Üniversitesi'nin hikâyesi üzerinden İzmir'in eğitim alanındaki gelişimi, yaşadığı sıkıntılar ve bu konuda yapılması gerekenler üzerine konuştuk.





İzmir'i daha çok katma değeri yüksek ürünlerle bağlantılı yatırımlarda üs olarak görüyorlar. Aslında baktığım zaman bütün parçalar birbiriyle oturuyor. Teknoloji üssü, Web Summit, katma değeri yüksek teknoloji üretim...



Son dönemde üniversitedeki görevinize daha fazla odaklandığınızı görüyoruz.

Evet. Üniversite 2001 yılında kuruldu. O dönemde Selçuk Yaşar Bey, kendi ailemin de eğitim kökenli olmasını dikkate alarak mütevelli heyetine girmemi istedi. Son 8 yıldır da mütevelli heyeti başkanı olarak devam ediyorum. Boya grubundaki görevim ile üniversitedeki görevim hep bir arada gitti. DYO'da yönetim kurulu üyeliği görevim de devam ediyor. Üniversitenin akademik ve bilimsel iddialarının artması benim de süreç içerisinde üniversiteye daha çok odaklanmamı gerektirecek.

O zaman bugün bize eğitim alanında yeni ve güzel hedefler açıklayacaksınız. 18 yıllık bu hikâyeyi ana başlıkları ile bir daha hatırlatmanızı istesem, önemli yapı taşları neler oldu?

Yaşar Üniversitesi, 2001 yılında 50 öğrenci ile eğitime başladı. Türkiye ekonomisinin yüzde 12 küçüldüğü bir dönemdi. Eski DYO fabrikasının genel müdürlük binası kampüs oldu. İlk yıllarda yeni bir

üniversite olmanın getirdiği bir takım zorluklar vardı. Sonuçta bir sanayi kuruluşu üniversite kuruyor ve o yıllarda çok fazla akademik tecrübesi yok. Dewilux'un olduğu bu kampüse 2008'de geçiliyor ve yaklaşık 11 yıldır buradayız. Asıl büyüme Dewilux Boya Fabrikası'nın olduğu kampüse geçtikten sonra oluyor.

Şu anda tek kampüste eğitim sürüyorsunuz.

Evet, buraya Selçuk Yaşar Kampüsü diyoruz. Yaklaşık 70 bin metrekare kapalı alanda hizmet veriyoruz. 2 enstitü, 9 fakülte, 4 yüksekokulumuz var. Bu akademik birimlerde 29 lisans bölümü, 12 ön lisans programı, 22 yüksek lisans programı ve 8 doktora/sanatta yeterlik programı ile eğitim vermeye devam ediyoruz. Çağın gerektirdiği şekilde yapılandık. Örneğin, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi yerine İşletme Fakültesi ile İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi'ni kurduk. Buradaki amaçlardan birisi Amerikan eğitim sisteminde olduğu gibi tamamen işletme odaklı bir "business school" mantığını getirmektir. Toplumsal sorumluluğumuz gereği de toplumla



ilgili alanlardaki uzmanlığımızı İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi adı altında yürütmeyi hedefledik.

Yeniden yapılanma dönemi diyebilir miyiz?

Odaklanma ve dünyaya entegre olabilme süreci diyebiliriz. Bizim diplomalarımız tamamen AB onaylı, "diploma supplement"i olan, eş değer kabul edilen diplomalar. Dolayısıyla buradan almış olduğunuz diploma ile Avrupa'nın herhangi bir ülkesinde yüksek lisans yapabiliyorsunuz. Şu anda orijinal diplomalarımızın arkasında "diploma supplement" diye barkod var. Dünyanın her yerinde geçerli.

Odaklanma ve dünyaya entegre olma süreci içerisinde 'Mühendisliğe odaklanacağız', 'Toplum bilimine odaklı gideceğiz' gibi spesifik alanlarda uzmanlaşma eğilimi olacak mı?

Aslında üniversitemizin güçlü olan taraflarından bir tanesi

Öğrenci ve akademisyenlerde mobility (Hareketlilik) olacak. Onlardan buraya gelenler olacak, bizim hocalarımızdan gidenler olacak. Ama prensipte öğrenci 2 yılı burada okuyacak, 1 yılı Hollanda'da okuyacak, son yılı bizde bitirecek. Böyle bir sistem var. Daha nihai anlaşmalar tam anlamıyla bitmiş değil, ön prensip anlaşmaları var.



öğrencilerimizin sosyal, kültürel ve kişisel gelişimine çok önem veriyor olması. Bunun en büyük etkilerinden bir tanesi de Selçuk Bey'in zamanında çok önem verdiği bir orkestramız var.

Bunu neden vurguluyorum, çünkü bir müzik bölümü üniversiteye çok şey katıyor.

Bu konuyu biraz daha açar mısınız?

Bu hikâyeyi sizinle paylaşmak istiyorum. Selçuk Bey, Saint Joseph mezunu. Keman çalmayı çok seviyor. O yıllarda Dokuz Eylül Üniversitesi'nin bir oda orkestrası var.

Bir gün Altinyunus terasta klasik müzik çalan orkestrayı dinlerken, "Bizim neden bir oda orkestramız olmasın" diyor. Tam Türkiye'nin kriz yılı, üniversite yeni kurulmuş ve henüz iki yıldır faaliyette. Böyle bir ortamda Sanat Tasarım Fakültesi ve bu fakültenin içinde olacak şekilde müzik bölümü kuruluyor. Sonrasında da Oda Orkestrası kuruluyor. Bu, üniversiteye bir tasarım kültürü gelmesini de sağlıyor.

Mühendislik ve teknik bölümlerimiz zaten çok güçlüydü. Bunlara sanat ve tasarım ile ilgili bölümler, bunun yanı sıra sosyal ve iletişim bilimleri de eklenince bizi tamamladı. Sadece eğitim odaklı değil aynı zamanda bir tasarım kültürü de oluşturmaya çok önem veriyoruz. Bunun da ne kadar doğru olduğunu şimdi daha iyi görüyoruz. Dünyada Design Thinking (Düşünce Tasarımı) kavramı giderek önem kazanıyor. Ayrıca öğrencilerimiz bölüm müfredatlarının yanı sıra Bilim Kültürü dersleri olarak isimlendirdiğimiz dersleri almak zorunda. Bunları almadan mezun olamıyorlar. Bu dersler ile piyasanın talebinin olduğu açık olarak bilinen girişimcilik, liderlik, analitik düşünce, analiz, tasarım, raporlama, sunum, etik, sosyal sorumluluk vb. özellikleri tüm öğrenci ve mezunlarımıza kazandırıyor, böylece iş dünyasının da bu anlamda beklentilerini karşılıyor.

Öğrencilerimiz çok yönlü olarak yetişiyorlar.

'Biz İzmir'in üniversitesiyiz' diyerek siz kendi markanızı tanıtmaktan çok İzmir vurgusu ile dikkat çekiyorsunuz. Neden, bu kadar İzmir hassasiyeti gösteriyorsunuz?

Bu Yaşar Holding kültüründen geliyor. Selçuk Bey'e de zamanında herkes sormuştur; "Neden İstanbul'a gitmiyorsunuz? Daha da büyüyebilirsiniz."

Yaşar Topluluğu İstanbul'da olsa belki iki-üç misli büyüyebilirdi. Selçuk Bey, hep "Ben Egeliyim. Ege, İzmir ve çevresini de kalkındırmak istiyoruz. Biz Ege'nin insanıyız. Biz de gidersek kim Ege'de ne yapacak?" dedi.

Dolayısıyla bunun gerçekten büyük etkisi var. Üniversitemizin stratejisi içinde de bu çok önemli oldu. Bölge ile iç içe olmak, kent ile iç içe olmak... Bizim aslında vizyonumuz belli; "uluslararası bir kent üniversitesi" diyoruz.

Hiçbir zaman kampüsümüzün İzmir'in dışında çok uzak bir yerde olmasını düşünmedik. Şu anda yerimiz de metronun girişinde, kentin ortasında bir üniversite. Dolayısıyla uluslararası bir kent üniversitesi. Bu çerçevede de ilk ana hedefimiz; dünyanın en iyi 1000 üniversitesi arasına girmek. Daha sonraki ikinci aşamada ilk 500 arasına girmek.

1000 üniversite arasına girmek için tarih bazlı bir hedef verebiliyor musunuz?

Önümüzdeki 5 yıl içerisinde en iyi 1000 üniversite arasına girmeyi planlıyoruz.

Dünyanın en iyi 1000 üniversitesi kriterinde genelde tıp fakültesi çok büyük etken oluyor. Çünkü dünyada ağırlıklı olarak yapılan araştırma, yayınlanan makale sayısı gibi belli başlıklarda kriterleme yapılıyor. 5 yıllık hedefinizde tıp fakültesi yer alıyor mu?

Hayır, tıp fakültesi açmak gibi bir fikrimiz yok.



Yaklaşık 5 yıl önce "Yaşar Üniversitesi -Yaşar Holding Topluluk Şirketleri İşbirliği Çalışmaları" platformunu oluşturduk. Üniversite sanayi işbirliği üzerine bir araya gelip projeler üretiyor, hayata geçirme adına adımlar atıyoruz. 'Proje Pazarı' diye bir kavramımız var. Bu işbirliğini yapabilmek hakikaten bir süre aldı. Bu işbirliğini yapabilmek için güven çok önemli.



Neden?

Bu konu kendi aramızda çok tartışıldı. Hatta diğer üniversitelerdeki hocalarımız geldi, "Yaşar yaparsa en iyisini yapar" dediler.

Tıp fakültesi olunca üniversitenin yönü biraz kayıyor ve diğer bölümlere olan konsantrasyon azalıyor. Biz dedik ki, "Bir şeyi yapıyorsak en iyisini yapalım. Dolayısıyla belirlediğimiz konuya konsantrasyon olalım ve o konuda dünyada yükelelim." Dünyaya baktığımızda tıp fakültesi olmadan da sıralamada üst yerlerde olan üniversiteler olduğunu görüyoruz. Dolayısıyla tıp olmadan da oluyor. Oralarda olduğuna göre bizde niye olmasın? Biz de o çerçevede bu bölümlerde kalmak istiyoruz.

Uzmanlaşmanın faydası bu noktada rakamlara da yansıyor. TÜBİTAK'ın destek programını kazanan 9 üniversiteden birisiniz. Özellikle hangi alana doğru yöneleceksiniz? TÜBİTAK'tan bu başarıyı nasıl kazandınız? Bu konudaki son gelişmeleri paylaşır mısınız?

Bilgi ve Teknoloji Transfer Ofisimiz var. Üniversitede üretilen bilgi ve teknoloji ile araştırma altyapısını ekonomik ve sosyal değere dönüştürüyor; kamu kurumları, özel sektör ve toplumun fayda sağlaması sürecini yönetiyoruz. Bu bağlamda danışmanlık hizmetleri veriyor, özel sektör ve kamu kuruluşları ile ortaklaşa yürütülen sözleşmeli projeler yapıyor, AR-GE projeleri geliştiriyoruz. Start up'ları çok destekliyoruz. Kuluçka Merkezi'nde, girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirmeleri ve ekonomiye değer katmaları için çalışıyoruz.

Teknopark kurma girişiminiz ne aşamada?

Doğru, bir teknopark kurma girişimlerimiz devam ediyor ama öncesinde belirli şeylerin oluşması lazım.

Nelerin oluşması gerekiyor?

İzmir'de başka üniversitelerin kurmuş olduğu teknoparklar da var. Dolayısıyla burada güç



From 2007 until 2017
736 wind turbines installed by IZMIRVINC



birliği de çok önemli. Onları da değerlendiriyoruz. Ege Üniversitesi, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü ve Dokuz Eylül Üniversitesi'nin teknoparkları var. Aslında Urla taraflarında yapılması planlanan bir teknoloji üssü vardı. Gerçekten ben o planı çok başarılı bulmuştum. O proje çok önemli.

Hollanda'da gittim, gördüm. "High Tech Center" diye bir yerleri var. Büyük markalar orada toplanmış, devasa 10 bin kişilik yer. Gerçekten teknoloji üretiyorlar. Böyle bir şey olabilse... Bu konuda bütün üniversitelerin güç birliği yaptığı, bir araya toplandığı bir yapı iyi olur diye düşünüyorum. Dolayısıyla biz sanayi şirketlerini de içeren, bu tip güç birliklerine önem veriyoruz. Ama Yaşar Üniversitesi olarak biz de tabii ki kendi Teknokent'imizi

oluşturmak için bir çalışma içindeyiz.

Aslında burada "Güç birliği yapalım" mesajı da veriyorsunuz.

İzmir'i neden bir teknoloji üssü haline getirmeyelim?

Sanayi ile üniversite işbirliğinde nasıl bir İzmir gerçeği var?

Hollanda'da ziyaret ettiğim High Tech Center öyle bir yerdi. Müthiş bir bilgi paylaşımı var. Müthiş teknolojiler üretiyorlar. Herkes kendine lazım olanı içerisinden alıyor. Bunu neden İzmir'de yapmayalım?

Eğitimde Yaşar Holding ile üniversite arasındaki entegrasyonu nasıl sağladınız?

Yaklaşık 5 yıl önce "Yaşar Üniversitesi -Yaşar Holding Topluluk Şirketleri

İşbirliği Çalışmaları" platformunu oluşturduk. Üniversite sanayi işbirliği üzerine bir araya gelip projeler üretiyor, hayata geçirme adına adımlar atıyoruz. 'Proje Pazarı' diye bir kavramımız var. Bu işbirliğini yapabilmek hakikaten bir süre aldı. Bu işbirliğini yapabilmek için güven çok önemli, gerçekçi olmayan şeyleri söylememek lazım, bu durum hemen olmuyor. Dolayısıyla bunları gerçekten yapmak için ciddi çaba sarf ettik, geldiğimiz noktada şu anda birçok şirketimize üniversite hizmet veriyor.

İstenilen noktada mısınız?

Hayır, hâlâ değiliz ama en azından o kültür oluşmaya başladı. Altyapı var.

Bu konuda somut örnekler var mı?

Belirli ürün gruplarıyla ilgili pazar araştırmaları yapıldı. Şirketlerde ürün gruplarıyla ilgili endüstri mühendisliği süreç iyileştirme çalışmaları yapıldı. Bazı bölümlerin mezuniyet bitirme projeleri, Topluluk şirketleri ile işbirliği içinde yapılıyor. Topluluk şirketlerinden birkaç yöneticimiz, öğrencilere yöneticilik dersi veriyor, liderlik derslerine katılanlar var. İstedığımız noktada henüz değiliz, daha mesafemiz var ama 5 yılda da iyi bir noktaya geldik.

Şu anda üniversite bünyesinde 34 tane proje yürütülüyor.

Bunlar ağırlıklı olarak hangi alanlarda, önümüzdeki dönemde odaklanacağınız yeni projeler hangileri olacak?

Çoğunluğu teknoloji odaklı projeler. Ayrıca sosyal bilimler alanında da projeler yürütülüyor. Tüm bu projelerdeki ana hedef, katma değer yaratarak üniversitede oluşturulan bilgi birikiminin toplumun tüm katmanlarına yayılması olarak özetleyebilirim. Başka bir açıdan bakıldığında, yeni projemiz olarak Tarım Bilimleri ve Teknoloji Fakültesi'ni örnek gösterebilirim.

Hollanda ile ortak yapacağınız bir proje mi olacak?

Wageningen Üniversitesi ile görüşmelerimiz var. Ciddi bir ön araştırma gerekiyordu. Türkiye'deki üniversiteleri araştırdık. Bir program hazırladık. Burada Hollanda ile olan işbirliğine çok önem veriyoruz. Çünkü Türkiye tarımda hak ettiği yerde değil. Bu yıllardır hep söylenen bir şey. Dolayısıyla biz ayakları yere basan gerçekten bir çalışmanın hayat bulmasını istiyoruz.

Selçuk Bey'in başkan olduğu dönemlerde de 'Biz klasik bir Ziraat Fakültesi istemiyoruz' dedik. İncelemelerimiz sırasında gördük ki küçük yerlerde müthiş şeyler üretiyorlar. Topraksız tarım yapıyorlar. Yüzölçümü küçük Hollanda, dünyanın 3'üncü büyük tarım ihracat ülkesi. Onlardaki bölümlerle bizdeki bölümlerin çok uyduğunu gördük. Bizim yeni fakültemiz 5 bölümden oluşuyor. Bu bölümler için teknoloji boyutunu da yönetim boyutunu da kapsıyor. Bu proje bizi çok heyecanlandırıyor. Bununla ilgili yeni bir arsa da bakıyoruz.

"Yer arıyoruz" dediniz, onun için de muhakkak bir yol haritası belirlenmiştir. Ne zaman öğrenci kabulüne başlayacak?

Önümüzdeki 6 ay içerisinde yerimizi belirleyip, en az 2 yıl içerisinde oradaki binamızda eğitime başlama arzusundayız. Eğitime başlayabilmek için başvurumuzu yaptık, YÖK'ün kararını bekliyoruz. Belki ileride bizim Teknopark'ımızın bir bölümü o tarafa gidebilir. Açıkçası Teknopark'ın bu kampüs içerisinde olmasını istiyoruz.

Artık Teknopark dediğiniz yerler, öyle devası alanlar değil. Küçük alanlarda yüksek teknolojiler üretilebiliyor. Çok büyük alanlar gerekmiyor. Bunun en iyi örneği Hollanda. Hollanda'da onu belirli bir alan içinde çok daha verimli bir şekilde yapıyorlar.

Hollanda'da gittim, gördüm. "High Tech Center" diye bir yerleri var. Büyük markalar orada toplanmış, devasa 10 bin kişilik yer. Gerçekten teknoloji üretiyorlar. Böyle bir şey olabilir... Bu konuda bütün üniversitelerin güç birliği yaptığı, bir araya toplandığı bir yapı iyi olur diye düşünüyorum. Dolayısıyla biz sanayi şirketlerini de içeren, bu tip güç birliklerine önem veriyoruz.



İşbirliğindeki model nasıl olacak? Hollanda'daki üniversitenin hocaları buraya gelip dönemsel olarak ders mi verecek?

Öğrenci ve akademisyenlerde mobility (Hareketlilik) olacak. Onlardan buraya gelenler olacak, bizim hocalarımızdan gidenler olacak.

Ama prensipte öğrenci 2 yılı burada okuyacak, 1 yılı Hollanda'da okuyacak, son yılı bizde bitirecek. Böyle bir sistem var. Daha nihai anlaşmalar tam anlamıyla bitmiş değil, ön prensip anlaşmaları var.

Nihai anlaşma bu sene tamamlanır mı?

Tamamlarız. Sene sonuna kadar tamamlamayı hedefliyoruz. YÖK'ten onay aşaması var.

Sanayi ile de iç içesiniz. Sanayici size en çok hangi taleplerle geliyor?

Teknoloji ve araştırma...

Aynı zamanda Portekiz Fahri Konsolosluğu görevini de yürütüyorsunuz ve Türkiye'den orada ciddi anlamda yatırım yapan iş adamlarımız var. Burada durum nedir, Portekizli yatırımcının İzmir'de potansiyeli nedir? Bu açıdan da tespitlerinizi almak isterim.

İzmir'de olan yatırımcılar az miktarda, ama olanların da çoğu ileri teknoloji yatırımlar. Ne gibi yatırımlar dersiniz; mesela elektronik plakaların mikroçip oluşturma teknolojisi. Daha çok ileri teknoloji; az insanla katma değeri yüksek ürünlerle ilgili.

İzmir'de Portekizli kaç şirket var?

Bölgede 3 şirket olduğunu biliyorum. Bir de tabii zamanda rafinerilerde mühendis olarak Portekizli çalışanlar çok var. Portekiz'in şöyle bir özelliği var. Gerçekten yüksek kalifiye eleman ve mühendisleri var. Portekiz'de 10,6 milyon insan yaşıyor, ama en azından bir o kadar Portekizli de bütün dünyaya yayılmış durumda

ve çoğu da mühendis ve kalifiye çalışan, üst düzey çalışan yönetici olarak çalışıyor. Avantajları da dünyada 300 milyonun üzerinde insanın Portekizce konuşuyor olması.

Lizbon'dan İzmir'e bir Start Up köprüsü kurulabilir mi diyorsunuz?

Öyle bir şey denebilir çünkü Portekiz ile yaşam tarzımız da benziyor. Neden olmasın? Lizbon'da Web Summit diye bir oluşum var. İnternetle bağlantılı start-up'ların katıldığı bir platform. Bu platform şu anda dünyanın en önemli 3 teknoloji buluşmasından biri. Özellikle son yıl 30 bin kişi katılım sağlamış. Burada bütün start-up'çılar ve melek yatırımcılar buluşuyor ve projelerini sunuyor. Ayrıca teknolojik danışmanlar geliyor ve destek veriyor. Böyle bir işbirliği içinde hızlı bir kuluçka ve müthiş bir network oluşuyor. İzmir'i de böyle oluşumlarla teknoloji üssü haline getirebiliriz.

Kalıcı yatırım anlamında burada yatırım yapmayı düşünenler var mı?

İzmir'i daha çok katma değeri yüksek ürünlerle bağlantılı yatırımlarda üs olarak görüyorlar. Aslında baktığım zaman bütün parçalar birbiriyle oturuyor. Teknoloji üssü, Web Summit, katma değeri yüksek teknolojili üretim... Teknoloji üssü İzmir olsun, dendi. Bu, sadece biz üniversitelerin "Yapalım" demesi ile olmuyor. Yurtdışında, örneğin Hollanda'da bu konuyla ilgili ciddi devlet desteği var. Dünya şirketlerinin ülkemizde yatırım yapması için devlet desteği ve teknolojik alt yapı şart.

Geçtiğimiz günlerde EGİAD üyeleriyle birlikte Portekiz gezisine katıldınız. Bu geziye yönelik tespitlerinizi bizimle paylaşmanızı istesem...

EGİAD, hakikaten İzmir'in çok aktif derneklerinden bir tanesi, hatta derneği diyebilirim. İsminde olduğu gibi genç ve dinamik. Hızlı hareket ediyorlar, hızlı karar veriyorlar, bu çok güzel bir şey. Portekiz seyahati de öyle olmuştu. Benim de çok keyif aldığım, çok da verimli bir seyahat idi. Güzel girişimler oldu.



Arkadaşlar çok da iyi bir program yapmıştı. Benim de katkı olduysa ne mutlu. Büyükelçiye gittik, Portekiz Ticari Ataşesi de bizimle birlikteydi. Çok güzel bir işbirliği oldu. EGİAD'daki arkadaşların da faydalandığını düşünüyorum.

Spora olan merakınızı da biliyoruz. Sizin Altay, Göztepe ve Karşıyaka spor kulüpleri ile de bir şekilde yollarınız hep kesişmiş.

Bundan biraz bahsedebilir miyiz? 11-12 yaşlarında Göztepe Minik'te futbola başladım. Daha sonra Altay Genç'te basket oynadım. Sonra da Karşıyaka'da yüzme sporuyla ilgilendim. O dönemde de serbest yüzme takımında yüzmüştüm bir süre. Bir de Karşıyaka'da optimist yelken dönemim var.

Ekleme istediğiniz...

Yaşar Üniversitesi olarak, sporu da akademik başarının önemli bir unsuru olarak görmekteyiz. Akademik eğitime sanatı, tasarımı, bilim ve kültür temelli anlayışı ve olmazsa olmaz sporu da entegre ederek başardıkları ile yetinmeyen, sürekli kendini geliştirmeyi amaçlayan öğrenciler yetiştirmeyi hedefliyoruz.

Bu yıl öğrencilerimiz, voleybol, tenis, yüzme, yelken, triatlon, atletizm, okçuluk gibi birçok branşta çeşitli başarılarla imza atarak üniversitemizi gururlandırdı.

Öğrencilerimizin başarılarını büyük beğeni ile takip ediyorum. ■



İNTERYAĞ PETROL ÜRÜNLERİ SAN.TİC.LTD.ŞTİ.

Shell Madeni Yağlar Bölge Distribütörü

**12
YILDIR**

**DÜNYA'NIN VE
TÜRKİYE'NİN
MADENİ YAĞ
PAZAR LİDERİYİZ**



Atatürk Organize Sanayi Bölgesi 10026 Sokak No:19 Çiğli - İZMİR // Tel: 0232 449 83 85 • Fax: 0 232 449 87 32

interyag@interyag.com.tr www.interyag.com.tr

Tekkredi Kurucusu ve CEO'su Pelin Anlı Bedirhanoğlu: Bir yatırımcıdan yatırım almak uzun soluklu ve bir arada çalışmayı gerektirecek bir iş. Bu sebeple girişimcilerin yatırımcıların beklentilerini bilip ona göre işi şekillendirirken; bir taraftan da kendilerinin ve şirketlerinin beklentilerini doğru belirleyip bunları yatırımcılarla komünike etmelerinin önemli olduğunu düşünüyorum

“Girişimcilik çok heyecanlı ve katma değer yarattığınızı hissettiğiniz bir süreç”



Yatırım ihtiyacını ve yol haritanızı bilip yatırımcıya öyle gittiğinizde çok daha etkili oluyor.



Girişimcilik çok heyecanlı ve katma değer yarattığınızı hissettiğiniz bir süreç olduğunu belirten Tekkredi Kurucusu ve CEO'su Pelin Anlı Bedirhanoğlu, “Bununla birlikte oldukça ince uzun bir yolun sizi beklediği, riskli ve bol miktarda zorluğu içinde barındıran bir süreç” dedi.

Yatırım alma sürecinin girişimci için başlı başına bir iş olduğunu zamanı ve eforu doğru kullanmak adına doğru aşamada doğru yatırımcıya gitmenin önemine vurgu yapan Bedirhanoğlu, “Doğru zamanda doğru yatırımcıya gittiğini düşünen girişimcilere ise tavsiyem, yatırımcılarla uzun soluklu ilişkiler

kurmaya çalışmaları, yatırımcıların beklentilerini iyi anlamaları, işle ilgili yatırımcıların olası geri bildirimlerine kulak vermeleri, hızlı öğrenmeleri ve değişikliklere adapte olabilmeleri” diyor.

Kurumsal hayattan girişimciliğe geçişiniz nasıl oldu? Bir girişim başarısız olduktan sonra tekrar kurumsal hayata dönmeyi hiç düşündünüz mü? Tamamen farklı bir sektörde yeni bir girişim fikri nasıl doğdu? Kısaca hikayenizi paylaşabilir misiniz?

Kurumsal hayatta yatırım bankacılığı yaparken farklı sektörlerle, şirketlerle ve iş fikirlerine ekspoz olduğum bir 3.5 sene geçirdim ve aslında



Ancak unutmamak gerekiyor ki bir yatırımcıdan yatırım almak uzun soluklu ve bir arada çalışmayı gerektirecek bir iş. Bu sebeple girişimcilerin yatırımcıların beklentilerini bilip ona göre işi şekillendirirken bir taraftan da kendilerinin ve şirketlerinin beklentilerini doğru belirleyip bunları yatırımcılarla komünike etmelerinin önemli olduğunu düşünüyorum.

TEK KREDİ.COM



bu dönemde bir iş fikrini nasıl değerlendirmem gerektiğine dair çok şey öğrendim. Bu dönemde yakından takip ettiğim sektörlerin başında bilişim teknolojileri ve finansal teknolojiler geliyordu. Dünyadaki ve Türkiye'deki girişim sermayelerinin yatırımlarını, başarılı ve başarısız olan teknoloji girişimlerini yakından takip ediyordum ve bir gün kendim bir iş kurarsam bu ne olmalı diye bir kısa listem uzun süre oldu.

Kendime çok uzun seneler önce koyduğum bir hedef vardı, 30 yaşımdan önce kendi işimi kurmak istiyordum. 29 yaşında kurumsal hayatı bırakarak bu kısa listemdeki iş fikirlerini, her biri kendi alanında ilerlemiş olan güvendiğim büyüklerimle birlikte değerlendirmeye başladım ve sağlık sektöründe ileri gelen yatırımcılarımızın katkılarıyla ilk girişimimi ortağım ile birlikte kurduk.

Bu girişim başarısız olduktan sonra kurumsal hayata dönmeyi tabii düşündüm ve bu geçiş sürecinde gene fikirlerine güvendiğim, kariyerinde benden çok ileride olan, hem kurumsal hayatta hem girişimcilik dünyasında örnek aldığım kişilerle sohbet ederek kendileriyle fikir alışverişi yapmaya başladım. Kurumsal hayatta

oldukça uzun seneler çalışmış olan çok başarılı bir tanıdığım, bana çok değerli bir tavsiye verdi ve girişimci ruhlu bir kişi olarak bir işi sıfırdan bir milyona getirmenin mi yoksa bir milyondan yüz milyona getirmenin mi beni daha çok heyecandıracağını değerlendirmemi söyledi. O görüşmeden çıktığım anda tekrar girişimci olmak istediğimi biliyordum.

İki girişiminize de yatırım alabilmiş bir girişimci olarak yatırım arayan girişimcilere önerileriniz nelerdir? Yatırım ihtiyacına neye göre karar veriyorsunuz? Girişimlerde yol haritanız önceden belli olup ona göre mi yatırım arıyorsunuz yoksa gelen yatırıma göre yol haritanızı mı şekillendiriyorsunuz?

Yatırım ararken öncelikle iş için hangi yatırımcıların stratejik açıdan doğru yatırımcı olacağını, yani akıllı para getireceğini belirlemek ve işin o aşamadaki büyüklüğüne uygun yatırımcı olacağını saptamak çok önemli. Yatırım arama sürecine girdiğinizde yüzlerce yatırımcıyla görüşüp sadece bir-iki yatırımcıdan yatırım alabildiğiniz bir süreci geride bırakmak oldukça olası. Ancak yatırım alma süreci girişimci için başlı başına bir iş ve zamanı ve eforu doğru kullanmak adına doğru aşamada doğru yatırımcıya gitmenin çok önemli olduğuna inanıyorum.

Doğru zamanda doğru yatırımcıya gittiğini düşünen girişimcilere ise tavsiyem, yatırımcılarla uzun soluklu ilişkiler kurmaya çalışmaları, yatırımcıların beklentilerini iyi anlamaları, işle ilgili yatırımcıların olası geri bildirimlerine kulak vermeleri, hızlı öğrenmeleri ve değişikliklere adapte olabilmeleri.

Yatırım ihtiyacını ve yol haritanızı bilip yatırımcıya öyle gittiğinizde çok daha etkili oluyor. Yatırımcı size para verirken o parayla neyi ne için yapacağınızı bildiğinizi bilmek istiyor ve yapacaklarınızın büyük ve yapılabilir olduğunu görerek para vermek istiyor.

Yatırım alma süreci girişimci için başlı başına bir iş ve zamanı ve eforu doğru kullanmak adına doğru aşamada doğru yatırımcıya gitmenin çok önemli olduğuna inanıyorum. Doğru zamanda doğru yatırımcıya gittiğini düşünen girişimcilere ise tavsiyem, yatırımcılarla uzun soluklu ilişkiler kurmaya çalışmaları, yatırımcıların beklentilerini iyi anlamaları, işle ilgili yatırımcıların olası geri bildirimlerine kulak vermeleri, hızlı öğrenmeleri ve değişikliklere adapte olabilmeleri.



Yatırım ihtiyacını belirlerken farklı metrikler kullanmak mümkün, sektörde diğer benzer şirketler hangi değerlemelerle nasıl yatırım aldı gibi, ancak özetle şirketin önümüzdeki yaklaşık 18 aylık sürede ne kadar paraya ihtiyaca olacağını hesabı ve bu 18 ayın sonunda şirketin geleceği noktanın iyi anlatılabilmesi çok önemli. Hem melek hem kurumsal yatırımcıların teknoloji girişimlerine bir gün hisselerini satmak için yatırım yaptığını aklımızda bulundurarak yatırımcıya yatırım sonrasındaki 5 senenin sonunda şirketin potansiyel büyüklüğünün ve olası şirket satış imkanlarının da ilk günden anlatılması önemli. Farklı aşamalarda yatırımcıların beklentileri de değişiyor. Henüz kurulum aşamasındaki bir girişimde yatırımcılar daha çok ekibe, iş modeline ve vizyona yatırım yaparken yatırım tutarları büyüdükçe ilerleyen aşamalarda daha çok sayılar ön plana çıkıyor. Başta vaat ettiklerinizin nasıl gerçekleştiği, işin nereye gittiği, büyüme rakamlarının nasıl olduğu, büyüme potansiyelinin büyüklüğü, ekip büyüklüğü ve çıkarılan işin durumu gibi rakamsal faktörler ön plana çıkıyor.

Ancak unutmamak gerekiyor ki bir yatırımcıdan yatırım almak uzun soluklu ve bir arada çalışmayı gerektirecek bir iş. Bu sebeple girişimcilerin yatırımcıların beklentilerini bilip ona göre işi şekillendirirken bir taraftan da kendilerinin ve şirketlerinin beklentilerini doğru belirleyip bunları yatırımcılarla komünike etmelerinin önemli olduğunu düşünüyorum.

Doktorburada sizce neden devam etmedi? O süreçten çıkardığınız dersler nelerdir? Tekkredi'ye katkıları nelerdir? Günümüz ekonomisinde Tekkredi'nin büyüme yönünde önemli bir fırsatı olduğunu düşünüyor musunuz?

Doktorburada'nın devam etmemesinde en önemli sebebi o dönemde içinden geçtiğimiz regülatif değişiklikler sonrasında pazarımızın oldukça küçülmesi

ve pazar-ürün uyumsuzluğunu aşmamamızı.

Doktorburada özel sağlık sigortası olan hastaların özel kurumlardan doktor randevusu alması için kurulan bir platformdu. Ancak o dönemde devlet üniversitelerinde görevli olan doktorların muayenehanelerinde çalışmasını engelleyen kanun değişikliği oldu ve bizim pazarımız kısa bir sürede 15 bin muayenehaneden 3 bin muayenehaneye düştü. Küçülen bu pazarda Türkiye’de toplam sayısı o gün itibarıyla 1.2 milyon kişi olan özel sağlık sigortalı hastalar için randevu alma alışkanlıklarının ise değiştirilmesinin çok maliyetli olduğunu gördük.

Pazarımızı büyütme adına özel hastanelere giden ve sayısı 60 milyonu aşan SGK’lı hastalara odaklandık ancak o noktada da ciro yaratmakta oldukça zorlandık ve ekipçe bir karar alarak şirketi kapatma yoluna gittik.

Doktorburada da Tekkredi de B2B2C iş modelleri. Yani şirket önce başka bir kuruma satış yapıyor diğer taraftan da partneri olduğu bu kurumlara bireyleri çekmeye çalışıyor. Bu aşamada Tekkredi’de Doktorburada deneyiminin çok faydası olduğunu söyleyebilirim. Özellikle bireylere ulaşma noktasında ve dijital pazarlama tarafında Tekkredi çok daha verimli büyüyen bir platform oldu. Doktorburada ilk girişimimdi ve stratejiden operasyona farklı birçok noktaya ilk defa yönettiğim bir süreç yaşadım. Tekkredi’de ise daha önce yaptığım hataları yapmamamın yatırım alma süreçlerinde ve şirketin büyüme hızında oldukça olumlu katkıları gördüm.

Kurumsal yaşantıyı bırakmış, iki girişim kurmuş, halen daha bir girişimi devam eden bir seri girişimci olarak, girişimciliği bir kariyer alternatifi olarak öneriyor musunuz?

Öncelikle kişinin kendisine uygun olan işin nasıl bir iş olduğunu belirlemesinin çok önemli olduğuna inanıyorum.



Girişimcilik çok heyecanlı ve katma değer yarattığınızı hissettiğiniz bir süreç olmakla birlikte oldukça ince uzun bir yolun sizi beklediği, riskli ve bol miktarda zorluğu içinde barındıran bir süreç. Bence Türkiye adına güzel haber, dünyada olduğu gibi kurumsal uçla girişimcilik ucu arasında pozisyonların artık Türkiye’de de olmaya başlaması.

Bazı kişiler gerçekten kurumsal hayatta çok daha mutlu edici olabiliyor. Girişimcilik çok heyecanlı ve katma değer yarattığınızı hissettiğiniz bir süreç olmakla birlikte oldukça ince uzun bir yolun sizi beklediği, riskli ve bol miktarda zorluğu içinde barındıran bir süreç.

Bence Türkiye adına güzel haber, dünyada olduğu gibi kurumsal uçla girişimcilik ucu arasında pozisyonların artık Türkiye’de de olmaya başlaması. Bir teknoloji girişiminin ilk çalışanlarından biri olarak ya da şirkette önemli bir pozisyona gelerek hem hisse sahibi olmanız hem şirket çalışanı olmanız, bir girişimin hızlı büyümesine katkıda bulunmanız ve aslında hissenizin değerini artırmak için çalışmanız kültürü yavaş yavaş Türkiye’ye de gelmeye başladı. Kurumsal hayattan direkt girişimciliğe geçiş yapma konusunda çeşitli çekinceleri olan kişiler için böyle bir alternatifin de oluşunu bilmek hem teknoloji girişimleri hem de sektörün kendisi için olumlu bir gelişme.

Ekleme istedikleriniz?

Yarın Dergisi’ne ve tüm EGIAD ekibine bu röportaj için teşekkür ederim. ■

Bülent Yarol: Türkiye’de kayıt dışı ekonomi kalkmadığı zaman hukuk sistemi düzelmez

“*Akvaryumdan çıkıp,
kendinize
dışarıdan bakın*”



“Para kazanmak adına müvekkilimin huzursuzluğunu üzerimde taşıyamam. Hiç yapmadım, yapmayacağım da. Açık, şeffaf ve anlaşılır olmak lazım. Müvekkilime her şeyi basitleştirilmiş bir şekilde açıklarım, riski varsa söylerim. Vazgeçemeyeceğim tek şey; ailem.”



Karşınızda; hukuk alanında 40 yıla yaklaşan bir tecrübe ile Bülent Yarol ve aynı alanda emin adımlarla ilerleyen kızı Yağmur Yarol...

Sizi, Kuşaktan Kuşağa köşemizde bu baba-kızın hikâyesi üzerinden Türkiye’deki hukuk sistemine, İzmir’in iş dünyasında yolculuğa çıkarıyorum.

Gençlerin sevdikleri iş yapmasının önemine dikkat çeken Bülent Yarol, hayatlarına dair kararları kendilerinin vermesinin önemine vurgu yapıyor. Yarol, hayata dair tavsiyelerini “Sevilen iş tutkuyla yapılır. Çok para kazanıp kazanmamak önemli değil, manevi tatmin de para kazanmak kadar ötelenmeyecek bir şey. Ayrıca keyifle zaman geçirecekleri uğraşları olsun. Global olsunlar, İngilizce öğrensinler, yurtdışına gitsinler” diye anlatıyor.



RÖPORTAJ: SEDA GÖK



Türkiye'deki hukuk sistemine yönelik de değerlendirmelerini dinlediğimiz Bülent Yarol, "Ülkeleri belirleyen ekonomi ve politikasıdır. Ekonomi ve politika temel yapıdır, hukuk ise üst yapı kuruluşudur. Hukuk mevcut yapının üstüne kurulan bir şemsiye gibidir. Yapı kötü ise şemsiye çalışmaz, işlemez diye bakıyorum. Bugün yaşanan güncel olayların temeline bakarsanız, politik ve ekonomik yapının bozukluğundaki detayları görürsünüz. Türkiye'de kayıt dışı ekonomi kalkmadığı zaman hukuk sistemi düzelmez. Bizim adliyemizde olan davaların yaklaşık yüzde 30'u baştan uyuşmazlık konusu olmaması gereken davalardır" diyor.

Öte yandan Yağmur Yarol, tamamen kendi isteğiyle bu alanda eğitimini aldı ve Yarol markasının global alanda etkin olmasını hedefliyor.

Tecrübesi ve eleştirirken bile naifliğinden taviz vermeyen Bülent Yarol ile onu ayrıntıcılığı ve global düşünme ayrıcalığı ile tamamlayan Yağmur Yarol, İzmir'in iş hayatındaki potansiyelini daha iyi değerlendirmesi gerektiğinde birleşiyor.

Bülent Bey, sizi sizden dinleyerek başlayalım mı?

Bülent Yarol: Buca Lisesi'ni sonra da Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi'ni 1981 yılında bitirdim. 1984 yılında İzmir'de avukatlığa başladım.

Aslen İzmirli misiniz?

Bülent Yarol: Ailem Erzurumlu, ben 1 yaşındayken İzmir'e taşınmışız. Yani İzmirliyim. 36 yıldır kesintisiz çalışıyorum. Sağlığımız el verdiği müddetçe de çalışacağız.

Uzmanlaştığınız alan neydi?

Bülent Yarol: Hukuk fakültelerinden bir ihtisastan geçmeden mezun oluyoruz. Mesleğe başladıktan sonra baktım herkes aynı şeyleri yapıyor. Böyle olmaması gerektiğini düşündüm. Mesleğimin ilk 5 yılında yaptığım işleri karşılaştırmaya başladım. Daha sonra kendime bir alan belirlemenin ve böyle devam etmenin daha iyi olacağını düşündüm.

BÜLENT YAROL:

Bu mesleği çok severek ve tutkuyla yapıyorum. Ama son tahlilde bu bir meslektir. Yani ben bu değilim, ben sadece bu değilim. Hayata böyle baktığım için çocuğumun da hayatında ne istiyorsa yapmasını ve kendisi olmasını istiyorum. Bunca yıldır bu işi yorgunluk hissetmeden yapıyorum, çünkü meraklıyım. Ama sonuçta bu bir meslek. Benim bir hayatım var. Yağmur'un da ilk günden beri bir hayatı olsun, mesleği ne olursa olsun diye baktık. Onun için bir baba olarak içten içe gelmesini arzu etsem de bir taraftan da istediğini yapsın, hayatını yaşasın hayat bir tane çünkü dedik.

İzmir'in yapısına baktığımda; 2 temel alan saptadım. Birisi 'Ticaret Hukuku', diğeri de 'Gayrimenkul Hukuku' idi. 'Gayrimenkul Hukuku'nda o dönem kooperatifler çok yaygındı. 'Kooperatif Hukuku'nda bayağı çalışmalarım oldu. Sonra dönem gereği kooperatifçilik azaldı. 1990'lı yılların başında Türkiye'de franchise konusu pek bilinmiyordu. Bu konuya merak saldım ve üzerine çalıştım. 1995 yılında Tansu Çiller döneminde Marka Patent Mevzuatı Türkiye'ye geldi ve bu alanda da çalışmaya başladım. 1998 yılında Marka Patent Vekili oldum. Marka Patent ile ilgili işlere baktım. Türkiye'nin ekonomik ve siyasi durumuna göre yaptığınız işlerin yoğunluğu değişiyor.

Marka Patent Vekilliği o zaman önemliydi. Sonra Marka Patent Vekilliği yaygınlaşmaya başladı. 2000'li yıllardan sonra da Rekabet Hukuku, dikey anlaşmalar ve akaryakıt sektörü alanına girdik. Daha önce akaryakıt istasyonlarının sözleşmelerini büyük şirketler süresiz yapıyordu, bu hususta engelleyici bir şey yoktu. O konuda ilk davayı biz açtık ve Türkiye'de şu an sözleşmeler 5 yılı geçemiyor. Hatta İstanbul'da bazı hukuk fakültelerinde bizim açtığımız ilk davanın derslerde örnek olay olarak öğretildiğini biliyorum. Bu da mesleğin getirdiği en güzel manevi tatminlerden birisidir benim için. Sonra yine ana eksenimiz olan Ticaret ve Gayrimenkul konusunda yol aldık. Aynı eksenin etrafında çeşitlendirerek gidiyoruz.

Bu kadar koşuşturmacanın içinde ne zaman evlendiniz?

Bülent Yarol: 1989 yılında evlendim. 1992 yılında Yağmur dünyaya geldi.

İlk çocuk...

Bülent Yarol: İlk ve tek çocuk. Eşim de avukat, en son SGK'nın şef avukatıydı. 10 yıl önce o da hukuk büromuza katıldı. Büroda şu an 5 avukat çalışıyoruz.

Yine benim için manevi tatmini olan şeylerden biri 1993 yılında yanımda staja başlayan arkadaşım

geçen yıl emekli oldu. Halen bizimle devam ediyor. Kişisel ve mesleki ilişkileri mümkün olduğu kadar doğal tutmaya ve ilişkilerimize sahip çıkmaya çalışıyoruz. Zaten müvekkil ilişkilerimizi de öyle yürütüyoruz. İşimizi severek yapıyoruz.

Sizden kızınızı dinleyelim. Nasıl bir çocuktuk?

Bülent Yarol: Sakin ve uyumlu bir çocuktuk. Çocukluğunda daha hareketliydi, çok konuşkan, atak ve neşeli. Şimdi hukukçu da oldu ya; onun ağırlığı geldi üstüne diyorum. Ayrıca çok iyi tenis oynar. Çok sayıda kupa ve madalya alarak bizi gururlandırdı. Hukuk fakültesine başlayınca derslerin yoğunluğu nedeniyle tenise ara vermek zorunda kaldı. İzmir'e döndükten sonra tekrar oynamaya başladı. Ayrıca Yağmur çocukluğundan beri edebiyata ve tiyatroya oldukça düşkündür.

Sanat ile mi ilgilenmesini istediniz?

Bülent Yarol: Yağmur'un küçüklüğünden beri sanatla ilgili olmasını hep istedim. Yağmur ile 4 yaşından itibaren İzmir'de gitmediğimiz tiyatro kalmamıştı. Sandalyeler kısa kaldığı için bazen seyredemiyorduk. Kitap okumayı da çok seviyorduk. Fırsat oldukça birlikte kitap okurduk. Bu nedenle eşim ile bendeki kitap okuma hastalığı ona da bulaştı. O bakımdan mizacımız birbirine uygun.

Sevmediğiniz huyu yok mu?

Bülent Yarol: Yağmur daha önce İstanbul'da haftanın 7 günü gece yarısına kadar çok yoğun bir tempoda çalıştı. Bizim ofisimizde de alıştığı bu yoğun tempoyu sürdürmeye çalışıyor bu konuda çatışıyoruz.

Peki, hukukçu olması konusunda hiç baskınız olmadı mı? "İşte hazır ofis var, işi sen devam ettir" demediniz mi?

Bülent Yarol: Bu mesleği çok severek ve tutkuyla yapıyorum. Ama son tahlilde bu bir meslektir. Yani ben bu değilim, ben sadece bu değilim. Hayata böyle baktığım



YAĞMUR YAROL:

Ticaret Hukuku'nu seçtim, zaten onun üzerine yüksek lisans yaptım. Tabi gayrimenkul ve diğer alanlarda kendimi geliştirmek istiyorum. Babama bakınca 35 yılın birikimini görüyorum, ben ise daha çok yolun başındayım.

için çocuğumun da hayatında ne istiyorsa yapmasını ve kendisi olmasını istiyorum. Bunca yıldır bu işi yorgunluk hissetmeden yapıyorum, çünkü meraklıyım. Ama sonuçta bu bir meslek. Benim bir hayatım var. Yağmur'un da ilk günden beri bir hayatı olsun, mesleği ne olursa olsun diye baktık. Onun için bir baba olarak içten içe gelmesini arzu etsem de bir taraftan da istediğini yapsın, hayatını yaşasın hayat bir tane çünkü dedik.

HAYATINIZA DAİR KARARLARI KENDİNİZ VERİN

Burada ekonomik özgürlük bir kriter mi? Sonuçta iyi bir meslek sahibi olması; iyi bir gelir standardını da beraberinde getiriyor. Siz belli dinamikleri kendisine verebilecek güçteydiniz. Acaba bu olmasaydı bu kadar rahat "İstedğin mesleği

yap” diyebilir miydiniz?

Bülent Yarol: Belki diyemezdim. İnsanın içinde bulunduğu şartlar bakış açısını belirliyor. Kendi dönemime bakınca ekonomik şartlarım o kadar iyi değildi, ama ailem kendi kararımı vermeme izin verdi. Bu benim için çok değerli. Hayatımın kararını kendim vermem çok önemliydi, kararı verdim ve çok mutluyum. Onun için kesinlikle kendisi karar versin, olumsuz olabilirdi, mutsuz olabilirdi ama gene kendi olurdu. Bize hasret ve üzüntü düşerdi ama dediğim gibi insan kendi demleniyor.

Yağmur Hanım, sizi tanıyabilir miyiz?

Yağmur Yarol: İzmir Amerikan Koleji’nde eğitim gördükten sonra Koç Üniversitesi Hukuk Fakültesi’ne başladım. İstanbul’da hukuk fakültesinde öğrenciyken uluslararası hukuk alanında çalışan dayım Av. Onat Yıldırım’ın bürosunda yaz stajları yaptım. Hukuk fakültesini bitirdikten sonra Londra’da Uluslararası Ticaret Hukuku alanında yüksek lisans yaptım. Bir yıl Londra’da yaşadım. Orada bir hukuk bürosunda part-time çalıştım. Sonra İstanbul’da birleşme, devralma ve proje finansmanı alanlarında uzmanlaşmış büyük ölçekli bir hukuk bürosu olan Verdi Hukuk Bürosu’nda stajımı yaptım. Yoğun bir tempoda her gün gece yaralarına, hatta bazen sabahlara kadar çalışıyordum. Bu tempo çok yorucu olmakla birlikte bana çok şey öğretti. Daha sonra İzmir’e büromuza geldim, 2 yıldır burada çalışıyorum.

Babanız sizi hemen büroya almamış...

Yağmur Yarol: Evet. Babam; “Buraya gelersen, buranın görgüsü ile sınırlı kalırsın. Enternasyonal bir bilgi getirmen gerekiyor” demişti. Londra’da da çalışmam için teşvik etti. Çünkü yüksek lisans daha havai geçirilen bir dönem olabiliyor. İstanbul’da ve Londra’da bizden farklı hukuk bürosu görmemi, oradaki avukatlar nasıl iletişim kuruyor, ne yapıyor, nasıl dosyalama yapıyor, arşivlemeye kadar her şeye dikkat etmemi söyledi. Ben de öyle yaptım. Gözlemledim, çünkü bu işi bir tek biz yapmıyoruz, nasıl farklı yapıyor onu bilmek gerekiyordu.

BÜLENT YAROL:

Gençler, sevdikleri işi yapsınlar, sevmiyorsa yapmasınlar. İster baba işi ister anne işi fark etmez, sevilen iş tutkuyla yapılır. Çok para kazanıp kazanmamak önemli değil, manevi tatmin de para kazanmak kadar ötelenmeyecek bir şey diye bakıyorum. Muhakkak vakit geçirecekleri bir uğraşları olsun. Bu sanat, müzik, spor her şey olabilir ama orada anı unutacakları, iş dışında koşarak gidecekleri bir yer olsun çok isterim. Onun dışında global olsunlar, mesleki yabancı dil öğrensinler.

İsteyerek mi hukuk bölümünü seçtiniz?

Yağmur Yarol: Evet. Ne babamın ne annemin bir baskısı olmadı. Ailede çok hukukçu var. Annem ilk günden beri “Fen dallarına git, enternasyonal bir dal olsun, dünyanın her yerinde yap, hukuk yerel bir dal” dedi. Babam da her zaman “Sanat ile ilgilen, sanatçı olmak istemez misin?” dedi. Onlar şuna çok dikkat ettiler, “Bizim yüzümüzden hukukçu olmak isteme.”

Hangi alanda uzmanlaşmayı tercih ettiniz?

Yağmur Yarol: Ticaret Hukuku’nu seçtim, zaten onun üzerine yüksek lisans yaptım. Tabi gayrimenkul ve diğer alanlarda kendimi geliştirmek istiyorum. Babama bakınca 35 yılın birikimini görüyorum, ben ise daha çok yolun başındayım. Şu ana kadar Ticaret Hukuku’nda uzmanlaştım, onu ana yapı olarak tutup, yan dallara ileride yönelebilirim.

Birlikte çalışmak zor mu?

Yağmur Yarol: O konuda şanslıyım. Babam çok anlayışlı birisidir. Eleştirisi varsa olabilecek en kibar şekilde yapar. Bu sadece bana değil diğer çalışanlara karşı da böyledir. O yüzden çalışması çok kolaydır.

Hiç sinirlenmiyor musunuz? Hep böyle mülayim misiniz?

Bülent Yarol: Soğukkanlıyım, birden tepki vermem.

Yağmur Yarol: Not edip, sonra geri bildirim yapar.

Bülent Yarol: Hem işte hem özel yaşamda bir sorunu tansiyon yüksekken konuşmayacaksınız. O kavgaya dönüşüyor. Olay soğuduktan sonra meselemizi tartışmak değerlendirmek daha kolay olur. Bunu mümkün olduğu kadar birkaç saat ya da bir gün sonraya atmak daha faydalı oluyor.

Siz de tenis oynuyor musunuz?

Bülent Yarol: Eskiden oynuyordum, daha sonra sağlık problemleri nedeniyle bıraktım. Yürüyüş ve yüzme ile devam ediyorum.



Ortak hobileriniz var mı?

Yağmur Yarol: Bol bol yürüyüş yapıyoruz.

Yürürken de iş mi konuşuyorsunuz?

Yağmur Yarol: Hayattan, işe kadar her şeyi konuşuyoruz. Hafta içi sabah erkenden sahilde yürüyüş yapıyoruz. Hafta sonu da Balçova Terapi Ormanı'nda ailece dağ yürüyüşü yapıyoruz. Onun dışında edebiyat ve şiir ortak hobilerimiz, çocukluğumdan beri tiyatro zaten bizim için başka bir yerde. Birlikte gezilere katılıyoruz.

Ortak hangi hayalleri kuruyorsunuz?

Yağmur Yarol: Ben büronun şu an ki kapasitesinden memnun olmak ile birlikte, hukuki kaliteyi bozmadan olduğundan daha global bir hukuk bürosu anlayışına getirmek arzusundayım. Yurtdışında, eğitimlerimde gözlemleyerek ne katabilirim diye düşünerek geldim. Artan teknoloji ile birlikte şuan başka bir yerdeyiz, burada da kalmayacak daha hızlı ilerliyor. Yakın gelecekte yapay zeka ile birlikte hukuk alanında birçok değişim ve dönüşüm yaşanacak. Bizimde bu dönüşüme hazır olmamız gerekiyor.

Bülent Yarol: Yağmur' a katılıyorum. Daha global bir hukuk bürosu fikri bana da çok heyecan veriyor.

Yarol markası İstanbul'a gider mi? Kızınız böyle bir açılım sergilese ne dersiniz?

Bülent Yarol: Benim bu konuda

YAĞMUR YAROL:

Tabi ki hayatta her şey mümkün ne olacağını bilmiyorum ama İzmir yaşamak istediğim şehir. İzmir'de mutluyum. Şehir, her ne kadar her alanda daha geri de dursa gelecek vadediyor. İzmir'den umutluyum ama tabi ki ileride ne olacağını bilemem, Londra'da bulabilirim kendimi, İstanbul'da da hiç belli olmaz.



sınırlarım yok. Yurtiçi yurtdışı istediği her yere gidebilir.

Yarol markasını globale taşımak anlamında ortak hayaller boyutunda böyle bir açılım düşünür müsünüz?

Yağmur Yarol: Tabi ki hayatta her şey mümkün ne olacağını bilmiyorum ama İzmir yaşamak istediğim şehir. İzmir'de mutluyum. Şehir, her ne kadar her alanda daha geri de dursa gelecek vadediyor. İzmir'den umutluyum ama tabi ki ileride ne olacağını bilemem, Londra'da bulabilirim kendimi, İstanbul'da da hiç belli olmaz.

Bülent Yarol: İstanbul'da işlerimiz var sık sık gidip geliyoruz, oradaki ticari şirketlerin işe bakış açısı da farklı.

Sizin bakış açınız ile İstanbul'u ve İzmir'i karşılaştırmanızı istesem...

Bülent Yarol: İzmir ne kadar da olsa küçük bir yer. İzmir'de sürekli yaşayan insanlar bir süre sonra birbirlerini tanıyor. İstanbul'daki iş adamı avukattan aldığı hizmet karşılığında, ödeyeceği ücreti hiçbir zaman az ya da çok diye düşünmez. Birinci önceliği bakış açısı, işi yapabilir misiniz, işi ne kadar sürede yaparsınız? İzmir'de ise bu kısmen var.

Kurumsallaşma sürecini daha yeni yaşayan bir şehir mi?

Bülent Yarol: İzmir çok eski bir şehir, ticaret, yerleşik bir geçmişli olan şehir. Ama İzmir'de o küçüklükten dolayı her şeyi kazanç diye düşünüyoruz. Bu bir alışkanlık, refleks sadece benim mesleğim açısından değil. Yani bir manava gidersiniz domates kaç lira dersiniz 5 lira derse 4 lira olmaz mı? Meslek olarak ben de bunu çok yaşıyorum. Mümkün olduğu kadar ücretlerim de zaten o işin ağırlığı ve önemine göre... Uygun bir ücretlendirme yapsam da İzmir böyle.

Sizce neden böyle?

Bülent Yarol: İstanbul'da vakit çok kıymetli, İstanbullu iş insanı zamanını aynı işe çok uzun süre vermek istemiyor. İş ehline verip sonucundan emin olmak istiyor. Kendisi verimini kendi işinden alıyor.



35 yıldır alanınızdasınız, Türkiye’de çok fazla Hukuk Fakültesi oldu, kontenjanlarının da çok fazla olduğu ifade ediliyor. Bundan dolayı da aç kalan çok avukat olduğu yorumlarıyla karşılaşılıyor. Bu konuda sizin tespitlerinizi almak isterim.

Türkiye’deki hukuk eğitiminde nasıl bir revizyona ihtiyaç var?

Bülent Yarol: Mesele sadece okul çoğalması değil. Mantık ve jenerasyon değişiyor. Değiştikçe anlayış da değişiyor. Ben Ankara Hukuk Fakültesi’ne girdiğim zaman Türkiye’de 2 tane hukuk fakültesi vardı. Ben öğrenciyken bizim bütün hocalarımız profesördü ve bir kısmı ise ordinaryüs profesördü. Türkiye’deki eğitim kalitesinin düşmesi tüyler ürpertici. Üniversite mezunu işsizler ve cahiller ülkesi olmaya doğru gidiyoruz. Ben İzmir Barosu’nda stajyerlere 4 yıl ders verdim. Bu dersler sırasında stajyer avukatlara yabancı bir

dil bilmenin, master yapmanın, kendilerini yetiştirmenin önemini hep belirttim.

Nasıl geri dönüşler vardı?

Bülent Yarol: Stajyer avukatlara İngilizce bilenler varsa elini kaldırsın dediğimde 2, 3 kişi kaldırırdı. Mesleki İngilizce bilen var mı diye sorduğumda hiç kimse el kaldırmazdı. Master yapanlar var mı diye sorduğumda da çok az kişi el kaldırırdı.

Peki, siz öğrencilerinize o dönemde neleri önerdiniz?

Bülent Yarol: Ben onlara bunları yapmaları gerektiğini, kendilerini en az bir alanda geliştirmeleri ve ilerletmeleri gerektiğini tavsiye ediyordum. Gençlerden çok olumlu geri dönüşler alıyordum. Tavsiyelerimin başında yaşamlarındaki diğer alanlardan fedakarlık edip yurtdışında da eğitim görmeleri gerektiği

geliyordu. Yani bu akvaryumdan çıkıp, dışarıdan kendinize bakın.

Türkiye’deki hukuk sisteminin tartışıldığı bir süreci yaşıyoruz. Böyle bir süreç içerisinde genç işadamlarına iş dünyasına tavsiyeleriniz neler olur?

Bülent Yarol: Ülkeleri belirleyen ekonomi ve politikasıdır. Ekonomi ve politika temel yapıdır, hukuk ise üst yapı kuruluşudur. Hukuk mevcut yapının üstüne kurulan bir şemsiye gibidir. Yapı kötü ise şemsiye çalışmaz, işlemez diye bakıyorum.

Bugün yaşanan güncel olayların temeline bakarsanız, politik ve ekonomik yapının bozukluğundaki detayları görürsünüz. Türkiye’de kayıt dışı ekonomi kalkmadığı zaman hukuk sistemi düzelmez. Bizim adliyemizde olan davaların yaklaşık yüzde 30’u baştan itibaren olmaması gereken davalardır.



Son dönemde özellikle doktorlar ve avukatların alternatif sektörlere yatırım yaptıklarını görüyoruz. Bir bakıyorsunuz inşaat işine girmişler ama işi bilmedikleri için çoğu zaman batıyorlar. Bu tarz oluşumları nasıl değerlendiriyorsunuz? Gayrimenkul alanında uzmanlaşmış bir hukukçu olarak siz gayrimenkul işine girdiniz mi?

Bülent Yarol: Biz bir şirketin problemi için gecemizi gündüzümüzü veriyoruz. O süreçte biz avukatlar kırmızı çizgiyi şurada geçiyoruz; her şeyi ben biliyorum ve yapıyorum o zaman neden ben bu işi yapmayayım çizgisine geliyorsunuz. Aslında bu da bir meslek hastalığı...

Daha çok 35 ile 45 yaş arasında oluyor, bu yaşlar tehlikeli. "Ben de yapayım" diye düşündüm ama benim eşim çok dengeli ve akli başında bir kişidir. "Sen lütfen işini

yap, bizim bir şeye ihtiyacımız var mı?" dedi. Ben eşimin görüşlerine değer veririm. Bu nedenle ben denemedim. Ama bu yolları deneyen birçok meslektaşım kolay gözükken işleri yapamadılar. Birçoğu başarısız oldular. Mesleğe başladığımda çok hırslıydım ama meslek beni terbiye etti.

Bu kadar hırslıyken bugün geldiğiniz noktada vazgeçemedikleriniz ve vazgeçmeyeceğiniz şeyler neler? Örneğin ailemden vazgeçmem, büromdan vazgeçmem, kitaplarımdan vazgeçmem gibi...

Bülent Yarol: Açık, şeffaf, anlaşılır olmak. Müvekkilime her şeyi basitleştirilmiş bir şekilde açıklarım, riski varsa söylerim. Her şeyi çok net bir şekilde anlayıp, gitmesi lazım... Müvekkilimin huzursuzluğunu üzerimde taşıyamam. Hele para kazanmak adına hiç yapamam,

yapmadım, yapmayacağım da. Meslekte sorumluluk duygusu çok önemlidir. Geceleri uyutmayan bir duygudur, sorumluluk duygusu benim için. 1994 yılında halı sahada top oynarken lifleri kopardım, 15 gün evde yattım. Bir müvekkilim, "Sen artık büroya gelemiyorsun biz başka bir avukat mı turalım?" dedi. Bu söz benim için hayatımda öğretici olmuştur. Bu mesleğin sağlıklı yapıldığını, sağlık olmazsa yapılamayacağını idrak ettim. Yani yaptığımız işle bu kadar naif bir bağlantımız var.

Bu büroda varlığının bir saniye sonrası için garantisi yok. Ben her şeyin her an değişebileceğini biliyorum, bu anlamda bu mesleği bırakamam vs. gibi bir önyargım yok. Her şey olabilir. Hayata baktığımda biliyorum ki beni seven bir eşim ve kızım var. Bu nedenle vazgeçemeyeceğim şey; ailem.



BENİM GÜVEN SAHNEMİN OLDUĞU TEK YER AİLEM

Yani benim güven sahnemin olduğu yer ailemdir. Hayatıma namuslu ve dürüst olarak devam edeceğim. Onun dışında vazgeçilmez hiçbir şey yoktur.

Babamın şu kurallarını ben de rol model olarak aldım ve bunları her daim devam ettireceğim dediğiniz ilkeleri neler?

Yağmur Yarol: Kendime için dışında zaman ayırmam gerektiğini, ruhumu besleyecek şeyleri mutlaka yapmam gerektiğini yoksa bir makineden farksız yaşayacağımı her zaman bana söylemiştir. Bu tavsiyelerini hep aldım. İş konusunda da elinden gelen en iyisini yapmayı öğretilmiştir.

40 yıldır İzmir'de iş yapıyorsunuz. 1'inci kuşak, 2'inci ve hatta 3'üncü kuşağı görüyorsunuz. İzmir'deki iş dünyasında gerçekten bir değişim var mı yoksa hala baba ağırlığının, dede ağırlığının olduğu iş dünyası gerçeği mi yaşıyor?

İzmir'de iş adamlarında eski nesil çok dominant, çocuklar daha halim selim gidiyorlar. Bu belki de ekonomik bağımsızlık olmadığındandır, İzmir'deki yapılanmada iş insanları aile içi iktidarı bırakmakta zorlanıyorlar. Bu da tabii mevcut yapılanmanın iş dünyasında daha atak, daha geliştirici ve değiştirici olmasını kısmen engelliyor diye düşünüyorum.

İzmir iş dünyasının, zamanında devretmeye bilmesi lazım.

Bülent Yarol: Kesinlikle. Türkiye'de başarılı iş insanlarının hayatlarını

okuduğumda şunu görüyorum, kaybetmelerine de izin vermeniz lazım. Yani kaybedecekler ki ders alacaklar, bir musibet bin nasihatten iyidir diye bir söz var ya, iş dünyasında da çocuklar ne kadar para batırırlarsa batırırlar çünkü başka türlü pişemiyorlar. Çünkü babalar ne istiyorlar; çok güzel büyüsün, sürekli kazansın ama benim dediğime göre... Hiç öyle bir şey yok, her şey hızlı değişiyor. Sorumluluk almaları için kaybetmelerine izin vermek lazım. Belki orada büyüklerin yapması gereken gençlerin başlarda daha kısmi ölçekli konularda bağımsız karar almalarını izin vermektir.

Ekleme istediğiniz...

Yağmur Yarol: EĞİAD'a 1 buçuk yıl önce üye oldum. Babam da fahri üyesidir. Uluslararası ilişkiler ve Dış Ticaret Komisyonundayım. İlk günden beri beni çok sıcak karşıladılar. Aktif rol almaya çalışıyorum, toplantılara severek gidiyorum. O yüzden de 2. nesil EĞİAD üyesi olarak çok memnunum.

EĞİAD gerçekten İzmir'de saygınlığını ve devamlılığını koruyan lider derneklere biri, belki de en baştaki. Çizgisini, kalitesini ve yaklaşımını hiç bozmadan gidiyor. ■

Eşsiz Vaha

Napa



Kuzey Amerika'nın en kaliteli şaraplarına ev sahipliği yapan Napa Vadisi sanılanın aksine Amerika'nın şarap rezervlerinin yalnızca %4'ünü karşılıyor. Yani İngilizcede "Not the quantity but the quality" sözü ile miktarın değil kalitenin ne denli önemli olduğunu burası için söyleyebiliriz.



Aslı Gökşan



Pırl pırl bir güneş karşılıyor bizi vadinin derinliklerinden... San Francisco şehrinin Ağustos ayında bile zorlayan soğuk ve sisli havasından sonra sadece bir saat sürüş mesafesinde bulunan bu eşsiz vaha, hava açısından beklentimizin de üstünde çıkıyor doğrusu. Genelde güneşli ve ılıman bir Akdeniz iklimi sarmalıyor vadiyi. Kuzey tarafından gelen sıcak ve kuru havayı, güneyinden San Francisco'nun getirdiği okyanus esintisi dengeliyor. Şarabın oluşum süreci, minik bir üzüm fidanının toprağa ekilmesiyle başlayan uzun ve heyecan verici masalsi bir serüven adeta.

Kuzey Amerika'nın en kaliteli şaraplarına ev sahipliği yapan Napa Vadisi sanılanın aksine Amerika'nın şarap rezervlerinin yalnızca %4'ünü karşılıyor. Yani İngilizcede "Not the quantity but the quality" sözü ile miktarın değil kalitenin ne denli önemli olduğunu burası için söyleyebiliriz.





Peki, bir şarabı beğenmediğiniz zaman ne dersiniz? “Bunu beğenmedim, lütfen değiştirir misiniz?” mi?

Söz konusu Napa şarapları gibi kaliteli ve uzun işlemlerden geçmiş, oldukça emek verilmiş, rüzgârın yönünden o yıl ne kadar yağış aldığına kadar ince detaylarla hesaplanan ve ortaya çıkan bir şarap ise cevabım: Hayır. Demeniz gereken; “Ben bu şarabı anlamadım. Lütfen değiştirir misiniz?”

Burası sıradan bir şarap vadisinden çok öte bir ruha ve enerjiye sahip. Kültür, doğa, lokal lezzetler ve de öğrenecek çok şey var. Amerika'nın yüksek kaliteli şaraplarının üretildiği Napa Vadisi, tahmin edebileceğiniz gibi o şarapların yanına yakışacak gurme restoranlarıyla da oldukça zengin.

Napa'nın gastronomik cevherlerinden bahsedecek olursak;

⇨ İlk akla gelen şüphesiz dünyanın tek 3 Michelin yıldızına sahip Amerikalı ünlü şef Thomas Keller'ın gurme adresi: The French Laundry. Aylar öncesinden rezervasyon yaptırmanız gereken bu leziz restoran hayatta bir kez yaşanabilecek deneyimlerden biri, benden söylemesi.

⇨ Eğer şansınız yaver gitmez ve The French Laundry'de yer bulamazsanız şayet, Thomas Keller'ın daha cozy bir ortama sahip restoranı Bouchon'da Fransız lezzetlerini tadabilirsiniz.

⇨ Bir diğer önerim ise tek Michelin yıldızlı, uçsuz bucaksız şarap bağları manzarasıyla şık ve eşsiz bir öğle yemeği alternatifi olan Auberge du Soleil. Şarap önerim: Duckhorn-Cabernet Sauvignon



⇨ Newton Vineyard, LVMH tarafından satın alınmış St. Helena'da bulunan oldukça başarılı bir şarap evi.

⇨ Son önerim ise Dean&Deluca'nın sahibi Leslie Rudd'a ait olan Rudd Winery. Güzel bir Cabernet Sauvignon tatmak ve gurme dükkanından alışveriş yapmak istiyorsanız doğru adres.

Napa Vadi'sini ziyaret etmek için en uygun mevsim tabii ki bağ bozumu zamanı olan Ağustos sonu Eylül başı. Fakat ilkbahar ve sonbaharın tüm aylarında çok keyifli bir deneyim yaşayacağınıza eminim.

Bölgenin en şık otellerinden biri olan Meadowood; ormanlık yürüyüş yolları, golf sahası, bungalow tarzı odaları ve lezzetli restoraniyla mükemmel bir seçim. ■



Şarap içmenin bir adabı olduğu ve şaraptan anlamının yıllar gerektiren bir tecrübeye olduğu doğru. Ama zevkler ve renkler tartışılmaz sözü bu konuda da geçerli. Kokla, salla, tekrar kokla ve iç. Hoşunuza gittiyse o şarap güzeldir. Aslında bu kadar basit. Gelelim şarap tadım evlerine;

⇨ Robert Mondavi Winery size tadım ve bilgilendirme için önerebileceğim ilk adres. Robert Mondavi şarap evini 1966 yılında hayata geçiren ve üzümleri süzmeden fiçilendirme tekniğini ilk uygulayan kişi olmakla da ünlü. Bu teknik sayesinde Sauvignon Blanc cinsi olan beyaz üzümlerden üretilmiş tüm şaraplara Fumé Blanc adı verilmiştir.



⇨ Yountville bölgesinde bulunan Bouchon Bakery ise Thomas Keller'in harika fırını. Kahvaltısı leziz.

⇨ Yine aynı bölgede bulunan bir diğer restoran ise şef Reddington'a ait 'Redd'. Akşam yemeği için uygun olan restoran, gurme bir deneyim için mutlaka denenmeli.

⇨ Gurme ve uzun bir tadım menüsü deneyimi için Meadowood Hotel'in restoranına mutlaka bir akşamınızı ayırmalısınız. Restoranın adı; 'The Restaurant'. Şef Chris Kostow, 3 Michelin yıldızlı restoranının mutfağında harikalar yaratıyor. 9 course'luk tadım menüsüyle birlikte şarap eşleşmesi olarak son derece bilgili olan sommelier'lerine kendinizi teslim edebilirsiniz.

⇨ Oakville bölgesinde bulunan Opus One Winery ise Napa'nın en ünlü şarap markası olan ve yıllandıkça daha da değerlenen kırmızı üzümlü şarapları ile ünlü Opus şaraplarına ev sahipliği yapıyor. Mutlaka deneyimlemelisiniz.



KREDİ KARTIYLA HIZLI BAŞVURU ÖZELLİĞİ İLE

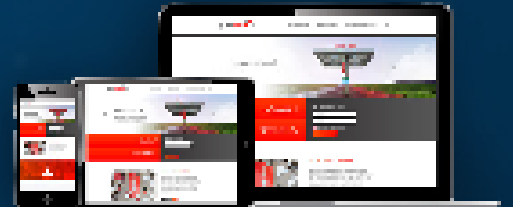
YAKITMATİK'İN ENERJİSİ GÜZEL

Yakıtmatik'ten hızla başvuru yapın,
kredi kartınızla her an istediğiniz
hizmeti de temin edebilirsiniz.
ayrıntılı işlemler için totalmatik.com



 Avantajlı
Hızlı Başvuru
 Herkesin Alabileceği
Fiyatlar
 Uzun
Süreli

 0 850 20 20 530



Muhasebecilik ve İşletmecilik

Muhasebecilik Nerede Başlar, Nerede Biter



Bu yazıyı kaleme almamdaki amaç, günümüzde genelde işletmelerin özelde de KOBİ'lerin yönetim fonksiyonlarını yerine getirmede vazgeçilmez bir unsur olan muhasebe ve bu fonksiyonu yerine getiren muhasebecilerin görevlerinin nerede başlayıp nerede bittiğine ilişkin saptamalar yapmaktır.



Bu saptamaları yapmamın amacı özellikle de girişimciler ve yeni nesil işletmeciler için yol göstermek ya da farkındalık yaratmaktır. Muhasebecilik, ülkemizde resmi ve genel kabul gören unvanıyla "Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik" olarak anılmaktadır. Ancak yine de en genel ve dünyanın gelişmiş ülkelerindeki ifadeyle muhasebecilik olarak kaleme almamda ki amaç, yapılan işin tümünü en iyi kapsayan kelime olmasıdır.

Bu yazıda kaleme aldığım örneklerin ya da ifadelerin bir kısmı tüm işletmelerde olmayabilir ya da geneli kapsamayabilir. Ancak yine muhasebecileri iyi tanıdığımı inanan birisi olduğumu düşündüğümünden, bu yazıdaki örnek ve ifadelerin bir çok muhasebeciyi ve muhasebeci-işletmeci ilişkisini kapsayacağını düşünmekteyim.

Ülkemizde defter tutma olarak da nitelendirilen muhasebecilik yıllar boyunca; ekonomik, sosyal, bilimsel ve teknolojik gelişmelerden etkilenmiş ve işletmelere en fazla değer yaratan fonksiyon haline gelmiştir. Uygulamada, büyük olarak



Prof. Dr. Volkan Demir
Galatasaray Üniversitesi İİBF Dekanı
vdemir@gsu.edu.tr





tanımlayabileceğimiz organizasyon yapısı görece daha gelişmiş işletmelerde muhasebe departmanlarının ve bağımlı çalışan muhasebecilerin olduğunu görmekteyiz. Bu bağımlı çalışan muhasebecilerin görevlerinin nerede başlayıp nerede bittiği ayrı bir yazı konusudur. Burada değineceğim daha çok KOBİ niteliğinde, bürosu olan muhasebecilere defter tutturan ya da onlardan danışmanlık hizmeti alan işletmeler ile muhasebeciler arasındaki görev ilişkisidir.

Aslında muhasebecilerin yasası olarak bilinen ve mesleki milat olarak kabul edilen 3568 sayılı yasa incelendiğinde ideal muhasebeci-işletme görev ilişkisi; işletmenin sunduğu bilgi ve belgeler ile bu bilgi ve belgeleri yasal defterlere kayıt eden ya da edilmesini sağlayan, çıkan sonuçlara göre yasal beyan ve bildirimleri yapan ve işletmenin yükümlü olduğu sosyal güvenlik ve vergi konularında işletmeye yol gösteren bir fonksiyondan ibarettir. Tüm bunlar yayınlanan Asgari Ücret Tarifesinde de açıkça belirlidir. Yani defter tutmanın bir hizmet bedeli ve bunun yanında talep edilen diğer hizmetler olduğunda bu hizmetlerin de ayrı bir bedeli mevcuttur. Ancak bu hizmetlerin ne kadarının müşteriye yansıtıldığı ya da yansıtılabildiği sorusunun cevabını muhasebeci dostlarıma bırakmaktayım. Bunun yanında her geçen gün artan iş yükü acaba müşteriye yansıtılabilmekte midir? Bu konular elbette tartışılması ve çözüme kavuşturulması gereken sorunlardır.

Bence temel mesele, ticaret yapmak amacıyla kurulmuş olan işletmelerin ne kadar işletilebildiğidir. Yani bu işletme sahip, ortak ya da yöneticilerinin ne

kadar işletmecilik bilgisine sahip oldukları büyük önem taşımaktadır.

Yani;

- 】 işletmenin her ay stok durumunu analiz etmek
- 】 işletmenin faturalarını kesmek ve stok, irsaliye ve fatura kontrolü yapmak
- 】 maliyetleri hesaplamak
- 】 personel için puantaj yapmak
- 】 kar/zarar çıkarmak
- 】 ortaklar arasındaki menfaat ilişkisini yönetmek
- 】 ortakların emeklilik işlemlerini takip etmek
- 】 işten ayrılan ya da işten çıkarılan personelin görüşme yapması
- 】 KOSGEB gibi kamu kuruluşlarının teşvik, hibe ve yardımlarını takip etmek

gibi işler, aslında işletmenin faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu faaliyetler işletmelerin sürekliliklerini etkilemektedir. Ancak küçük işletmelerdeki; **“biz alırız, üretiriz, satarız veya hizmet yaparız, gerisini muhasebeci halleder”** düşünce yapısı işletme ile muhasebecinin görevlerinin iç içe geçtiğinin habercisidir. Bir çok muhasebeci, müşteri işletmeden **“biz bu ay çok yoğunuz gelin şu evrakları bir toparlayın”** şeklinde ya da benzer ifadelerle karşılaşmıştır. Ya da benzer tarzda; işle ilgisi olmayan birçok konuda saatlerce eşi, dostu ve akrabasını da çağırıp muhasebecisine vergi, SGK ve diğer konularda sorular sormuş (adına toplantı ya da sohbet diyerek) bedelini (2019 yılı asgari ücret tarifesindeki danışmanlık saat ücreti büroda minimum 298 TL, ilgili işletmede 419 TL'dir) ödemiş midir? Bunlar muhasebecilerin yapmak zorunda oldukları işler midir? Bu soruları çoğaltmak mümkündür. Maalesef bu soruların cevabını (geneli kapsamasa bile) bizler bilmekteyiz.

Aslında sorunun temelini inmekte fayda görmekteyim. Sorunu incelemek için öncelikle şu soruyu sormak gerektiğini düşünmekteyim: **“Muhasebeci nasıl olunur? İşletmeci nasıl olunur?”**

Muhasebeci olmak için; 4 yıllık ilgili bölümlerden mezun olmak, staja başlama sınavını kazanmak, 3 yıl staj yapmak ve yeterlilik sınavını kazanmak gerekmektedir. Yani asgari 7 yıl muhasebeci olmak için zorlu bir mücadeleden geçmek gerekmektedir.

Serbest muhasebeci mali müşavir olabilmek için aşığıdaki özel şartlar aranır:

a) Hukuk, iktisat, maliye, işletme, muhasebe, bankacılık, kamu yönetimi ve siyasal bilimler dallarında lisans seviyesinde mezun olmak veya belirtilen bilim dallarından lisansüstü seviyesinde diploma almış olmak.

b) En az üç yıl staj yapmış olmak.

c) Serbest muhasebeci mali müşavirlik sınavını kazanmış olmak.

d) Serbest muhasebeci mali müşavirlik ruhsatını almış olmak

İşletmeci olmak için bu tür şartlar bulunmamaktadır. Tabi ki gelişmiş ülkeler gibi, ülkemizde de ticaret serbestisi olmalıdır. Girişimcilik özendirilmeli ve desteklenmelidir. Ancak yapacağı iş de dahil olmak üzere her işletmecinin de bilmesi gereken asgari işletmecilik, ekonomi, muhasebe bilgileri mevcuttur. Eğer bir işletmeci bu bilgilerle donatılırsa, özelde kendi işinde başarılı olma şansı, genel de de ülkemiz ekonomisi için fayda yaratma olanağı bulunmaktadır. İşletmeci adayları için en azından şu konuları bilmeleri fayda sağlayacaktır:

İşletmecilik nedir? Nasıl Yapılır?

- ▶ Temel yönetim ve pazarlama teknikleri?
- ▶ Hesap nedir?
- ▶ Hesaplaşma nedir?



- ▶ Cari hesap nedir?
- ▶ Mizan nedir?
- ▶ Bilanço nedir?
- ▶ Kar/Zarar nasıl hesaplanır?
- ▶ Maliyet nasıl hesaplanır?
- ▶ Maliyetler nasıl kontrol edilir?
- ▶ Maliyetler nasıl düşürülür?
- ▶ Üretim ile muhasebenin bağıntısı nasıl kontrol edilir?
- ▶ Bütçe nedir, nasıl yapılır? Bütçe yönetimi ve kontrolü nasıl yapılır?
- ▶ Nakit akışını nasıl kontrol ederiz?
- ▶ Yatırım yapalım mı yoksa yapmayalım mı?
- ▶ Finansal bilgilerden nerelerde yararlanırsınız?
- ▶ Fonlama nedir?



- ▶ Alternatif maliyet nedir?
- ▶ Yatırım geri dönüşü nasıl hesaplanır?
- ▶ Yatırımlar nasıl finanse edilir?
- ▶ Vergi planlaması ne avantaj sağlar?
- ▶ Yabancı kaynak mı kullanalım yoksa özkaynak mı?
- ▶ Temel faiz hesaplamaları nasıl yapılır?
- ▶ İşletmenin finansal tablolarından borç ödeyebilme gücü ölçülebilir mi?

SONUÇ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Ülkemizde, büyüklüğü ne olursa olsun, kurulmuş olan ve kurulacak olan her işletme çok önemlidir. Bu önem gün geçtikçe de artmaktadır. Ülkemizde, girişimcilik projeleri ve girişimcilerin daha fazla desteklenmesi gerekmektedir. Ancak bunlar yapılırken sürdürülebilir olma temel ilke olarak kabul edilmelidir. Aksi halde plansız, programsız ve işletme sermayesi olmaksızın kurulan işletmeler ile sonuç hüsrana olacaktır.

Bu nedenle;

▶ İlgili Bakanlıklar, ticaret odaları, TÜRMOB (illerde SMMM Odaları), üniversiteler bir araya gelerek, iş kuracaklara ve iş kurmuş olanlara “işletmecilik eğitim programları” düzenlemelidir.

▶ Bu programları başarı ile tamamlayanlar bir takım haklarla ödüllendirilmelidir.

▶ Halihazırda kurulmuş olan küçük işletmeleri birer temsilcisi de birtakım haklar (vergi, SGK indirimi gibi) karşılığında bu eğitim programlarına dahil edilmelidir.

▶ İşletmeci ve muhasebecilerin görev sınırları konusunda farkındalık yaratılmalıdır.

▶ Muhasebecilerin ücretleri zaman ve fonksiyon esaslı olarak yeniden düzenlenmeli ve böylece her muhasebeci zamanını, hizmet bedelini en iyi şekilde karşılayan işlere yönelerek işletmeye daha fazla fayda sağlayabilmelidir. ■

FORSNOVA

VİLLA OVAÇIK



Türkiye’de yolunu kaybeden pizzaya yeni bir soluk getirmeyi hedefleyen Özgür Kılınçlar’ın sloganı; a perfect margherita is always imperfect

Nappo ile Pizzanın ‘Meleği’ Oldu, İzmir’de Napolitan’ı Yerelleştirdi



RÖPORTAJ: SEDA GÖK

Özgür Kılınçlar ile 2 yıl boyunca her Çarşamba daha iyi bir içeriği YARIN Dergisi okurlarına ulaştırmak için aynı yayın kurulu masasında emek verdik. Bazen tatlı tatlı daha iyisi için didiştik, bazen “evet budur” dedik. Şimdi bir girişimci hikâyesi ile bir araya gelmek ayrı bir keyif ve bu keyfi sizlerle her ayrıntısıyla paylaşmak arzusundayım. Bu hikâyede birçok başlığı aynı anda okuyacaksınız. Nappo’nun üzerinden; EGİAD Melek yapılanmasını, yatırım trendlerini, pizzanın tarihini, dünyadaki gelişmeleri ve napolitan pizzanın bütün ayrıntılarını dinleyeceksiniz. “İtalyan pizzacısı diye değil, gerçek bir napolitan pizza yapan Amerikan tarzı bir pub açayım” diye yola çıkan Özgür Kılınçlar, merkezi Napoli’de olan Napolitan Pizza Birliği’den sertifikalı Türkiye’nin tek ‘Napolitan Pizzaiolosu... Türkiye’de yolunu kaybeden pizzaya yeni bir soluk getirmeyi hedefleyen Özgür Kılınçlar, Nappo’nun hedefini “Bir şeyin çok iyi algılanmasını istiyorum. Nappo çok iyi pizza yapan bir pub. Burada iki defa pizza yerseniz ikisi de birbiriyle aynısı olamaz. Aynısı olursa zaten bir şeyi yanlış yapıyorumdur. O yüzden sloganım; a perfect margherita is always imperfect” diyor.

Nappo markasının önümüzdeki günlerde İzmir başta olmak üzere farklı illerde de pizza tutkunları ile buluşacağına müjdesini veren Özgür Kılınçlar, ayrıca “Nappo içerisinden başka isimler çıkaracak. Bu adamlar gerçek pizza yapıyorlar dedirttikten sonra farklı hedef kitlelere farklı projeler üretmek mümkün. Nappo başka markalar başka konseptler yumurtlayacak” diyor.





“Yeni dünya düzeninde fikir değil fikrin nasıl uygulanacağı önemli. O yüzden yatırımcıların ilk dikkat ettikleri şey; girişimcilerin ortaklık modelinin yapısı. O yüzden yeni ekonomi modelinde daha girişimler çekirdek aşamasından itibaren ortaklık yapıları ile alıp almama yetenekleri artıyor ya da azalıyor.”



Öncelikle sizi tanıyalım mı?

Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü mezunuyum. İş hayatına uluslararası bir firmada pazarlama ve satış yöneticisi olarak başladım. Hem ürün müdürlüğü hem satış müdürlüğü yaptım. 7 yıllık bir profesyonel kariyerin ardından girişimciliğe karar verdim. 27 yaşındayken İzmir’e geri döndüm. Manisa Organize Sanayi Bölgesi’nde kuzenimle beraber plastik ve elektronik ürünler üretimine başladık. Beyaz eşya endüstrisinin OEM tedarikçisiydik. Hem plastik enjeksiyonlu hem de kablolu ürünler yapıyorduk. Vestel, Franke Bosch, Indesit Grubu ile çalışıyorduk. 2015 yılında şirketimizi satarak sektörden çıktık. O süreçte melek yatırımlar ile ilgilenmeye başladım. EGİAD’da Seda Kaya Ösen’in başkanlığı döneminde melek yatırım işinin aktifleşmeye

başladığı bir dönemdi. Aydın Buğra İlter de EGİAD Melekler İcra Komitesi Başkanı idi.

Onunla aktif çalıştık. Sıklıkla İstanbul’a gittim ve o dönem 500’ün üzerinde pitching’i dinledim, bunların bir kısmını İzmir’e davet ettik. Birkaç tanesine yatırım yaptık, bazıları devam ediyor ve çok iyi gidiyor. Bazıları istediğimiz gibi gitmedi ama bu işin doğasında olan bir şey.

Bu dönemde neleri tecrübe ettiniz?

Start up’ların hukuksal zemini ile ilgili birçok birikim oldu. Bir işletmenin ana sözleşmesinin nasıl yapıldığını, sermayedarlar sözleşmesinin nasıl yapılandırıldığını, burada girişimcileri ve yatırımcıları karşılıklı birbirlerini koruyan maddelerin



pratikte nasıl uygulandığını izleme şansı bulduk. O dönemde de EGİAD yönetim kurulundaki arkadaşlarımızdan Ali Barçın ile 2016 yılında bir iş birliği gerçekleştirdik. Ali ile beraber o iş fikri üzerinde uzun süre çalıştık. Daha sonra yine EGİAD'tan arkadaşımıza konuyu açtık. Frederic Pagy de melek yatırımcısı oldu. Her türlü start up fikrinde girişimcilerin kim olduğu kadar girişimcilerin kendi öz sermayeleri ile girişime ne kadar katkı sağladığı işin yatırım almasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkıyor.

Yatırımcılar neye bakıyor?

Bu adamın yetenekleri var mı? Yalnız mı destek olacak farklı profilde destek ekibi var mı? Başarısız olursa bu iş onun canını acıtacak mı? Canını acıtması için de tabii ki kendi sermayesinden katılım yapması da zorunluluk oluyor. Öteki türlü başkasından yatırım aldığın para ile bu işi yönetip beceremezsen sadece yatırımcının canı yanıyor senin sadece harcadığın zaman olarak karşına çıkıyor.

Benim ve Ali'nin sermayelerine ilave olarak Fred de bu işin melek yatırımcısı oldu. Daha sonra iş planı somutlaşınca ben çantamı aldım, Amerika'ya gittim. Orada bu işi kurmak üzere bir maceraya atıldım. Amerika'da yaklaşık 1 yıl kaldım. 1 yıl içerisinde kuruluş aşaması beklediğimizden daha hızlı gitti. Şirket çok hızlı büyüdü.

Bu ne işiydi?

Biz orada otel gibi daireler kiralyoruz. Çok nitelikli binalarda fitness salonu, havuzu, güvenliği, otoparkı olan otelden beklediğin her şeyi alabileceğin tipte dairelerde otel odasından çok daha büyük metrekarelerde kısa dönemli konaklama imkânı sağlıyor. 23 tane dairemiz var. Şimdi Philadelphia Chicago ve Boston'a genişlemeyi düşünüyoruz. Daha sonra Türkiye'ye döndüm. Ali ailesi ile beraber işin başında kalıyor. Amerika'dayken ben ailemi almadan gitmişim, çok uzun süre yalnız kaldım. Hobim kendi kendine şekillendi.

Kendimi bir anda yeme içme ve özellikle pub, pizza ekseninde kraft biralarla ilgilenir buldum.

Asıl hikâye de o zaman mı başladı?

Orada yeme-içme işini çok iyi nitelikli yerlerde zaman geçirerek gözlemledim. Dünyada yeni bir şeyler oluyor ve Türkiye'nin de bu işe aç olduğunu düşünüyorum. Geçen sene Türkiye'ye döndüğümde kafamda fikir netleşti.

Amerika'dan Napoli'ye gidiş nasıl oldu?

Türkiye'ye geldikten 1 ay sonra Napoli'ye gittim. Napoli'de gerçek Napolitan Pizza Birliği diye bir kurum var. Napoli'deki en eski pizza üreticileri ve aileler 1980 yılında bir araya gelmişler ve bu birliği kurmuşlar.

Birliğin özelliği nedir?

Bu birliğin 3 temel misyonu var; en önemlisi napolitan pizzanın standardını belirlemek.

Birliğe göre gerçek napolitan pizzanın özelliği nedir?

Nasıl un kullanılır, nasıl bir su kullanılmalı, pH'ı nasıl bir değerde olmalı, sertliği hangi sertlik derecesinde olmalı, tuz oranı ne olmalı, nasıl karılmalı, nasıl mayalanmalı, nasıl değerlendirilmeli ve kaç saat dinlenmeli? Bu soruların cevapları var. Hamuru standardize etmişler ve daha sonra hamurun üzerine gelecek domates ve malzemenin standardı belli. Bu pizzada soyulmuş bütün domatesler elle, sadece tuz ekleyerek parçalanıyor, inek ya da manda sütünden yapılma mozzarella kullanılıyor. Ortaya çıkan ürünün temeli Margheritadır. Temeli Margherita olan bu pizza özel bir fırında pişiyor. El yapımı taş fırın. Bu fırın çok yüksek derecelere çıkıyor. Piyasadaki pizza fırınları 320-370 derece arasında 3-6 dakika arasında pişiriyor pizzaları. Bu fırın 450-500 derece arasında 60 saniyede pişiriyor. Fırına dört pizza giriyor. Ateşe en uzak olan pizza en fazla 90 saniyede pişiyor.

Türk halkı en çok hangi pizzayı seviyor?

Etli pizza seviyor.
Normalde napolitan pizzanın temelinde Margherita var.
İtalyanlar da et yiyorlar ama iki farklı etin kullanıldığı bir pizza bile yok. İtalyan mutfağında İtalyan pizzada hem sucuk hem napoli salamı olmaz. Türkler bunu seviyor. Gerçek napolitan menü var bir de Türkleştirdiğim menü var. Tekniğini bozmadan içeriğini Türkleştiriyorum. En çok satan pizzam da içeriğinde; domates, mozzarella, sucuk, Napoli salamı kaburga antrikot, mantar.

İzmir'de Napolitan'ı Türkleştiriyorsun...

Malzemeleri ile Turkish Napolitan diye bir linem var. Türkler et seviyor ve karışık et seviyor. Bir etten 200 gram olacağına 4 farklı etten 50'er gram hatta 40'ar gram olsun toplamda 160 gram olsun ama hepsi olsun. Türklerin menüde seçim algoritması değer fayda yaratmak üzerine. Fiyatına bakıyor içerisinde ne var ona bakıyor.

Müşteri fazla beklemiyor (Gülerek...)

Kısa sürede pişmesinin müşteri tarafındaki faydası; hızlı gelmesinden ziyade hamur pişerken hamurun üzerindeki malzemeler kurumuyor. Domatesin tadını domates gibi, peynirin tadını peynir gibi alıyoruz. Napolitan bir pizzaya tepeden baktığımızda kırmızı görüyoruz. Ama diğer piyasadaki pizzalara tepeden baktığımızda o domatesi görme şansımız kalmıyor, çünkü 5 dakikada domates kuruyor. İkinci misyonları, bir okul açmışlar. Burada gerçek napolitan pizza yapmayı öğretiyorlar. Gerçek sertifikalı pizza yapıcısına 'Pizzaiolo' diyorlar.

O okulda eğitim ve daha sonra master eğitimi aldım. Okulun ayarladığı tarihi 2 napolitan pizzacıda 2 ay staj yaptım. Bütün zamanımı o sırada Napoli'deki pizzacılarda geçirdim. 45 farklı pizzacıya gittim. Hepsinin birbiri ile farklarını değerlendirme fırsatı buldum ve Türkiye'ye döndüm.

Birliğin 3. misyonu neydi?

Gerçek napolitan pizza yapan restoranları belgelemek. Bu restoranlarda en az bir tane eğitim almış sertifikalı bir pizzacı çalıştırıyor. Kullandığı malzeme, ekipman ve disiplini ile gerçek napolitan pizza yapıyor diyor.

Dünyada kaç tane bu sertifikaya sahip pizzacı var?

Dünyada 778 tane gerçek napolitan pizza yapan restoran var. Biz de gururla 772'inciyiz ama Türkiye'de ilk gerçek napolitan pizzacı olduk. Bunun 200 tanesi İtalya'da hizmet veriyor. Bir o kadar da Amerika'da var. Japonya'da 60'ın üzerinde gerçek napolitan pizzacı var.

Pizza deyip geçme diyorsun yani...

Birincisi İtalyan pizza diye bir şey var. Bunun karşılığı yok. Türk köftesi diye bir şey yoktur. İnegöl, Tekirdağ, Akçaabat köfte vardır. Bunlar birbirine benzemez. Bir kıymadır ama iki ürünün birbirinden çok farklı karakteri vardır.





Pizza, çok geniş yelpazesi olan bir ürün. Binlerce çeşidi var. Çok meşhurları saymak gerekirse, Newyork'un Peperonisi, Chicago'nun Deep Dish denilen pizzası, California'nın ananaslarla yaptığı pizzası var.

Peki ya İtalya'nın...

İtalya'ya gelirse temelde üç çeşit pizza var. Biri temeli napolitan pizza, okulu ve işin başladığı yerdir. Roma pizza, hamuru daha çıtırır, kırılabilir, üzerindeki malzemeler daha fazla daha çeşitlidir ve büyük bir pizza yapılıp kare kare kesilerek tezgahdan dilimle satılır. Üzerindeki birçok malzeme pişmemiş olur, çiğ peynirler, çiğ domatesler, çiğ soğanlar olur. Üçüncüsü de Milano pizzadır. Milano pizzanın esprisi tavada yapılmasıdır. Hamur ile fırın birbirine değmez ve bu sayede çok yumuşak bir hamur ve yağlı bir tavada yağlı bir hamur olur. Peynir ön plandadır. Bu uzayan peynir görüntüsünün temelidir.

Türkiye'ye geldiniz, sonra süreç nasıl ilerledi?

İstediğim şey tam olarak bir İtalyan restoranı açmak değildi. Pizzada da kahve ve burgerdeki gibi dalgalar var. 1'inci dalga tipik İtalyan pizzacılarıdır. İtalyan pizzacıları bizdeki esnaf lokantalarına denk gelir. Bir aile işletmesi, iyi yemekler yapan ve iddialı olmayan bir restoran. İkinci dalgası; Amerikalılar bu işi alıyor. Pizza Hut, Domino's, Papa John's gibi. Bunlar hala pizza endüstrisinin en büyük kısmına sahipler.

Bu sektöre rakamlarla bakalım mı?

Pizza dediğimizde hepimizin aklına İtalya geliyor. Ama İtalya 40 milyonluk bir ülke ve kişi başı iki buçuk kilogram pizza yeniliyor. Yani 100 milyon ton pizza yeniliyor. ABD, 350 milyonluk bir ülke ve kişi başı 12 kilogram pizza yeniliyor. Sonuç olarak İtalya'dan 40 kat daha büyük bir pizza pazarı var.





Nappo bir pub. Çok iyi pizza yapan bir pub. Burada iki defa pizza yerseniz ikisi de birbirleriyle aynısı olamaz. Aynısı olursa zaten bir şeyi yanlış yapıyorumdur. O yüzden sloganım a perfect margherita is always imperfect diyorum.



Bu 350 milyon kişinin yediği 12 kilogram pizzanın yüzde 50'sini bu üç firma satıyor. Pizza Hut, Domino's, Papa John's... Geriye kalan yüzde 50'yi de 10 binlerce pizza restoranı satıyor. Amerika'da ve dünyada kategorisel olarak en fazla pizza restoranı var. Her Amerikalı son bir ay içerisinde en az bir tane pizza yemiştir oluyor. Doğal olarak bu iş, Amerika'da çeşitleniyor. Birincisi delivery giriyor. Onlar pizza restoranı değil. Onlar delivery restoranı. Domino's sürekli kendine Domino's is a technology company diyor. Çünkü gözünde rakipleri; Microsoft, Apple ve Samsung... Çünkü Dominos'un yaptığı işte sana sipariş kaliteni hazırlanma ve teslimat kaliteni

otomatize eden mükemmel bir sistem kurmak. En iyi pizzayı yapmak gibi bir hedefi yok ama onun hedefi senin aklından pizza geçerken buraya dronlarla pizzayı getirecek bir pizzayı satmak var.

Pizza dağılıp çeşitleniyor, her bölgenin kendi pizzaları çıkıyor. Özellikle New York'ta dilim pizza kültürü hakim. 2010 yılının başlarında Brooklyn'de Roberta's diye bir restoran açılıyor. Bunlar müzisyenler hipsterler ceplerindeki son parayla İtalya'dan kullanılmış bir fırın getiriyorlar. Gerçek napolitan pizzayı bir pub konsepti içerisinde ilk kez kullanıyorlar. İyi müzik, iyi dekorasyon, casual, en iyi kokteyller, en iyi şaraplar, bir yandan da kraft bira devrimi yaşanıyor dünyada. Küçük küçük butik bira işletmecileri ve onlarla harmanlanmış gerçek napolitan pizza.

Bu konsept çok beğeniliyor. Roberta's sonrası Manhattan'da bir kaç marka bu işe soyunuyor ve çok başarılı oluyor. Bu akım Brooklyn'den Amerika'ya zeytinyağı damlası gibi yayılmaya başlıyor. Daha sonra birçok üründe olduğu gibi Amerika'dan Avrupa'ya geri ithal oluyor.

Brooklyn'den çıkıp Amerika'ya yayılıp Avrupa'ya geri geliyor. Bu tarz gerçek napolitan pizza yapan publar Amsterdam, Berlin, Londra, Paris, hatta Roma ve Napoli'de açılmaya başlıyor. Bu 2014 yılından bugüne olan şeyler. Benim de istediğim buydu. Bir İtalyan pizzacısı açayım diye değil, gerçek bir napolitan pizza yapan Amerikan tarzı bir pub yapayım diye yola çıktım

Türkiye'de bu ikisinin bir arada olduğu mekân az, bunu avantaja dönüştürdün sanırım...

Türkiye'de pub var, iyi yemek noktaları var ama ikisini bir araya getiren işletme sayısının çok az olduğunu düşünüyorum. İyi bira, iyi şarap içmek istediğimizde yemekten feragat ediyoruz. Soğan halkasına ya da fıstığa talim ediyoruz. Kemeraltı'nda iyi bir köfte yiyebiliyoruz ama yanında



**İŞ DÜNYASININ
YENİ SİNERJİ ALANI
İZMİR'DE...**

**WITCHO'NUN, ÖZENLE
YARATTIĞIMIZ
EKOSİSTEMİNDE
SİZ DE YERİNİZİ ALIN!**

Çınarlı, 1572. Sk. No:33, 35110 Konak / İZMİR

+ (90) 533 155 96 66 info@withco.work

www.withcoworking.com

çok iyi bir kokteyl içmeyi hayal bile edemiyoruz. İyi içki içmek isteyen insanların iyi yemek yeme özgürlükleri olmalı onun da adına fine casual dedik.

Neden insan bir birahaneye gittiğinde gerçek bir hamburger yiyemesin? Türkiye'de de pizzada yolunu kaybetmişlik vardı, yanlış ürünler doğru ürünlerin önüne geçti ve akması gereken yere akmadı.

Daha uygun fiyata pizza yemeye odaklanmışlar. Ucuz segmentli ürünlerin pazara girdiğini görüyoruz...

13-25 yaş grubunun tercih ettiği bu tarz markalar olmaya devam edecek. Ben bir şeyin çok iyi algılanmasını istiyorum. Nappo bir pub. Çok iyi pizza yapan bir pub. Burada iki defa pizza yerseniz ikisi de birbiriyile aynısı olamaz. Aynısı olursa zaten bir şeyi yanlış yapıyorumdur. O yüzden sloganım a perfect margherita is always imperfect diyorum.

Bu proje için ortaklarınızı ikna etmek zor oldu mu?

Ortaklara hayalimi anlattım. Melek yatırımda bir girişimci üç şeye ihtiyaç duyar. Bir sermaye, iki mentörlük, üç network. Benim buradaki ortaklarımdan mentörlük gibi bir şeye ihtiyacım yoktu. Hem pizzanın nasıl yapılacağını biliyorum hem de deneyime ihtiyacım yoktu. 20 yıldır iş hayatındayım, şirketler kurdum, büyüttüm, sattım.

Ancak onların networklerine ihtiyacım vardı. Şu an 12 ortak var ama 5'i EGİAD üyesi. Finans alanında çalışan iki girişimci var.

Bu markayı başka şehirlerde görecek miyiz?

Evet, çok yakında olacak. Şu an biz yeni bir turdayız. İlk yaptımıza melek yatırım türü denilmiyor. Tohum türü deniliyor. Şimdi birinci tur yapıyoruz. Büyüme planları için tekrar şu an İzmir'de iki yeni restoran açmak için çalışma içerisindeyiz. İşin içinde şu an adı geçmeyen yeni EGİAD üyeleri olacak.

Nerelerde açılacak?

Lokasyonları tam söylemeyeyim. Premium AVM'lerde büyümek istiyoruz.

Neden AVM'ler?

Premium AVM'de özel bir şey yemek isteyen müşteriye odaklanıyoruz. AVM'ye gidiyorsam dondurulmuş ürün yemek zorunda değilim, daha küçük butik işletmelerde daha iyi şeyler yiyebilirim.

Çoğalırken sistemi nasıl profesyonelleştireceksiniz?

Hayalim beş ya da yedi şube olmak. İzmir'de iki premium AVM. Ama Nappo içerisinden başka isimler çıkaracak. Bu adamlar gerçek pizza yapıyorlar dedirttikten sonra farklı hedef kitlelere farklı projeler üretmek mümkün. Nappo 25-45 yaş grubuna hitap ediyor. Yani başka markalar başka konseptler çıkaracak yumurtlayacak.

Onlarda pizza odaklı mı olacak?

Pizza odaklı olacak. Bunun içerisinden daha gençlere yönelik bir ultra casual proje çıkacak. Premium corner çıkacak.

Melek yatırımcılar üzerinden doğan bu hikâye sonuçta yeni markaların oluşmasına da zemin hazırlayacak. Siz EGİAD üyeleri ile çok ortaklı şirket kurmayı ve yönetmeyi teşvik etmiş oluyorsunuz.

Evet, hepsi EGİAD üyesi. Bir yandan EGİAD meleklerinin bu dönem icra kurulu başkan vekiliyim. Biz bir araya gelip yönetim kurulu çalışıyoruz. Tipik bir melek yatırım değil bu. 5 kişilik bir yönetim kurulumuz var ama biz bütün üyelere duyuru yapıyoruz. Herkesi davet ediyoruz. Çok açık tamamen bir yönetim modelimiz var. Yönetim kurulumuz genel kurul gibi geçiyor. İzmir'de bütün ortakları davet ediyoz ve hepsi geliyorlar.

Son olarak yarına dair diğer hayallerini de paylaşır mısınız?

Fine casual daha önce anlatmadım. Şimdi restoranda pizza haricinde bir menü var. Hamburger, taze makarna, salatalar ve steak

var. Her birini kısıtlı 12 porsiyon yapıyorum. Restoranda ve depomda -18 derece bir dolap yok. Hiç bir şeyi dondurarak saklamıyorum. Burası müşterisine 'bitti' diyebilen bir restoran. Bu da çalıştırdığım eleman kalitesinde bana çok yarıyor. Çünkü şu anda Türkiye'de çok fazla gastonomi okulu var çok fazla iyi eleman yetişiyor ama o çocuklar iyi bir şey yapabilecekleri yer bulamıyorlar, çünkü dondurulmuş ürünleri alıp tavaya attıkları yerlerde iş teklifleri alabiliyorlar. Bunu anlattığım zaman koşa koşa geliyorlar, çünkü bu çocuklar için bu gerçek olamayacak bir şey Türkiye'de.

Ekip arkadaşlarımız İzmir Ekonomi Üniversitesi, Pamukkale Üniversitesi'den okullu gençler. Bende pizzacı çalışmıyor. Bende şu an pizza yapan arkadaşlar bir ay önceye kadar pizza küreğini eline almamış. Çünkü pizzacı diye dolaşanlar aslında pideciler. Biz pideci pizzacı kürekçi aramıyoruz. Biz gastronomi mezunu, bıçak kullanmayı çok iyi bilen, malzemeyi bilen, tezgâh nasıl hazırlanır, nasıl devredilir bunu bilen eğitim almış arkadaşlara pizza yapmayı öğreteceğiz dedik. Bu işler büyüyünce içlerinizden bazılarını İtalya'ya yollayacağız. Çünkü aynı sertifikamı iki restoranda kullanamam. Yine sertifikalı pizzacıya ihtiyacım var. ■



GÜMRÜK VE DIŞ TİCARET İŞLEMLERİNİZ DAHA KOLAY

30 Yılı Aşkın Tecrübemizle
Müşteri Odaklı, Güvenilir ve Güncel

- Gümrükleme ve Danışmanlık Hizmetleri
- Dahilde İşleme Rejimi, Yatırım Teşvik Belgesi ve Teşvik Danışmanlığı
- Özel Eğitim Hizmetleri
- İç Denetim Hizmetleri
- Gemi Acenteleri ve Forwarder Şirketlere Gümrük Hizmetleri
- Liman İşletmeleri ve RO-RO İşletmelerine Gümrük ve Sahra Destek Hizmetleri
- Online Hizmetler (Online İş Takibi, E-Arşiv, Özel Raporlama, Entegrasyon)
- Kapsamlı Teminat NTCS Hizmeti
- Dijital Dönüşüm Sistem Entegrasyonları Blockchain Business Çözümleri
- Yurt Çapında Hizmet Veren 14 Şube

Genel Merkez: Sevil İş Merkezi, 1476/1. Sk. No:7
Alsancak-Konak/İzmir

Telefon: +90 (232) 463 23 23

www.birlesikgumruklem.com.tr

Nappo Pizza'ya Büyük Onur

Gerçek Napoliten Pizza Birliği (Associazione Verace Pizza Napoletana, AVPN) tarafından gerçek napoliten pizza sertifikası verilen Nappo Pizza'ya bir onur da 50 Top Pizza'dan geldi.

2019 yılında Mavişehir Mavibahçe Avm'de gerçek napoliten pizza restoranı olarak kurulan Nappo Pizza, amacından sapmadan ilerlemesinin karşılığını aldı. AVPN tarafından dünya üzerinde gerçek napoliten pizza sertifikası verilen 795 pizzacı arasına Türkiye'den sadece Nappo Pizza seçildi. Hiç bir kar amacı gütmeyen ve gerçek pizzanın korunmasını yanı sıra tanıtımını üstlenen AVPN, dünya çapında bu işi doğru yapan ve sertifikalı pizzacı çalıştıran restoranları teftiş edip, standartlara uyuyorsa onlara AVPN markasını kullanma hakkı veriyor.

Kullandığı malzemeden, pizzayı pişirdiği fırına kadar yapılan detaylı bir araştırma sonucu Nappo Pizza da 772 numarasıyla sertifikaya sahip oldu. Nappo Pizza ayrıca, merkezi İtalya'da bulunan dünya çapında en iyi pizzacıları seçen, dünyanın önde gelen pizza ustalarının ve yemek eleştirmenlerinin jüride yer aldığı 50 Top Pizza tarafından da dünyanın en iyi 50 napoliten pizzacısı arasında gösterildi.

Türkiye'de ilk defa bir pizza restoranı listede yer aldı.

Girişimci Özgür Kılınçlar tarafından çoklu sermaye ile kurulan Nappo Pizza, gerçek pizzanın hakkını vermek için pizzada kullandığı un ve domatesleri İtalya'dan ithal ediyor. Pizzanın yanı sıra restoran şefi Sedat Can Parmaksız liderliğinde taze makarna, et, burger, tapas ve salata çeşitlerini de menüsünde bulundurarak damaklara hitap ediyor. Nappo Pizza'yı ulusal ve uluslararası bir marka yapmak için kolları sıvayan Özgür Kılınçlar, kaliteyi kaybetmemek için franchisinge sıcak bakmadığını belirtti. Yakın zamanda Alsancak'ta bir şube açacaklarının müjdesini veren Kılınçlar, "AVPN'den aldığımız sertifika ve 50 Top Pizza tarafından dünyanın en iyi 50 pizzacısı arasına girmemiz şevkimizi artırdı. Türkiye şartlarında doğru bir iş yapmanın gururunu yaşadık. Yakın zaman da Alsancak'ta açacağımız ikinci şubenin ardından dünyanın başkenti İstanbul'da da yerimizi alacağız" dedi.





AVPN

Gerçek Napoliten Pizza Birliği (Associazione Verace Pizza Napoletana, AVPN) 1984 yılında Napoli'de kurulan ve kar amacı gütmeyen bir kurumdur. Misyonu tüm dünyada gerçek Napoliten pizzayı (Verace Pizza Napoletana) korumak ve tanıtmaktır. Vera Pizza Napoletana (Gerçek Napoliten Pizza) ve AVPN kurumun tüm dünyada geçerli tescilli markalarıdır. Dünya çapına yayılmış 795 adet Vera Pizza Napoletana sertifikalı restoran bulunmaktadır. Restoranların "Vera Pizza Napoletana" sertifikası alması için kullanılan domates, un gibi malzemelerin, fırın dahil tüm ekipmanların, hamur tekniğinin ve pizza ustalarının sertifikalarının tamamının kurum tarafından onaylanması gerekmektedir. Napoli'de bulunan Sorbillo, La Notizzia, 50 Kalo, Concettina ai Tre Santi gibi dünyaca ünlü pizza restoranları da sertifikalı kurum üyeleridir. Tüm akredite restoranların girişinde VERA PIZZA ve akreditasyon numarasını belirten logo bulunmaktadır.

50 TOP Pizza

50 Top Pizza merkezi İtalya'da bulunan dünya çapında en iyi pizzacıları seçen kar amacı gütmeyen bir kuruluştur. Jürisinde dünyanın önde gelen pizza ustaları ve yemek eleştirmenleri bulunmaktadır. Türkiye'de ilk kez Nappo Pizza bu listede yer aldı.

Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirliğe Ulaşma Yolunda Ortaklık Süreçleri



Kurumsal kimlik altındaki şirketle aileyi ve aile ilişkilerini ayrı değerlendirmek gerekir. Şirketin türüne (aile şirketleri veya çok paydaşlı şirketler) bakılmaksızın, önemli olan şirketin nasıl yönetileceğine ilişkin profesyonel yönetim kurullarının ve karar organlarının oluşturulmasıdır.



Av. Vefa Reşat Moral
MORAL&PARTNERS Yönetici Ortak



1. Kurumsal yönetim aile şirketleri için neden önemlidir?

Kurumsal Yönetim, Sürdürülebilirliğe giden yolda bir araçtır.

Kurumsal yönetim, bir şirketin ortakları, çalışanları, iş ve çözüm ortakları gibi ilgili bulunduğu tüm parametrelerle arasındaki ilişkiyi, şeffaflık, eşitlik, sorumluluk ve hesap verebilirlik ilkeleri çerçevesinde oluşturması, koruması ve devam ettirmesidir. Dolayısı ile en nihayetinde kurumsal yönetim bir işletmenin işleyişini kişilere bağlılıktan kurtararak sistematize eder. Bu sistemsellik doğal olarak şirketlerde sürdürülebilirliği temin edecektir. Dünyada ve Türkiye’de aile şirketlerinin en temel probleminin sürdürülebilirliği sağlayamamak ve aile ilişkileri ile iş ilişkisi arasındaki sınırları belirleyememek olduğu düşünüldüğünde, kurumsal yönetim adına atılan her adım ile birlikte aile şirketlerinin temel sorunları sürdürülebilir çözümlere kavuşmayı başaracaktır.

Kurumsal yönetim ilkelerinin temel standartlarının benimsendiği aile şirketlerinde, şirketin devamlılığı kişilere bağlı olmaktan çıkarılacağı için halefiyet problemi ortadan kalkmış olacak ve kârlılık, verimlilik, çalışan performansları





ve müşteri memnuniyetinde yükselme meydana gelecektir. Bu kapsamda en genel ifade ile kurumsal yönetim, her bir şirket yapısında olduğu gibi, aile şirketleri bakımından da profesyonelleşmeyi sağlamakta ve şirket performansının geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır.

2. Aile şirketlerinin sürdürülebilirliği için kurumsallaşma aşamasında aile şirketlerini bekleyen en esaslı adımlar nelerdir?

Kurumsal yönetimin tohumları “kendini bilmek” ve “farkındalık” olarak nitelendirilebilir. Diğer bir ifade ile, kurumsal yönetim, aile şirketi hissedarlarının belli konularda egolardan arınıp fedakârlık ederek belli kurallar bütününe içerisinde yer almayı kabulleriyle yeşillenmeye, kök salmaya başlayacaktır.

Sürdürülebilirliğin aracı olan kurumsallaşmanın tanımının “şirketin faaliyetlerinin ve yönetiminin sistematize edilmesi” olduğu düşünüldüğünde, yönetim bakımından her bir şirketin sektörel özelliklerine ve iş organizasyon yapısına göre farklı adımlar atılabilecektir. Ancak temelde, kurumsallaşmanın ve bu sayede sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için sistemi oluşturan parçaların bütünlük içindeki iş ve görev tanımlarının yapılması, şirketin amacına uygun olarak şirket içi kural ve yönergelerin –şirket iç düzenlemelerinin- tespiti ve yeknesaklaştırılması ve yazılılık esasına dayandırılması, şirket içi her bir pozisyon bakımından yetki ve sorumlulukların objektif ve net olarak belirlenmesi önem taşımaktadır.

Bu aşamalar aile şirketleri özelinde değerlendirildiğinde, aile şirketlerinde sürdürülebilirliğe erişme amacıyla kurumsallaşma sürecinde ele alınması gereken temel konular aile anayasası oluşturulması, hissedarlar sözleşmesi düzenlenmesi, aile üyesi hissedarların yönetim ve icra kurullarında görev almalarının koşul ve standartlarının tespiti ve uygulanması, yönetim kurulunda aileden bağımsız ve profesyonel üye atamalarının yapılması, kısa, orta ve uzun vadeleri iş planlarının oluşturulması ve şirketin iç denetiminin bağımsız şekilde sağlanması olarak belirtilebilir. Şirket yönetimi bakımından bu konulara ilişkin olarak aksiyonların alınması sırasında duygusal esaslardan uzaklaşılmalı, objektif ve profesyonel davranılmalı ve ticari ortak paydalarda anlaşma sağlanarak kararlar verilmelidir.

3. Aile şirketlerinde ideal yönetim kurulu yapısı ve aile bireylerinin yönetime katılımı nasıl olmalıdır?

Şirketlerin rekabet gücünü arttıracak en önemli unsur iyi bir yönetimdir. Bu bakımdan yönetim kurulu yapısının doğru belirlenmesi özellikle aile şirketleri açısından büyük öneme sahiptir. 1 Temmuz 2012 tarihinde yenilenerek yürürlüğe giren 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nda da bir nevi yönetim kurulunun önemi vurgulanarak, yönetim kuruluna başka bir organa devredilemeyecek görev ve yetkiler verilmiş, buna ek olarak özen borcu yüklenmiştir. Söz konusu borç kapsamında tedbirli yönetici ölçüsüne göre hareket eden yönetim kurulu üyesinin, ekonomideki bütün gelişmelerden, pazar şartlarındaki değişikliklerden ve belirsizliklerden doğan riskleri önceden teşhis etmesi ve önlemlerini alması, aksi halde sorumlu tutulacağı belirtilmiştir. Şirket için bu denli büyük bir öneme sahip olan bir organın aile şirketleri içindeki uygulamada duygusal bağlara yenik düşmemesi şirketin devamlılığı için büyük



önem taşımaktadır. Türkiye'deki aile şirketleri incelendiğinde, genel olarak yönetim kurulu içinde bulunan üyelerin tamamının aile bireyi olduğunu gözlemlemekteyiz. Ancak önemle belirtmek gerekir ki şirket devamlılığı ve gelişiminin sağlanması için yönetim kurulunda işinde ve sektöründe uzmanlaşmış, profesyonel ve aile ile herhangi bir bağı bulunmayan üçüncü kişilerin bulunması ve bağımsız kurulunun oluşturulması, aile şirketlerinin stratejik konularda objektif bir bakış açısı kazanmasını sağlayarak yenilikçi yaklaşımların benimsenmesini kolaylaştıracak ve aile üyeleri arasında denge kurulmasını sağlayacaktır. Bu şekilde bir yönetim anlayışının benimsenmesi kesinlikle şirketin yönetiminin üçüncü kişilere bırakılması olarak düşünülmemeli, tam aksine şirketin ileriye taşınması için aile bireyleri ve çalışanlar arasında kolektif bir ruhun oluşturulması kapsamında değerlendirilmelidir.

4. Aile şirketlerinde azınlık haklarına ilişkin nasıl bir yaklaşım belirlenmelidir?

Aile şirketlerinde, her ailenin kendi yapısına ve ihtiyaçlarına göre aile bireylerinde şüpheye yol açmayacak ve her bir aile bireyinin makul ölçüde beklentilerini karşılayacak şekilde net bir yaklaşım belirlenmelidir. Özellikle aile şirketlerinde azınlık hissedarlarını korumaya elverişli bir kurumsal yönetim yapısının oluşturulması ve şirket ana sözleşmesi, yönetmelik ve yönetim tüzüğünde bu kişilerin açıkça korunması gerekmektedir. Bu durum, aile şirketlerinde şeffaflığın sağlanması bakımından da büyük önem arz etmektedir. Aile şirketlerinin azınlık hakları konusundaki şeffaflığı kamuoyuna açıklık bakımından da büyük rol oynamakla birlikte, aile şirketinin piyasadaki güvenilirliğini artıran bir etken olarak görülmektedir.



GİRGİNOĞLU YAPI MARKET

■ MDF ■ HIRDAVAT ■ MOBİLYA AKSESUAR
■ ORMAN ÜRÜNLERİ ■ PANEL EBATLAMA ■ PVC BANTLAMA



📍 Kazım Dirik Mah. Üniversite Cad. No: 87/A Bornova/İzmir
✉ info@girginoglu.com

🌐 www.girginoglu.com

☎ 0 232 461 43 35

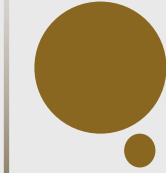
Burada bahsedilen azınlık hakları ticari veya sosyal anlamda tavizler olarak değerlendirilmemeli, şirketin ticari geleceği ve sürdürülebilirliği açısından stratejik ve operasyonel çerçevelerde geleceğe yönelik öngörülü planlar olarak ele alınmalıdır. Azınlık haklarının düşük oranlı hissedarları korumaya yönelik düzenlemeler değil, şirketi yönetsel olarak oluşabilecek kilitlenme durumlarından koruyan düzenlemeler olarak görülmelidir.

5. Üçüncü kişiler ile ortaklığın aile şirketlerine faydaları nelerdir?

Şirketin çoğunluk hissesinin bir veya daha fazla aile üyesinin elinde bulundurulduğu aile şirketlerinde, ki uygulamada %30 ve daha fazla oranda hissedarı bir ailenin mensubu olan şirketler Aile Şirketi olarak nitelendirilmektedir, özellikle büyüme, profesyonelleşme ve markalaşmanın sağlanabilmesi için şirkete üçüncü kişi ortakların katıldığı söylenebilir.

Her ne kadar şirket paylarına aile bireyi dışında üçüncü kişilerin katılması aile içinde bölünme izlenimi yaratsa da gerekli önlemlerin alındığı yapılanmalarda bu tür gelişmelerin şirketin vizyonu ve misyonu kapsamında şirkete objektif bir bakış açısı kazandırdığı göz ardı edilmemelidir. Yenilikçi yaklaşımların benimsenerek iş kapsamının genişletilmesi ve yönetim içinde şeffaflığın sağlanması aşamaları, şirketin sektöründe profesyonelleşmiş, pazara hakim, objektif üçüncü kişi ortaklar sayesinde daha hızlı şekilde başarıya ulaştırılabilir. Böyle bir durumda önem taşıyan nokta, ortaklar arasındaki temel ilişki ve ortaklık haklarını düzenleyen hissedarlar sözleşmesinin tanımlanarak, şirketin esas sözleşmesinde düzenlenmesine yasal mevzuat sınırlandırmaları ile izin verilmemiş veya düzenlenmesi sınırlandırılmış konuların ortaklar arasında yazılılık esasına bağlanmasıdır. Böylelikle üçüncü kişi ortaklar ve aile bireyleri

Bir aile şirketinde, ortaklık yolu ile büyüme sürecinin ardından şirket ortağı olan aile bireylerinin halen şirket nezdinde hisseleri bulunuyor ise ortak kontrol söz konusu olacaktır. Geleneksel bir yapıya sahip aile şirketlerinde, hissedar olarak şirkete katılan üçüncü kişileri şirketin temel vizyon ve misyonundan uzaklaştırmadan şirketin ortak kontrolünün sağlanması önem arz etmektedir.



arasındaki ilişkinin çerçevesi çizilmiş ve denge sağlanmış olacaktır.

6. Aile anayasası ışığında hazırlanan bir pay sahipliği sözleşmesinin kurumsallaşma aşamasına veya ortaklık işlemleri öncesinde önemi ve rolü nedir?

Aile anayasası aslen ailenin değer, prensip, varlık ilişki ve kurallarını tek çerçevede düzenleyen bir

kılavuzdur. Aile anayasası aslen ailenin görüşlerimizin başında paylaştığımız "ailenin farkındalığı" kavramının vücut bulmuş halidir. Aile anayasası, ailenin misyonu, vizyonu ve felsefesi ışığında oluşturulduğundan ve aile ile şirket faaliyetlerinin birbirleriyle nasıl etkileşim içerisinde olacağına etki itibarıyla dolaylı olarak ışık tuttuğundan, şirketleri ilgilendiren konularda ailenin yaklaşımını yansıtır.

Aile şirketlerinde Hissedarlar Sözleşmesi ise -şayet mevcut ise- aile anayasasının ruhunu yansıtarak şirket hissedarları arasındaki ilişkiyi daha amaca yönelik ayrıntılar ve prensipler çerçevesi ile düzenlemektedir. Hissedarlar Sözleşmesi, şirketlerinin işleyişine ilişkin temel esasların belirlenmesi adına iş süreçlerinden, yönetim ve organizasyona, ortaklık yapısından, aile bireylerinin birbirleriyle olan iş ilişkilerine, hisse ve malvarlığı yönetimi ve devirlerine kadar pek çok ilişkileri düzenleyen kurallar bütünüdür. Hissedarlar Sözleşmesi hükümleri Sözleşmenin tarafı olan hissedarlar üzerinde bağlayıcıdır ve sonradan şirkete hissedar olma iradesindeki kişilerin, her ne kadar ortaklık işlemleri sonrasında Hissedarlar Sözleşmesi yeni ortaklık yapısına göre değiştirilecek olsa da bu sözleşmeyi imzalamış olma ön şartı aranmaktadır. Hissedarlar Sözleşmesinde payların ve hissedarlığın korunması, şirketin hissedarlık yapısının mevcudiyeti, pay devri sınırlamaları ve pay devri halinde diğer hissedarların hakları, yönetim hakları, sınırlar ve serbestiler, rekabet hükümleri gibi konular düzenlenir.

Aile anayasası ışığında hazırlanan bir pay sahipliği sözleşmesi ile şirketin kurumsallaştırılmasının yanında aile ilişkileri de kurumsallaştırılmakta ve ana bir vizyon ve hedef oluşturulmaktadır. Böylelikle hem kurumsallaşma aşamasında hem de ileride gerçekleştirilecek bir ortaklık süreci öncesinde, şirketin ana vizyon ve hedefleri korunmuş hem de aile bireylerinin her birinin hakları

koruma ve düzenleme prensipleri ile belirlenmiş olur. Tabiri caiz ise aile, hissedarlar ve şirketin burada belirtilen farkındalığı üçüncü kişiler ile olası bir ortaklık süreci öncesinde yaşaması, bir davetlinin davetli olduğu bir baloya terzi dikimi bir tuvalet veya smokin ile katılımı ve kendini bu şekilde daha güvenli hissetmesi ile benzeşebilir.

7. Aile şirketlerinin varlığını ve gelişimini sürdürmesi için kurumsallaşma veya birleşme/devralma projeleri gerekli midir?

Yukarıda izah ettiğimiz üzere aile şirketlerinde şirketin devamlılığını belli kişilerin varlığına bağlamamak adına bir "kurumsal yapı" oluşturularak sürdürülebilirliğin sağlanması oldukça önemlidir. Gerek kuşak geçişleri gerekse de piyasadaki rekabete ayak uydurma sürecinde bu kurumsal yapıyı kurmuş şirketler çok daha kolay şekilde değişime uyum sağlamaktadır.

Sürdürülebilirlik yolunda zaman içerisinde şirketlerin çok farklı gerekçeler ile ortaklık ihtiyacı doğabilecektir.

- ▶ Büyüme ve yeni pazarlara erişim,
 - ▶ Kurumsal yönetime yukarıdaki iç farkındalık sonunda veya bu farkındalığın yeterli olmadığını görerek direkt zorunlulukla geçiş iradesi,
 - ▶ Markalaşma
 - ▶ Kurucunun ayrılışı
 - ▶ Finansman ihtiyacı
- bunlardan sadece bazılarıdır.

Kurumsallaşmanın yanında aile şirketlerinin piyasadaki etkinliğini ve konumunu geliştirmek adına özellikle sektörde profesyonelleşmiş, sağlam bir yapıya ve kaynağa sahip üçüncü kişi konumundaki farklı stratejik ve/veya finansal ortaklar ile girilecek ortaklık süreçleri, şirketlerin büyüyerek gelişmesinde yaygın yöntemlerden birisidir. Zira çoğu aile şirketinin sıklıkla karşılaştığı



durumlardan bazıları aşırı korumacı yaklaşımlar geliştirmek ve riske girmekten kaçınmaktır. Bu sebeple iyi yönetilmiş ortaklık süreçlerinin aile şirketleri üzerindeki olumlu etkisini yadsımamak gerekir. Nitekim günümüzde hala daha sürekliliğini sağlayan ve etkin bir şekilde çalışan aile şirketlerini incelediğimizde, yüksek çoğunluğunun kurumsallaşma yoluna gittiklerini ve kendilerini devamlı olarak geliştirmek ve piyasaya uyum sağlamak adına ortaklık projeleri ile bünyelerine yeni iş kolları ve yeni sektörler eklediklerini ve bu şekilde şirketlerinin sürekliliğini sağlamış olduklarını görmekteyiz.

8. Ortaklık yolu ile büyüme sürecinde şirketin kontrolünün devamlılığını nasıl sağlanabilir?

Bir aile şirketinde, ortaklık yolu ile büyüme sürecinin ardından şirket ortağı olan aile bireylerinin halen şirket nezdinde hisseleri bulunuyor ise ortak kontrol söz konusu olacaktır. Geleneksel bir

yapıya sahip aile şirketlerinde, hissedar olarak şirkete katılan üçüncü kişileri şirketin temel vizyon ve misyonundan uzaklaştırmadan şirketin ortak kontrolünün sağlanması önem arz etmektedir. Böyle durumlarda, Hissedarlar Sözleşmesi kontrolün korunması ve düzenlenmesi açısından kritik önem taşımaktadır. Hissedarlar Sözleşmelerinde ortaklık ve haklar dengesi gözetilerek getirilecek hisse devri, yönetim hak ve sınırları ile stratejik konularda belirsizliğe mahal bırakmayacak açık ve somut enstrümanlar Şirketlerin hissedar ilişkileri veya olası pürüzlerden bağımsız şekilde ilerlemesine olanak tanıyacaktır.

9. Aile şirketlerinin kurumsallaşma aşaması tamamlanmadan ortaklık sürecine girilmesi halinde Tarafları bekleyen olası riskler nelerdir?

Yukarıda bahsettiğimiz üzere, sürdürülebilirliğin ancak kurumsallaşma ile birlikte gerçekleşebileceği farkındalığının

oluşmaması veya bu farkındalığın şirketin işleyişine yansıtılmadan farklı ihtiyaçlara yönelik ortaklık süreçlerine girilmesi, gerek ilgili aile mensubu hissedarlar gerekse potansiyel ortaklar için bir takım riskler barındırmaktadır. Potansiyel ortak bakımından risklerden kısaca bahsetmek gerekirse; henüz tam olarak sistem standartlarını oluşturamamış bir aile şirketi üzerinde gerçekleştirilecek incelemelerin sistemselsel bir şirkete oranla daha fazla zaman gerektirmesi, sürecin uzaması ile birlikte daha fazla kaynak yatırımı yapılması riski, şeffaflık zafiyetinden kaynaklı finansal veya hukuki komplikasyonlar, ortaklık görüşmelerini ve müzakerelerini aile bireyleri veya aileden farklı hissedar grupları arasında yönetmenin yoğun baskısı ve karmaşıklığı, özellikle finansal yatırımlarda finansal ortağın çıkış stratejilerine aile hissedarının uyumunda karşılaşılan fikir ayrılıkları örnek olarak sayılabilecektir.

Diğer taraftan, kurumsallaşma ve sistemsellik zafiyetleri devre konu şirket ve dolayısı ile hissedar aile bakımından da riskler barındırmaktadır. Özellikle ortaklık görüşmeleri başlangıcında devre konu aile şirketinin mali ve hukuki olarak ayrıntılı şekilde incelendiği "due diligence" süreçlerinde şirket belge ve bilgilerinin toplanması ve tasnif edilmesi bakımından harcanacak çabanın kurumsal şirketlere oranla daha fazla olması, iş ve görev kapsamının belirsizliğinden dolayı çalışanların büyük bir bölümünün şirket için hayati önem taşıyan müşteri ilişkilerinden ve faaliyetler ile ilgili sorumluluklarından uzaklaşmak zorunda kalmaları, ortaklık görüşmeleri süresince kamuya mal olması süreçlerinin yönetimi, karşı tarafta kurumsallığın getirdiği profesyonellik ile hareket eden bir ortak adayı bulunması karşısında dolaylı olarak sistem endeksinde zayıf kalan hedef şirketin

potansiyel ortaktan gelen talepleri uygulamaya koymada zorluk çekmesi gibi riskler sıralanabilir. Bu riskler uygulamada o kadar önem arz etmektedir ki; ortaklığın en önemli unsurlarından olan hisse değeri ve satış fiyatını esaslı olumsuz şekilde etkilemektedir.

10. Aile şirketlerine finansal veya stratejik ortak katılımı hangi usulde nasıl gerçekleşir?

Aile Şirketlerinde bugünkü ana gündemimiz dışında kalması sebebiyle bahsetmeyeceğimiz halka arz haricinde, uygulamada ortaklık yapıları gerek yatırım yapacak potansiyel ortağın yapısı gerekse şirketin ihtiyacına göre farklı usullerde gerçekleşmektedir.

► Pay Devri Suretiyle Ortaklık: Finansal veya stratejik amaçlarla bir potansiyel ortağın şirketin hisselerinin bir kısmını ya da tamamını taraflar arasında anlaşılacak şartlarda devir alması suretiyle gerçekleştirilmektedir.

► Sermaye Artırımına Katılım Suretiyle Ortaklık: Uygulamada finansal ortaklıklarda sıklıkça görüldüğü üzere hissedarların pay devri ve gelir beklentisinden çok şirketin finansal ihtiyaçları ve büyümesi ön plana alınarak gerçekleştirilen bir ortaklık modeli olmakla şirket nezdinde gerçekleşecek sermaye artırımına mevcut hissedarların rüçhan haklarının sınırlanması suretiyle yeni ortağın katılımı ve bu suretle finansal kaynağın şirkete aktarımı suretiyle ortaklık kurulmaktadır.

► Alacak Hakkının Hisseye Dönüşümü Suretiyle Ortaklık: Çoğunlukla uluslararası finansal kurumların tercih ettiği bir ortaklık modeli olmakla belli sektörlerde finansal kurumlar tarafından şirketlere verilen kredi ve finansal enstrümanlardan doğan alacak hakkının geri ödeme yerine hisseye dönüşümü suretiyle ortaklık ilişkisi kurulmaktadır.

11. Aile Şirketleri nezdinde Finansal Ortaklık İşlemlerinde Aile bireylerinin yönetim ve finansal haklarını korumak adına ne gibi önlemler alınabilir?

Ortaklık işlemleri sürecinde taraflar arasında akdedilecek pay alım ve hissedarlar sözleşmesi gibi sözleşmeler ve şirket yapısına göre bu sözleşmelere eklenecek belli başlı hükümler ile aile bireylerinin yönetsel ve finansal hakları korunabilecektir.

Hissedarlar Sözleşmeleri çerçevesinde şirket nezdinde yatırımcı ve aile üyeleri arasında ayrı pay grupları oluşturulmaktadır.

Oluşacak hissedarlığın yapısına göre aile grubuna yönetsel işlemlerde, pay devri ve satış işlemlerinde ayrıcalık ve öncelikler tanınabilir; bu şekilde imtiyazlı paylar oluşturulabilir.

12. Ortaklık işlemleri sonrası başarılı bir şekilde varlığını sürdüren aile şirketlerinin ortak özellikleri nedir?

Türkiye ekonomisi nezdinde büyük önem taşıyan aile şirketlerinin temel önceliklerinin sürdürülebilir başarıyı yakalamak olması gerektiği aşikardır.

Bu yolda gerekli riskleri alarak ortaklık sürecine girmiş ve bu süreci tamamlamış aile şirketlerinin büyümek ve ilgili olduğu piyasadaki rekabete karşı ayakta kalabilmek için kurumsal yönetime ayak uydurması, şirketi bir adım öteye götürebilmek için yeni hissedarlar ile şirket vizyon ve misyonu çerçevesinde aynı çatı altında buluşması ve uzman yöneticiler ile çağın ve profesyonelliğin gereklerine ayak uydurması sürdürülebilir aile şirketlerinin ortak özellikleridir. ■

İhtiyacınız olan tüm teknoloji çözümlerini

işin profesyonellerinden alın!



Microsoft
CERTIFIED
Partner



0 (232) 441 15 05

www.net1.com.tr / info@net1.com.tr

Kazım Dirik Mah. 357/3 Sk. No: 3 K: 2 D: 23-24
Plaza Nova A Blok Bornova / İzmir

Netone Bilişim bir EĞİAD üyesidir.

Yüzmeyle 6 yaşında tanışan ve 22 yaşında Manş Denizi'ni yüzerek geçip Türkiye'nin gururu olan İzmirli Bengisu Avcı, sponsorluk desteği ile bu sporun daha hızlı gelişeceğine dikkat çekti. Avcı, zaferlerin maddi ve manevi zorlukların aşılması ile elde edilebileceğini söyledi

Yeni hedef; 'Oceans 7'yi tamamlayan ilk Türk kadını olmak



Bengisu Avcı, dünyanın en zor 7 açıksu yüzme parkuru olan ve 'Oceans 7' olarak isimlendirilen İngiliz Kanalı(İngiltere-Fransa), Cook Strait(Yeni Zellanda), Catalina Kanalı(ABD), Cebelitarık Boğazı(İspanya-Fas), Molokai Kanalı(Hawaii), Kuzey Kanalı(İrlanda-İskoçya) ve Tsugaru Kanalı'nı(Japonya) aşmayı hedefliyor.



Manş Denizi, dünyanın en tehlikeli suyollarından biri olarak kabul ediliyor. Soğuk su ve kuvvetli akıntı ile gelgitlerin yanı sıra yüksekliği 2 metrenin üzerine ulaşan dalgalar, ani bastıran sis, yağmur, rüzgâr, günde yüzlerce gemi ve tanker geçişiyle çok yoğun deniz trafiği, denizanaları, yosunlar ve yüzen atıklar...

İzmirli sporcu Bengisu Avcı, ada ülkesi İngiltere ve Fransa'yı ayıran Manş Denizi'ni baştan sona yüzerek geçen üçüncü Türk kadını olarak tarihe geçti. Ege Üniversitesi Antrenörlük Eğitimi Bölümü öğrencisi 22 yaşındaki Bengisu Avcı, 2017'de deneyip hipotermi nedeniyle tamamlayamadığı Manş geçişini 2018 yılında başardı. Yüzme sporuyla 6 yaşında tanışıp açık su yarışlarında birçok derece elde eden, 2 yıl Manş hayalini gerçekleştirmek için antrenman yapan milli sporcu; İngiliz kıyısındaki Dover kentinden suya girdi. Bengisu'ya Manş, diğer adıyla İngiliz Kanalı geçişinde yakınındaki teknede annesi Meserret Avcı, Antrenör Matt Duggan ve mentörü Kamil Resa eşlik etti.





Channel Swimming Association'ın belirlediği kurallar gereği tekneye dokunması ve termal koruyucu, yüzmeyi kolaylaştıran mayolar giymesi yasak olan sporcu, yaz aylarında bile sıcaklığı 14 ile 17 santigrat derece arasında değişen suda 36 kilometre boyunca yüzdü. Suya girdikten 11 saat 29 dakika sonra Fransa kıyısındaki Cap Gris Nez'e ulaşan Bengisu hayalini gerçekleştirdi.

Manş Denizi'ni 1979 yılında, 15 saat 47 dakikada yüzen ilk Türk kadın yüzücü Nesrin Olgun Arslan olmuştu. Bengisu, derecesiyle Manş'ı en kısa sürede geçen Türk kadını unvanını da ele geçirdi. 1875 yılından günümüze kadar toplam 1521 kişinin bireysel olarak geçmeyi başardığı Manş Denizi'nde 2018'de 40 kişi bu başarıya ulaştı.

YARIN Dergisi'nde konuk ettiğimiz Bengisu Avcı ile başarısı üzerinden hedeflerini, Türkiye'de yüzme sporunun gelişimini ve bu alanda yapılması gerekenleri konuştuk.

Sizi tanıyabilir miyiz?

23 yaşındayım. Ege Üniversitesi Spor Bilimleri Antrenörlük Bölümü'nde son sınıf öğrencisiyim. Yüzmeye 6 yaşında Ege Üniversitesi Spor Kulübü'nde başladım. İlk hedefim yüzücü olmak değil, yüzmeyi öğrenmekti. Antrenörlerim kulübe almak istediler, o şekilde başladım. 2010 yılına kadar Türkiye şampiyonalarına katıldım ve hep havuzda yarıştım. Süreci, okul ile beraber yönettim. Sabah 5 buçukta antrenmanlar oluyordu, antrenman bittikten sonra okula gidiyordum, okuldan sonra yeniden antrenman oluyordu. 2010 yılında kulübümüz dağıldı ve bir kısım su topuna geçti. Bir kısmı da yüzmeyi bıraktı. Tam lise sınavlarımız başlayacaktı, ben de açık su branşına geçtim.

Bu değişim zor olmadı mı?

En sevdiğim şey kulübüm ve arkadaşlarımla yarışmalara gitmekti. Bunu kaybedince çok üzüldüm.

Fotoğraf / Onur Çam



En büyük hedefim; benim gibi sporu bırakmadan çocukların veya yetişkinlerin yüzmeye devam edebilmesi. İnsanları böyle parkurlara hazırlamak istiyorum. Antrenör olarak onları çalıştırmak istiyorum. Şu anda bir kulüpte çalışıyorum ama hedefim Manş gibi Cebeli Tarık gibi uzun parkurlara insanları hazırlamak hem de insanlara yüzme sevgisi aşılamak.

Antrenörlerim Akın Ongun ve Armağan Ongun ile çalışmamız sayesinde Açık Su Milli takımına girdim ve 2011'den 2014'e kadar milli takımda yarıştım. İzmir'de bizim şanssızlığımız bütçe ve çeşitli nedenlerden kulüpler dağılıyor. Dağılıp tekrar toparlanıyor. Farklı sporcular farklı branşlara geçiyor. Çoğu da bırakıyor

ANTRENMAN İÇİN ŞEHRİN BİR UCUNDAN BİR UCUNA YOLCULUK

Liseyi nerede okudunuz?

Liseyi Martı Koleji'nde (eskiden İtalyan Koleji) okudum. O sene açılmıştı. Antrenman Bornova'daydı oradan Güzelbahçe'ye gidiyordum. Akşam Bornova'ya geliyordum başka hiçbir şeye vaktim kalmıyordu.



Türkiye'deki eğitim sisteminde bu tarz sporlarla uğraşan gençlerin okul ile bunu entegre edememesi en büyük sıkıntılardan birisi... Ya okuldan ya da spordan fedakârlık etmesi gerekiyor. O süreci nasıl yönetebildiniz?

Genelde sosyal hayattan ödün vermek zorunda kaldım. Annem ve babamdan çok antrenörlerimiz ve kulüp arkadaşlarımızla daha fazla vakit geçiriyoruz. Çünkü günün en az 4 saati sürekli antrenmanda birlikte geçiyor, deplasmana gidiyoruz. Antrenmana gitmek benim için aynı zamanda sosyal aktivite oluyordu. O yüzden en çok zorlandığım zamanda buna tutundum. Çünkü en sevdiğim şey zaten yüzmeydi, yüzmeki arkadaşlarımdı.

Üniversite sınav sürecini nasıl yönettiniz?

Lise yılları biterken yine bir sınav süreci başladı. Türkiye'deki durumdan dolayı benim gibi sporcular seçim yapmak zorunda kalıyor.

Ya spora yönelsin ya okula yönelsin... İkisini bir arada yapmak çok zor. Çünkü yüzme, basketbol ve futbol branşlar gibi olmadığı için Türkiye'de "yüzücüyüm" diyemiyorsunuz. Bir yandan mesleğinizi de elinize almanız gerekiyor. Bu konuda ailemle tartıştığımız zamanlar oldu. Ama onlar kararı bana bıraktılar. Ben de yüzmeye devam etmek istiyordum. Ama 2014 yılında üniversite sınavları yüzünden o sene milli takıma giremedim.

Açık sudan önce hangi stil de yüzüyordunuz?

Havuzdayken karışık yarışıyordum. 200 metre, 400 metre karışık serbest yüzüyordum.

Uzun mesafe yüzmüyordunuz...

Hayır. Daha sonra uzun mesafeye başladım. Karışık. Serbest branşlarında yarışıyordum. O yüzden ilk açık suya başladığımda "3 kilometre yüzemem, hep 400 m, 200 m yüzüyorum" demiştim. Sonra 3 km, sonra 5 km, 7,5 km ve sonra

Yüzme çok nankör. Yüzmede çok farklı kas grupları çalışıyor. O yüzden neredeyse hiçbir şeyi yapamıyorsunuz yüzmek dışında. Ya deniz yüzüşü, ya havuz yüzüşü, ya da kürek yapabilirsiniz. Yüzmeyi bırakan birçok kişi küreğe kanoya geçer. Çünkü sırtımız omuzlarımız güçlü diye. Ama kanoyu bırakıp yüzmeye geçtiğinizde yüzemeyebilirsiniz.



Fotoğraf / Onur Çam

10 km yüzdüm. Yüzdükçe sevdim. Bu şekilde ilerledi.

17 yıllık süreç içerisinde dereceleriniz nelerdi?

Türkiye şampiyonalarında birinciliğim var. Havuzdan sonra daha çok Açıkdenizde başarılarım var. Genelde boğaz yarışlarında; İstanbul Boğazi'nde, Çanakkale Boğazi'nde birinciliğim var. Yurt dışında ülkemizi temsil ettim. Erasmus ile Litvanya'ya gittiğimde. Orada başka bir yarış vardı. 3 saat kaç km yüzerseniz ona göre değerlendiriliyordu. Orada birinci oldum. Hep gittiğim yerlerde yarıştım. Sürekli bir fırsat geliyordu, ben de onu değerlendiriyordum. Türkiye'de yarışlar az olduğu için sürekli yarış kovalıyordum. Üniversite sınavı senesinde yüzmeyi bırakmaya karar vermiştim.

Özel yarışlara Federasyon yarışları dışında örneğin; Marmaris, Bodrum ve Foça'da AquaMasters yarışlarına katılmaya başladım. Orada dereceler elde ettim. Orada tanıdığım insanlardan gördüm ki yüzme sporu bir şekilde devam ettirilebiliyordu. O sene benim için kader belirleyici oldu.

Manş hikâyesi nasıl başladı?

Bu yarışlarda da Manş'a giden grupla tanıştım. Emre Erdoğan ve Kamil Resa Alsaran Hocam da bu grubun içindeydi.

Manş geçişlerini anlattılar, Kamil hocam : "Katılmak ister misin?" diye sordu. Akıntıyla birlikte 40 km'yi buluyor. Aslında 34 km'lik bir parkur. Bana "Geçmek ister misin?" diye önerdiklerinde, kafamdan "4 tane 10 km yüzeceğim" diye düşündüm. Çok farklı bir çalışma olacaktı. Bir de maddi açıdan da beni çok zorlayan bir şey.

Her şey senin ve ailenin maddi imkânlarınızla mı oldu?

Kendi imkânımızla. 2017 de ilk denememde ve 2018 yılında ki geçişimde de Tekneye ayrı, hakemlere ayrı, federasyona ayrı bütçe ayırmamız gerekti. Yine orada denizde antrenman yapmak için bir hafta önceden gidiyorsunuz.



İLK DENEMEDE HÜSRAN

Kaç saat sürüyor?

Benim ki 11,5 saat sürdü. Başarılı geçişler 10-15 saate civarında oluyor. O yüzden benimki bayağı iyi bir derecedeydi. 2017'de ilk gittiğimde başarısız oldum. Eğer başarsaydım geçen en genç Türk kadını olacaktım. 2018'de 22 yaşında iken geçtim. Manş'ı ilk geçen Türk kadını Nesrin Olgun Hanımdır. Onunla aynı yaşta geçtim. 1979 yılında geçmiş. Bu derecemle ben hızlı geçen Türk kadınıyım.

Geçerken size güvenlik amaçlı eşlik eden yüzücüler oluyor mu? Nasıl bir sistem var?

Geçişler Mayıs ayının sonundan Ekim ayına kadar oluyor. Bu 3 aylık



Federasyona neden para veriliyor?

İngiltere'de İngiliz kanal federasyonu ile birlikte yüzmek zorundasınız. Geçişiniz başka şekilde onaylanmıyor.

Türkiye'deki yüzme federasyonu bu konuda hiçbir maddi destekte bulunuyor mu?

Federasyonun kendi takvimi oluyor. Kendi takvimine aldığı belli yarışlar oluyor. Avrupa şampiyonası, dünya şampiyonasına hazırlık yarışları gibi... Manş gibi ultra maratonlar özel yarışlar olarak geçiyor.

Onlara siz katılıyorsunuz. Onlar yine görüyorlar başarınızı ama ne yazık ki destek veremiyorlar. Çünkü kendi takvimlerinde hep belirli yarışlar oluyor, Açığsuda

LEN Cup 'laplarımız Avrupa ve Dünya gençler, Avrupa Büyükler şampiyonaları oluyor.

Peki, orada süreç nasıl işliyor?

İlk olarak ailemle konuştuk. Bu yarış ne kadar istiyorum, ne kadar hazırım? Çünkü bütçeyi çok zorlayan branş. Özel hazırlık süreci de gerekiyor. Bir hafta öncesinden oraya gidiyorsunuz, su çok soğuk oluyor, adaptasyon süreci gerekiyor. O tarihlerde bile 14-17 derece civarında oluyor. Soğuk antrenman yapmak için ayrı kampa gittim. Ona ayrı bir para ödülyorsunuz. Ayrıca benimle birlikte birinin gelmesi gerekiyor. Benim sudaki beslenmem o yardım etmek için. Bir geçiş ve bütün hazırlık süreci bizim için yaklaşık 50 bin TL tutuyor.



Pratik Filo

SORUN VARSA ÇÖZÜM PRATİK



İş ortağınız Pratik Filo'ysa, 7/24 size özel müşteri temsilcinize ulaşır, bant kayıtlarını beklemezsiniz. İşinize odaklanır, sorunlarla ilgilenmezsiniz. Biz yalnız en iyilerle çalışıyoruz. Sizi de bekleriz.

Geniş sigorta teminatlarıyla, ekonomik, kusursuz hizmet PRATİK FİLO'da.

📍 Mansuroğlu Mah. Ankara Cad. no.163 A/B Bayraklı - İZMİR

☎ +9 0850 477 03 35 🌐 www.pratikfilo.com

GOOD YEAR

Allianz

süreçte geçilmeye çalışılıyor. Günde en fazla 15 tekne çıkıyor. Bunların hepsi federasyona bağlı tekneler. Her teknenin bir tane federasyon hakemi, bir tane gözlemcisi bir tane de kaptanı oluyor. Bir de sizin antrenörünüz ya da anneniz, arkadaşınız size destek olacak birisi. Oradan sizi sürekli gözlüyorlar, gps sistemiyle takip ediyorlar. Ama 3 aylık bir süreç olduğu için aynı anda denizde en fazla 15 kişi oluyor. Onları da zaten göremiyorsunuz. Birbirimizden etkilenmemiz için 15 dakika arayla çıkarıyorlar. Birbirimizi görerek onun hızına uyum sağlayarak yüzmeyelim, onun gittiği yöne gitmeyelim diye. Geçiş rotamızı tekne belirliyor ama yüzücüyle sürekli irtibat halinde oluyor. Yüzücü yavaşsa akıntıyı ona göre yönetiyor. Hızlıysa ona göre yönetiyor. Ama teknelerdeki hakemler aynı federasyona bağlı. Bu yüzden her yüzücü aynı değerlendiriliyor. Kasım ayına kadar kadar sıranızı, kaçınıcı olduğunuzu bilmiyorsunuz.

Sadece bir geçiş için 50 bin TL. Yıllık baktığımızda gözlüğü, mayosu gerçekten önemli rakamlardan bahsediyoruz. Bu süreç içerisinde başarıyla birlikte sponsorluk destekleri gelmedi mi?

2017 de başaramadım ama sonraki sene yeniden kayıtlanacağımı söyledim. 2017 de dönüş biletlerimi Pınar almıştı. Bir de bana su yollamışlardı. Sporcu beslenmesinde Big Joy destekçimdi. Ama benim ihtiyacım olan çok daha önceden bir sponsorluk bulmaktı. İlk defa bu sene ARENA Sportive markası destekçim. Spor ekipmanlarımı karşılıyor. Onun dışında maddi destek aldığım sponsorluk aldığım bir alan yok. Aslında sponsorları çok güzel gösterebilen bir yer.

Dünyada bu şekilde kaç tane parkur var?

7 tane parkur var. Manş bunlardan bir tanesi... İngiliz Kanalı(İngiltere-Fransa), Cook Strait(Yeni Zelanda), Catalina Kanalı(ABD), Cebelitarık Boğazı(İspanya-Fas), Molokai Kanalı(Hawaii),



Kuzey Kanalı(İrlanda-İskoçya) ve Tsugaru Kanalı'nı(Japonya) aşmayı hedefliyorum.

Bunların hepsinde yüzmeye sürecin var mı? Süreç Manş'ta mı başladı?

Benim karşıma ilk Manş çıktı. Genelde insanlar Cebelitarık'tan başlıyor.

Neden?

Daha kısa 16 km olduğu için. İlk başta Manş'la haberim olduğu için ilk Manş'ı bitirdim. Sonraki hedefim Catalina Kanalı'na gitmek. 2020 Ağustos ayına kayıt yaptırmayı düşünüyorum. Hepsinin ayrı bir zorluğu var. Birinin gece yüzüşü, birinin çok uzun olması, birinin çok soğuk 12 derece... Onun için ayrı bir antrenman sistemi gerekiyor.

Soğuk denizlerde koruyucu mayo ile mi yüzüyorsunuz?

Normal antrenman mayosu ile yüzüyoruz. Klasik mayo. Askılı altı normal, erkeklerin de normal antrenman mayosu. Koruyucu bir mayo değil. Sadece özel bölgelerinizi kapatacak kadar bir mayo. Daha fazlasına izin verilmiyor.

Önümüzdeki 5 yıllık süreç içerisinde bu 7 parkurların hepsinde yüzmek istiyorum gibi bir hedef belirledin mi?

Şimdilik sponsorum olmadığı için babam karşılamaya çalışıyor. Babam da 2025'e kadar bitireyim istiyor o da artık çalışmak istemiyor. Böyle büyük bir şey yapmamda en büyük destekçim onlar. Hatta annem de yarışlarımın çoğuna geliyor, babam çalıştığı için genelde gelemiyor.



Şu an tesislerin çoğu çok eski. Alsancak Yüzme Havuzu ben bildim bileli aynı ben de orada çalıştım. Çoğu havuz yetersiz. Kulvar ipleri, depar taşları çok eski. Tesis ne kadar yeniyse ne kadar temiz düzgün ise o kadar sporcu çeker. Oraya çocuk daha çok gitmek ister. Neden tesisler daha güzel olmasın daha çekici yapılmasın? Onun yanı sıra zaten tesis de yok. Çoğu ya özel okullara ait ya üniversiteler ait. Çok güzel üniversite havuzları var. Ama bunlar çok kullanamıyor. Kulüp kullanıyor.



2025'e kadar bu 7 parkuru da bitirmeye mi hedeflediniz?

Bu parkurların hepsini tamamlayan ilk Türk kadını olmak istiyorum. Çünkü bu parkuru dünyada tamamlayan 12 ya da 13 kişi var. Türk hiç yok.

Deniz bu, sağı-solu belli olmaz. Bir günü bir gününü tutmaz. Yarışlarda bunu nasıl yönetiyorsunuz?

Haklısınız. Benim yüzdüğüm ilk sene gittiğimde su buz gibiydi. Sonraki sene gittiğimde su çok güzeldi, sıcaktı. Ama bunu belirleyemiyorsunuz.

Çünkü deniz eğer uygunsa kaptan yüzmeye izin veriyor. Herkese farklı bir deniz çıkıyor. Birine dalgalı, birine akıntı, birine soğuk bir deniz...

Bu parkurlarda beni en çok etkileyen ve çeken şey; sadece bunu başarmak için bir sürü insanın yıllarca çalışması. İleride de yapmak istediğim şey; böyle parkurlara gitmek isteyen insanlara mentörlük etmek.

Sadece Manş'ta değil, Türkiye'deki çeşitli açık su yarışlarına da gençleri hazırlamak da istiyorum. Onun dışında kendimi geliştirmek için farklı alanlarda da çalışıyorum. Yüzme ne yazık ki Türkiye de sürdürülebilir bir şey değil. Hedefim yüzücülerin branşı ileriki yaşlarda da sürdürebilmesini sağlamak. Geçtiğimiz sene arkadaşım Emre Sakçı Dünya 5incisi oldu. Basında yeteri kadar yer bulamadı. Bunlar kazanılması yıllar alan başarılar. Destek verilirse çok daha güzel

başarılar kazanabilecek bir sürü sporcu var tanıdığım.

Türkiye'de 350 sporcu ile 13 bin km yüzülüyor. Ama Türkiye koşullarında asıl olması gereken rakam 3 bin sporcuyla 300 bin km. Gerçek hayatta baktığımızda olabilecek rakamlar mı?

Ben km açısından bakmadım. Türkiye'de bütün branşlarda genellikle devşirme sporcular oluyor. Devşirme sporcularda bir şekilde Türk sporcuların önüne geçiriliyor. Bu sistem yerine çok küçük yaşta okulun yanı sıra akademiler açılarak sırf o branş üzerine küçük yaşta başlanılarak çocuklar eğitilse, süreç ço daha sağlıklı ilerler.

Çünkü bizde genelde 14-17 yaşında sporcu en iyi derecelerini yapıyor, 20 yaşına gelir gelmez hatta gelmeden sporu bırakıyor. Profesyonellik asıl o yaşlarda başlıyor. O yüzden sabırlı olunması ve çok dikkat edilmesi gereken bir süreç. Ailelerin çocuklarını baskılamaması, sabırlı olması gerekiyor.

Türkiye'deki yüzme anlayışı 6-8 yaş arası hafta sonu kursları, yaz dönemindeki 3 haftalık kurslardan ibaret. Sadece öğrenme boyutunda. Bu algıyı kırmak daha fazla motive etmek için ne gibi çalışmalar yapılabilir?

Bence herkes yüzmeyi öğrenmeli. Denizde de havuzda da öğrenebilirler. Yüzmeyi öğrendikten sonra aile ergenlik çağına gelene kadar çocuğu olabildiğince farklı branşa yönlendirmeli illaki yüzme olmak zorunda değil.

Çünkü uzun boylu sporcu direk voleybola ya da basketbola verilir ama yüzmede de çok avantajlı. Ama aile direk bundan para kazanamayacak meslek yapamayacak dediği için yüzmeden alıyor çocuğunu. Siz gelişim çağında pek çok branşa yönlendirirseniz antrenörlerde biz de gözlemediğimizde çocukları ona göre örneğin açık suya yönleltiyoruz. Örneğin çocuk uzun mesafede çok başarılı ama denizde dalgalarla mücadelesi çok daha

Başarıdan önce sponsor bulmak çok önemli

“Benim için en önemli konu sponsor. Ben sponsor firmayı 5 yıl süresince yanımda gelecek teknede bütün geçişlerde Amerika da Japonya da İrlanda da İskoçya’da faşta pek çok yerde temsil edebiliyor olacağım. Tek bir parkur için bile sponsor bulsam 12 saatlik geçiş boyunca canlı yayın yapıyor. Bana da sponsora da çok getirisi oluyor. Desteklenmediği için büyük ihtimalle o tarihte bitiremezsem devam edemeyeceğim. Şu anda çalışıyorum ama bunlara yetecek kadar çok kazanmıyorum.

Bu geçişi sağlayacak kadar kazanamıyorum. Benim gibi geçmek isteyen sporcularda var. Bütçe yetersizse geçemiyorlar. Hep geçiş bitiyor ondan sonra sporcuyu sahipleniyorlar. Önce başarıyı görmek istiyorlar. Şimdi bir başarı var çok şükür. 2 yıl sürdü ama bir başarı var. Ben yenisine katılmak istiyorum. Bulamasam da katılacağım ama neden sponsor ile gitmeyeyim?”

başarılı, avantajlıysa açık denizde yönünü bulabiliyorsa, tuzlu sudan çok etkilenmiyor, çok dayanıklıysa açığısu branşında çok başarılı olabilir.

Türkiye koşullarında havuz kapasitemiz yeterli mi? Hijyen ve sayı olarak baktığımızda nasıl bir gerçeğimiz var ve burada neler yapılabilir?

Şu an tesislerin çoğu çok eski. Alsancak Yüzme Havuzu ben bildim bileli aynı ben de orada çalıştım. Çoğu havuz yetersiz. Kulvar ipleri, depar taşları çok eski. Tesis ne kadar yeniyse ne kadar temiz düzgün ise o kadar sporcu çeker. Oraya çocuk daha çok gitmek ister. Neden tesisler daha güzel olmasın daha çekici yapılmasın? Onun yanı sıra zaten tesis de yok. Çoğu ya özel okullara ait ya üniversiteler ait. Çok güzel üniversite havuzları var. Ama bunlar çok kullanamıyor. Kulüp kullanıyor. Örneğin; spor salonu açılır gibi sadece havuz açılmalı. İsteyen insanlar gidip antrenman yapabilsin. İllaki kulübe girmek zorunda değil.

İzmir’deki kulüplerin sürekli kapandığını ifade ettin. Buradaki problem nedir ve çözüm önerin ne olur?

Bir sporcu olarak benim gördüğüm bütçe yetersizliğinden kapanıyor.

Yurtdışındaki modellerde sistem nasıl?

Normalde yurtdışında kulüp sporcularının kendi sponsorları da oluyor ama bizde öyle bir şey yok. Bizde kulübe sponsor olan bir marka olabiliyor. Ama sporculara tek tek olmuyorlar.

Manş’ta o kadar açık bir reklam olanağı var ki Destek olan kuruluşun markasını bonemize, mayomuza kullanabiliyoruz. Hatta tekneye flama bile açabiliyoruz. Ya da o markayı giyiyoruz. Eşofmanını mayosunu bonesini gözlüğüne kadar üstümüzde taşıyabiliyoruz. Ben 2017 yılından beri sponora ihtiyaç duymamıştım. Ne zaman bu parkurlar başladı sponsor ihtiyacı doğdu.

Ne zaman sponsorluk görüşmesine gitsem hep aynı şey söyleniyor, “Takım olsa belki olabilir” Neden diyorum, çünkü daha çok kişiye ulaşacaklar. Hâlbuki Manş gibi tek bir geçişte destek olunduğu zaman, toplu halde geçilmez ve çok daha fazla ses getiren geçişler. Çünkü çok zorlayıcı bizim için. Ben 2 yıl boyunca orayı geçmek için uğraştım. Medyada çok yer buldu. Ama kimse destek olmak istemedi. Yüzdükten sonra birkaç firma geldi.

Geçebilmek için kaç saat kaç km’lik antrenman yaptın?

Dönemlere göre değişiyor. Haftanın sadece 1 günü dinlendim. Sezon başında 3-4 km’ler ile başlıyor 1-2 ay, sonra sezon yaklaştıkça 4- 6 saatlere çıkıyor. Günde 19 km yüzdüğüm oldu. sonra yarış yaklaşırken yine son 1 ay düşüyor. Çünkü vücudu dinlenmeye alıyorsunuz.

Kaç gün hazırlandınız?

2 yıl boyunca. 2017 yılında Temmuz’da gittim, başarısız oldum. Eylül ayında çalışmaya başladım sonraki yıl Ağustos’ta yüzdüm. Bir yıl boyunca sürekli o geçişe hazırlandım. Bir de soğuk su antrenmanları var. Örneğin 12 derecede antrenman yaptım. Dondum yüzerken. Hipotermiye girmiştik ilk sene ondan sakınmak için kilo da aldım. Onun için bir de haftaya 3 gün kas kazanımına, yağ oranını arttırmaya yönelik antrenmanlar oluyor. Sonra yarış geçiyor bu sefer yağları azaltıp hız kazanmaya yönelik antrenmanlar oluyor. Yağlandığınız zaman, bu 12 saat süren bir geçiş zaten çok hızlı olursanız tükenirsiniz. Kendi hızınıza göre gidiyorsunuz.

Maraton gibi yani...

Evet ama maratoncuların bizden farkı koşu maratonu yapanlar genelde zayıf oluyor. Yüzücüler daha kilolu oluyor. Hatta erkek fiziği gibi oluyor fiziğimiz. Çünkü denizde hep soğuk suda oluyorsunuz. Dayanmanız gerekiyor.

Yüzmenin alternatif sporu nedir?

Yüzme çok nankör. Yüzmede çok farklı kas grupları çalışıyor. O yüzden neredeyse hiçbir şeyi

yapamıyorsunuz yüzmek dışında. Ya deniz yüzüşü, ya havuz yüzüşü, ya da kürek yapabilirsiniz. Yüzmeyi bırakan birçok kişi küreğe kanoya geçer. Çünkü sırtımız omuzlarımız güçlü diye. Ama kanoyu bırakıp yüzmeye geçtiğinizde yüzemeyebilirsiniz.

Türkiye’de çok iyi antrenörler var. Ama antrenörler de yan dallar konusunda zayıflık yaşıyorlar. Beslenme ve psikolojik danışmanlık konusunda destek konusunda sporcular maalesef istediği kadar destek alamıyor. Yüzmede bu konuda nasıl bir tabloyla karşı karşıyayız?

Antrenör ; antrenmanın saatlerini o belirler, sporcuyla tanır. ama bunun dışında dediğiniz eksikten dolayı bizde antrenörler hepsini yüklenmeye çalışıyor. Çoğu branşlarda öyle. Beslenmesini de, psikolojik yardımını de onlar yapmaya çalışıyor.

Başarı için sporcunun antrenörü, psikoloğu, diyetisyeni olması Sakatlığında fizyoterapistin olması gerekiyor. Bütün bunlar tek bir kişi olmamalı. Ve bütün bu insanların bir arada çalışması gerekiyor.

Türkiye’de en çok yüzmekten hoşlandığın yer neresi?

Çeşme’yi yüzmeyi çok seviyorum. Havuz olarak Alsancak’ın açık havuzunu çok seviyorum. Narlıdere’de çok güzel ama bana uzak. Ege Üniversitesi’nin havuzunu çok seviyorum ama kısa kulvar olunca sıkıntı yaşıyoruz. Hangi yüzücüye sorsanız size havuz yok diyecektir. Yurtdışında havuz tesisleri şu şekilde oluyor, 50 m’lik olimpik havuz oluyor büyük yarış yapılan. Bir tane 25 m’lik onun yanında bir havuz oluyor. Kışın yarışlar 25 m de yapılıyor 50 m yarışlar yapıldığında da diğeri ısınma havuzu olarak kullanılıyor. Bir de o iki havuzun dışında çocuk havuzu oluyor ya da çocuk havuzu kurslar olduğunda ısıtılıyor. Bizde ise hepsi tek bir havuzda yapılmaya çalışıldığından sürekli bir çatışma oluyor. Örneğin kurslar oluyor diyorlar ki su çok soğuk, biz antrenmana geliyoruz diyoruz ki su çok sıcak yüzemiyoruz. Dalışa



geliyorlar derin havuz arıyorlar Neden derin havuz yok diye soruyorlar. Çocuğunu getirenlere sorun bu havuz neden çok derin diyor. Aslında bir sürü yan yana havuz olması gerekiyor. Bu yüzden tesis yok. Türkiye’de bu bilinçle işletilen havuz sayısı çok az.

2025’e kadar 7 parkuru bitirmek dışında hedeflediğin başka neler var?

En büyük hedefim; benim gibi sporu bırakmadan çocukların veya yetişkinlerin yüzmeye devam edebilmesi. İnsanları

böyle parkurlara hazırlamak istiyorum. Antrenör olarak onları çalıştırmak istiyorum. Şu anda bir kulüpte çalışıyorum ama hedefim Manş gibi Cebeli Tarık gibi uzun parkurlara insanları hazırlamak hem de insanlara yüzme sevgisi aşılacak.

Belli bir yüzme topluluğu olabilir. Örneğin Alsancak’ta Karşıyaka koşu grupları var buluşup koşuyorlar. Neden buluşup yüzmeyinler. Benim hedefim öyle insanlara mentörlük etmek. Zaten spor psikolojisi alanında yüksek lisans yapmayı düşünüyorum. ■

Yeni Teknolojik Gelişmeler Ve İşgücünün Geleceği



İnsanoğlu, tarihi boyunca Tarım Devrimi, Endüstri Devrimi gibi ekonomik ve siyasal sistemlerini etkileyen dönemeçlerden geçti. Benzer bir dönemecin yapay zeka, otomasyon ve robotik alanında yaşanan gelişmelerle kapımızı çaldığını ve hatta kapıyı biraz aralayarak gündemimizi işgal etmeye başladığını gözlemliyoruz. Buna tarihçiler bir devrim yakıştırmayı yapacak mı bunu henüz bilmiyoruz. Yakın dönem gelişmelerin tarihçiler tarafından adlandırılabilmesi için daha epey süreye ihtiyacımız var.



Ozan Şiyve

Reed Specialist Recruitment
Ege Bölge İş Geliştirme Direktörü



“Hayvanlardan Tanrılara: Sapiens” adlı, kısa sürede kült haline gelmiş kitabın yazarı Yuval Noah Harari, Tarım Devrimi’ni tarihin en büyük aldatmacası olarak tanımlar. Harari’ye göre akademisyenler bir zamanlar, Tarım Devrimi’nin insanlık için ileriye doğru atılmış büyük bir adım olduğunu iddia ettiler. İnsan zekasıyla gerçekleşen bir ilerleme hikayesi anlattılar. Buna göre evrim kademeli olarak giderek daha zeki insanlar yarattı. Sonuçta insanlar o kadar akıllı hale geldiler ki, doğanın gizemlerini çözdüler ve bu sayede koyunları evcilleştirip buğdayı ekebildiler. Ve çok kısa bir süre sonra da, bir şekilde acımasız, tehlikeli ve savaşçı avcı toplayıcı yaşamlarını memnuniyetle bırakıp, hoş ve dingin çiftçi yaşamına geçtiler.

Harari’ye göre bu hikaye tamamen fantastiktir. İnsanların zamanla daha zeki olduklarına dair hiçbir kanıt yoktur. Tarım Devrimi yeni ve kolay bir yaşam biçimi sağlamaktan ziyade, çiftçilere genellikle avcı toplayıcılarınkinden daha zor ve daha az tatmin edici bir yaşam oluşturdu. Avcı toplayıcılar zamanlarının daha büyük bölümünü, çeşitli ve insanı zihinsel olarak uyaran faaliyetlerle geçiriyorlardı, ayrıca açlık ve hastalıkla boğuşma ihtimalleri de daha düşüktü. Tarım Devrimi insanlığın elindeki toplam gıda miktarını kesin olarak artırdı ancak daha iyi bir beslenme veya daha çok keyifli zaman yaratmadı. Daha ziyade nüfus patlamasına yol açarak şımarık seçkinler yarattı. Ortalama çiftçi ortalama avcı toplayıcıdan daha fazla çalışarak karşılığında daha kötü besinlere sahip oldu.

İnsanoğlu tarihi boyunca Tarım Devrimi, Endüstri Devrimi gibi ekonomik ve siyasal sistemlerini etkileyen dönemeçlerden geçti. Benzer bir dönemecin yapay zeka,

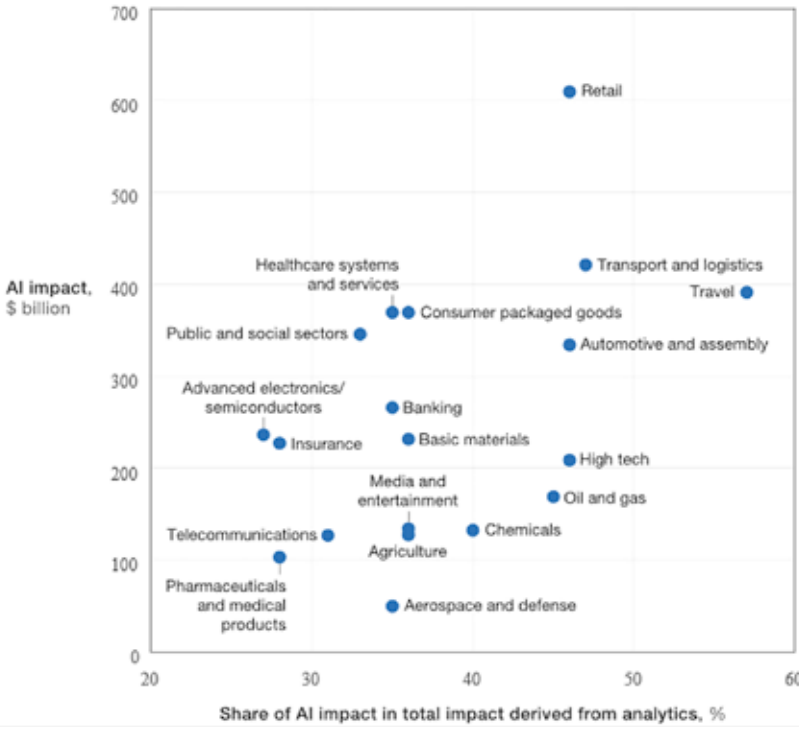


otomasyon ve robotik alanında yaşanan gelişmelerle kapımızı çaldığını ve hatta kapıyı biraz aralayarak gündemimizi işgal etmeye başladığını gözlemliyoruz. Buna tarihçiler bir devrim yakıştırmayı yapacak mı bunu henüz bilmiyoruz. Yakın dönem gelişmelerin tarihçiler tarafından adlandırılabilmesi için daha epey süreye ihtiyacımız var. Ancak içinden geçtiğimiz süreçle, Tarım Devrimi arasında bir analogi kurmanın yersiz olmayacağı inancındayım. Çünkü insanoğlunun, geleceğini ve çalışma biçimlerini belirleyecek olan yeni bir ekonomik sisteme doğru evrildiğini düşünüyorum.

Peki işyerlerimizi ve çalışma biçimlerimizi derinden etkileyecek olan bu yeni teknolojik gelişmelerin, işletmelerin kullandığı klasik endüstriyel sistemlerden ne farkı var. Mevcut endüstriyel sistemler, insanoğlunun kas gücüyle yapabileceği fonksiyonların yerini aldılar ve bazı rutin işleri otomasyona dayalı sistemler ile daha hızlı yapılabilecek hale getirdiler. Şu anda yaşadığımız teknolojik transformasyonda farklı olan şey ise makinelerin bazı bilişsel görevleri kendi başlarına yapabilecek olmaları, kendi başlarına keşfedip, karar alıp öğrenen makineler haline gelmeleri. Uzak olmayan gelecekte yollarda göreceğimiz sürücüsüz araçlar, aldığı tüm malumatı bir basın haberine ya da bir köşe yazısına dönüştürebilecek yapay zeka sistemleri, marketlerde insanların beden ve yüz hareketlerini analiz ederek hırsız olma olasılıklarını analiz edebilen ve market personeline daha dikkatli olmaları yönünde uyarı gönderen yazılımlar bu yeni bilişsel teknolojilere örnek gösteriliyor.

Bu yeni teknolojiler daha şimdiden farklı iş sahaları için değer üretmeye başlamış durumda. Üretim sürecindeki kusurların izlenmesi, bazı hileli finansal işlemlerin ortaya çıkarılması, ses ve yüz tanıma teknolojileri, tüketici ürün tavsiyeleri gibi fonksiyonlar sektörlerin ürettiği değer içinde şimdiden pay edinmeye başladı.

Artificial intelligence (AI) has the potential to create value across sectors.



Örneğin McKinsey'in "yapay zekanın, tüm analitik sistemler ve toplam üretilen değer içindeki finansal payını" ölçtüğü araştırmanın sonuçları oldukça çarpıcı. Perakende, lojistik gibi sektörler yapay zekanın olanaklarını en fazla kullanan ve bu şekilde yüksek finansal değer üretebilen sektörler olarak karşımıza çıkıyor. Yapay zekaya yapılan yatırımların finansal değeri de her geçen gün artıyor. Amerika Birleşik Devletleri 23 milyar dolar yatırımla birinci sırayı alırken, onu 12 milyar dolar yatırım ile Asya ekonomileri izliyor. Avrupa ise 4 milyar dolarlık yapay zeka yatırımı ile 3. sırada yer alıyor.

Yapay zeka ve robotik alanındaki gelişmeler ekonomik büyümeye yaptığı katkı ve verimlilik oranlarını artırmasıyla madalyonun bir yönüyle iyimser bir tablo yaratmış oluyor. İstihdam alanında yaratacağı muhtemel yıkıcı etkilere rağmen; yapay zeka,

robotik ve otomasyon alanındaki gelişmelere karşı savaşmanın yersiz olacağı vurgulanıyor. Zira ekonomik büyüme oranlarına ve verimliliğe yaptığı olumlu katkıların yanısıra, yeni teknolojik gelişmelerin toplum için yarattığı sosyal faydalar bulunuyor. Örneğin sanal gerçeklik uygulamaları insanları doğal felaketlerin olumsuz etkilerine hazırlıyor, anksiyete ve bazı mental sorunlarla başa çıkmaya çalışan insanlara yardımcı oluyor. Genç kanser hastaları sanal ortamda kampüs programlarına katılarak eğitimlerine devam edebiliyor. Yapay zeka, malzeme bilimlerinde, tıbbi araştırmalarda ve iklim değişikliğine ilişkin öngörülerde yaygın olarak kullanılıyor.

Madalyonun diğer – kötümser- yüzünde ise yapay zeka ve robotlaşmanın istihdam alanında ve çalışma biçimlerimizde yaratacağı muhtemel yıkıcı etkiler var. Yeni teknolojik gelişmelerin,

Çağımızın en büyük filozof, bilgin ve sosyal eleştirmenlerinden olan Bertrand Russell, 1931 yılında yazdığı "Aylaklığa Övgü" adlı kitabında makineleşmenin insanoğluna insanca yaşam kapılarını açmadığını anlatıyor.



iş aileleri, yeni uzmanlık alanları, yeni yetkinlik ihtiyaçları ve ücretler üzerinde etkisini görmeye başlayacağımız ifade ediliyor. Dünya Ekonomik Forumu'nun 376 ayrı global firmada çalışan CHRO'lar, Yetenek ve Strateji yöneticileri ile yaptığı kapsamlı araştırmanın sonuçlarına göre; "çalışma biçimlerinin doğasının değişmesi" yeni ekonominin 2025 yılına kadar en fazla etki yapacağı alan olarak görülüyor.

Kötümser senaryo en özet anlatımıyla, yapay zekanın ve robotların istihdam üzerinde yıkıcı etkilere sahip olacağı ve insanların elindeki işleri alacağı varsayımına dayanıyor. Bu kötümser görüşün anti-tezi olarak; teknolojik gelişmelerin ortadan kaldırdığı işlerden çok daha fazla sayıda yeni uzmanlık alanı ve pozisyon yaratacağı söyleniyor. Dahası yapay zekanın çalışanların verimliliğini artıracığı ve Accenture'un CTO'su Paul Daugherty'nin ifadesiyle yeni bir süper gücün iş hayatında görünür olacağı ifade ediliyor.



Yeni teknolojiler daha şimdiden farklı iş sahaları için değer üretmeye başlamış durumda. Üretim sürecindeki kusurların izlenmesi, bazı hileli finansal işlemlerin ortaya çıkarılması, ses ve yüz tanıma teknolojileri, tüketici ürün tavsiyeleri gibi fonksiyonlar sektörlerin ürettiği değer içinde şimdiden pay edinmeye başladı.



("Human plus machine equals superpowers")

McKinsey'in 2000 iş aktivitesi ve 800 meslek üzerinde yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre bazı işler diğerlerine göre daha kolay bir şekilde otomasyon aktivitelere dönüştürülebilir durumda. Bunlar öngörülebilir ortamlarda gerçekleştirilen bazı fiziksel aktiviteler, veri toplama ve veri işleme süreçleri olacak. Bunlar da gelişmiş bir ekonomi içerisindeki aktivitelerin neredeyse %51'ine tekabül ediyor.

Yönetmel işler, belirli bir uzmanlığa dayalı aktiviteler ve paydaş yönetimine dayanan süreçler ise otomasyon kapsamına alınması güç olan işler olarak varlığını devam ettirecek. McKinsey'in bulgularına göre %100 oranında otomatize edilen işler yalnızca %5 oranında olacak. Diğer etkinlikler ise kısmi olarak otomasyon çalışmalarından etkilenecek. Bir anlamda çalışanlar, işyerlerinde kendilerini destekleyen akıllı makinelerle ortak iş görmeye

başlayacak ve bu da işlerimizin, mesleklerimizin ve işyerlerimizin doğasını değiştirecek.

McKinsey'in ürettiği senaryoya göre 2030 yılına kadar yapay zeka ve otomasyon alanındaki ilerlemeler global işgücünün %15'ini, yani toplam 400 milyon çalışanı olumsuz anlamda etkileyecek ya da işinden edecek. Peki yapay zeka ve otomasyon alanındaki gelişmeler, işgücü üzerindeki muhtemel yıkıcı etkileri bertaraf edebilecek yeni meslekler ve işler yaratabilecek mi?

Gartner'ın yaptığı araştırmaya göre yapay zeka ve otomasyon alanındaki ilerlemeler, ortadan kaldırdığı işlerden daha fazla sayıda pozisyon üretecek. Dennis Mortensen, x.ai adında bir yapay zeka firmasının kurucusu ve CEO'su, "Organizasyona şöyle bir bakıyorum ve işlerimizin 2/3'ünün bundan daha birkaç yıl önce var olmadığını görüyorum" diyor. McKinsey Global Institute'in Direktörü James Manyika da bu iyimser tabloyu destekliyor.



Manyika'ya göre, gelişmiş ekonomilerde otomatize edilebileceğimiz aktivitelerin oranının %51 olması, aynı oranda işin ortadan kalkacağı anlamına gelmiyor. Ancak bu aktivitelerin içine, otomasyon teknolojileri bir şekilde yerleşeceği için bizi 2 ayrı geçiş süreci bekleyecek. Bunlardan birincisi çalışanların mevcut işlerinden, gelişmekte olan yeni işlere geçiş yapması. Tanık olacağımız ikinci geçiş süreci ise çalışanların bu yeni işlere adapte olabilmeleri için ortaya çıkacak olan yetkinlik ve beceri ihtiyaçlarını gidermek olacak. Accenture'un CTO'su Paul Daugherty fütürist bir yaklaşımla yaratılması muhtemel 2 yeni mesleği şöyle tanımlıyor. Trainers: Bu grup, yapay zeka sistemlerine insan davranışlarını uygulamayı ve taklit etmeyi öğretecek. Explainers: Bu yeni meslek ise yapay zekanın yarattığı iş değerlerini ilgili iş insanlarına aktaracak ve onlar için anlamlı kılacak. Yani bir anlamda makinalarla, yöneticiler arasında köprü vazifesi görecek.

Aslında makineleşmenin insanların işinden edeceğine

ilişkin endişeler birkaç yüz yıl öncesine kadar gidiyor. Endüstri Devrimi ve sonrası dönem bazı işlerin ortadan kalkmasına, ancak bir diğer yönüyle de yeni işlerin hayatımıza girmesine tanık oldu. Örneğin asansör operatörü, santral görevlisi, seyahat danışmanı gibi pozisyonlar ya yok oldular ya da yok olmak üzereler. Onların yerine yazılım geliştirme mühendisi, dijital pazarlama uzmanı, sosyal medya uzmanı gibi yeni meslekler hayatımıza girdi. Görünen o ki son teknolojik gelişmelerin daha fazla endişe yaratmasının nedeni, son 8-10 yıl içerisinde tanık olduğumuz teknolojik gelişmelerin son 50 yılda yaşadıklarımızı kat ve kat aşması ve devasa boyutta olması.

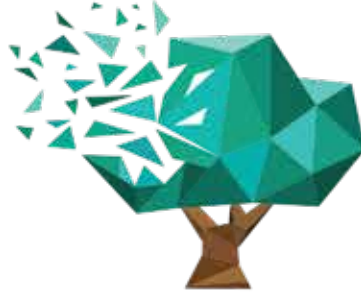
Çağımızın en büyük filozof, bilgin ve sosyal eleştirmenlerinden olan Bertrand Russell, 1931 yılında yazdığı "Aylaklığa Övgü" adlı kitabında makineleşmenin insanoğluna insanca yaşam kapılarını açmadığını anlatıyor. Russell'a göre "Uygarlık için boş vakit şarttır. Eski zamanlarda bir azınlığın boş vakte sahip olabilmesi, büyük bir çoğunluğun emeği sayesinde gerçekleşebiliyordu. İnsan ırkının

akla yakın bir rahatlık ölçüsü içinde yaşamasını sağlayabilmek için bugün makinaların verimlilikleri sayesinde, eskisine oranla çok daha az bir çalışma gerekebilirdi. Ancak bu hiçbir zaman hayata geçirilememiştir." (Russell makinalaşma sayesinde günde 4 saat çalışmanın, insanlara makul ölçüler içinde isteyebilecekleri kadar maddi rahatlık sağlamaya yeteceğini iddia eder.)

Görünen o ki bugün de insanlık ütopya/distopya ikilemi içinde yolunu bulmaya çalışacak. Eğer bu geçiş süreci doğru yönetilirse barış, ekonomik büyüme, refah ve Russell'ın önerdiği gibi günde 4 saat çalışmanın yeterli olacağı boş zaman dolu bir ütopya dünyasına yönelebiliriz. Ya da kaotik, eşitlikçi olmayan ve otoriter iklimin devam edeceği karamsar bir dünyaya adım atacağız. Bu noktada şirketlerin ve hükümetlerin alacağı kararlar ve kanun koyucuların sağduyusu etkili olacak. Yazımızın başına dönecek olursak Tarım Devrimi, insanoğlunun daha fazla çalışmasına, bugün dahi kendisini tüketircesine çalışmasına neden olan ve eşitlikçi olmayan bir ekonomi politik yarattı. Yukarıda aktardığımız iyimser tahminlere rağmen, yapay zeka ve teknoloji alanındaki gelişmeler ile bu hayat tercihini tersine çevirmek mümkün olacak mı şu anda öngöremiyoruz. Ancak şunu biliyoruz ki bunu tartışmaya değer ve bu tartışmaların sonunda kararı yine kendi türümüz verecek. ■

Kaynakça

"Artificial Intelligence will disrupt the future of work. Are we ready?", Brookings Institute
 "The Future of Jobs, Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution", World Economic Forum
 "AI, automation, and the future of work: Ten things to solve for", McKinsey Global Institute
 "What is the future of work", Podcast interview between Peter Gumbel and James Manyika, McKinsey Global Institute,
 "AI and the future of work", wired.com
 "Aylaklığa Övgü", Bertrand Russell, Cem Yayınevi
 "Hayvanlardan Tanrılara Sapiens", Yuval Noah Harari, Kolektif Kitap



EGAM GROUP



EGAM ÇEVRE

Pest Kontrol Hizmetleri
IPM Hizmetleri
Çevre Sağlığı Hizmetleri



BAM ÇEVRE DANIŞMANLIĞI

Çevre Danışmanlığı Hizmetleri
Çevre Eğitimleri
Çevresel Risk Analizleri



SKM DANIŞMANLIK KOBİ GELİŞTİRME MERKEZİ

Kurumsal Yönetim Danışmanlığı
İnsan Kaynakları Danışmanlığı
Mali Finans Danışmanlığı

Adres : Mevlana Mah. 1760 Sokak No : 16 Aslı Apartmanı K: 1 D: 1-2 Bornova / İZMİR

Telefon : 0 (232) 373 40 21 - Fax : 0 (232) 373 56 40

info@egamgroup.com

www.egamgroup.com

Çocuğumuzun verdiği gizli mesajları alabilmemiz ve uygun tepkiler verebilmemiz için duyguları fark etmek birinci basamaktır

Çocuğumuzun “İş Dünyası”



Çocuğun oyun öncesi, sırası ve sonrasındaki duygularını anlamaya çalışın ve ona yansıtın. Çıkan duyguların iyileştirici ve büyütücü, geliştirici olduğunu unutmayın. Kimi zaman oyunda işler ters gidebilir. Olumlu duygular kadar olumsuz duygular da ortaya çıkabilir. Hangi duygu gelirse gelsin bunun çocuğunuzun büyümesine bir fırsat olduğunu hatırlayın.



Bir bebek dünyaya gelir ve geldiği andan itibaren değişim, gelişim başlar. Bu değişim çift taraflıdır, yeni doğmuş bir bebekle beraber yeni doğmuş anne ve baba da vardır. İş kadını anne, iş adamı baba olmuştur. Yeni kimlikleriyle tanışma ve alışma dönemi başlar. Bir yandan mutluluk, heyecan, coşkulu tarifsiz duygular; bir yandan ise korku, kaygı...

Ebeveyn olmanın zorlukları vardır. Bir de işin içine zamanı yetiştirme kaygısı girince işler iyice zorlaşır. Bebeğimiz dünyaya geldiği andan itibaren onun tüm ihtiyaçlarına karşılık vermeye çalışırız. Hatta bazen onunla geçirdiğimiz zamanların az olmasından yakınıp kendimizi suçlu ve yetersiz hissederiz. Böyle durumlarda “Çocuğumuzdan ayrı olduğumuz zamanı nasıl telafi edebiliriz, çocuğumuzun anne babaya olan ihtiyacını nasıl giderebiliriz?” diye düşünürüz. Hatta bazen yoğun programlar hazırlayıp yapmayı arzuladığımız aktivitelerin tümünü bir arada yapmaya çalıştığımız zamanlar olur. Çünkü kalan zamanları en dolu, en eğlenceli, en kaliteli, en öğretici şekilde geçirmek isteriz.

Aslında hepimizin ihtiyacı olan şey sadece keyif almak ve bu zamanlarda çocuğumuzun duygusal ihtiyaçlarındaki doyuma ulaşmasına yardımcı olmaktır.



Uzman Psikolog Ayçin Koç



Hadi hep beraber anı yaşamak ve bu ihtiyaçları gidermek için neler yapabiliriz şimdi ona odaklanalım. Geçirdiğimiz zamanların tadını çıkararak başlayalım işe.

Ne güzel şeydir oysa anne baba olmak. Çocuğumuzun kendini ve dünyayı keşfetmesinde ona eşlik etmek, pusula olmak. Eğer siz de bu keşfi keyifli hale getirmek ve dünyayı çocuğunuzun gözüyle görüp onun gibi duymak istiyorsanız oyun en büyük yardımcınız olacaktır. Genelde anne babalar eğlenceli ve öğretici oyunlar oynarlar. Oynadığınız bu oyunlar çok kıymetlidir, onlarla aynı şekilde oynamaya devam edin. Çocuğunuzun oyun içinde patron olacağı bir başka oyun türü daha var: Patron Çocuk Oyunu. Nasıl oynanır? Başlayalım.

İlk adım çocuğunuzun oyun zamanını oluşturun.

Çocuğunuz ne kadar süre sizinle oyun oynayacağını bilirse oyun içinde yapmak istediği şeyleri planlama şansını vermiş olursunuz. Bunun için küçük çocuklara saati göstererek, büyük çocuklarla zaman planını yaparak zamanı planlayabilirsiniz.

Bu oyun saatinde ne yapacağını, hangi oyuncakla oynayacağını çocuk seçsin.

Bırakın planlamayı o yapsın. Oyuncakları seçsin ve ne yapacağını karar versin. Sadece kendinizi onun dünyasına ve kurallarına bırakın. Eğer çocuğunuz oyuncaklarla oynamak istemezse o saatte istediği başka bir şeyi yapmasına izin verebilirsiniz. Unutmayın o saat onun saati. Bu süreç her zaman eğlenceli bir şekilde de gerçekleşmeyebilir. Çocuğunuz oyun oynarken bazen güler mutlu olur, bazen istediğini yapamaz öfkelenebilir. Bu tıpkı sizin bir işi büyük bir ciddiyetle yapmanıza benzer...

Çocuğunuzun duygularına odaklanın.

Çocuğun oyun öncesi, sırası

ve sonrasındaki duygularını anlamaya çalışın ve ona yansıtın. Çıkan duyguların iyileştirici ve büyütücü, geliştirici olduğunu unutmayın. Kimi zaman oyunda işler ters gidebilir. Olumlu duygular kadar olumsuz duygular da ortaya çıkabilir. Hangi duygu gelirse gelsin bunun çocuğunuzun büyümesine bir fırsat olduğunu hatırlayın. İşte burası, çocuğunuzun yaşamın provasına hazırladığınız kıymetli zamanın büyüleyici dünyası. Tek gerçek olan duygulara ve isteklere ortakınız.

Duygular açığa çıktığında ise,

Çocuğumuzun verdiği gizli mesajları alabilmemiz ve uygun tepkiler verebilmemiz için duyguları fark etmek birinci basamaktır.

Örneğin, oyuncak arabası kırılan çocuğa ağlarken: "Boş ver oğlum ağlama, bak burada bir sürü araba var." demek yerine "Araban kırıldığı için çok üzüldün, sen şimdi onunla oynamak istiyordun, o senin için önemliydi." demelisiniz. Annesi işe giderken bağıran, eşyalarını fırlatan çocuğa "işe gitmem lazım biliyorsun" demek yerine, "Yanında olmamı istiyorsun, gittiğim için üzgünsün, beni özlüyorsun." demelisiniz. Çocuğun duygularını fark etmek, çocuğa anlaşıldığı mesajını vererek onu rahatlatır.

Oyun zamanını sonlandırma öncesi hatırlatma yapın.

Bazen çocuklar oyuna devam etmek isterler. Oyun zamanının bitmesi onlar için tam bir kâbustur! Oyun zamanının dolmasına 15 dakika kala çocuğunuza zamanı hatırlatın. Sonraki etkinlik için çocuğunuzun hazırlayın.

Çocukların en ciddi işinin oyun olduğunu aklımızdan çıkarmayalım.

Kendimizi düşünelim.

İşlerimiz için ayrılmış zamanı bilmek ve bu zaman dilimini

kendi kaynaklarımızı kullanarak hatta ihtiyacımız olduğunda yardım çağrımıza uzanan bir el olduğunu bilerek çalışmak nasıl hissettirir kendinizi?

Peki, oyun ebeveyn ve çocuğun hangi ihtiyacını karşılar?

Yaşam şartları değişse de çocuğumuzun yakın olma, kabul görme ve güvende hissetme ihtiyaçları hep aynıdır. Oyun, bu ihtiyaçların karşılanmasını sağlayan bir kanaldır.

Oyunla birlikte keyifle geçen süre hem ebeveyni hem çocuğu her şeyden önce mutlu eder, besler. Oyun, çocuğa duygularını tanıma fırsatını verir.

Ebeveynin çocuğunun duygularını ve ihtiyaçlarını fark etmesine yardımcı olur. Böylece ebeveyn çocuk arasındaki iletişim kanalı hep açık olur. Sıcacık saran, kapsayan, doyumsuz bir ilişki ortaya çıkar. Bu durum, çocuğun psikolojik, duygusal, fiziksel ve zeka gelişimine katlı sağlar, sağlıklı bir yetişkin olmasına yardımcı olur.

Biliyor muydunuz?

Yapılan araştırmalar, çocukluğunda yeteri kadar oyun oynamasına izin verilen yetişkinlerin, iş hayatlarında daha başarılı olduğunu göstermektedir.

Daha güçlü kararlar alan çocuk, bu sayede iş birliğiyle çalışır ve dayanışmayı öğrenir.

"Ama ben oyun oynayamam ki, yıllar oldu oynamayalı, oyun oynamayı beceremiyorum" diyorsanız, içinizdeki çocuğun sesini dinleyin.

Oyun hep vardır, her yaşta vardır. Yeter ki siz içinizdeki çocuğun dışarı çıkmasına izin verin. ■

NAPPO

WELL CRAFTED KITCHEN

VERA
PIZZA



Napoletana

CC'YE NAPOLİ'Yİ KOYDUK.

İzmir'e lezzet katmak için Napoli'den geldik.

Fırını ateşleyip, biraları dinlendirdik.

Şimdi de sizi **Nappo**'ya bekliyoruz.



@nappopizza

Mavibahçe AVM | +90 (545) 436 27 76 | www.nappopizza.com

Gerek mevzuat gerekse de Kurul kararları düşünülduğünde; veri işleme faaliyeti yapanların süreklilik arz eden ve elverişli bir kişisel verileri koruma politikası geliştirmesi ve bu süreçte mutlaka hukuki danışmanlık alması gerekmektedir. Aksi takdirde maruz kalacakları ceza ve idari yaptırımlar çok ağır olacaktır

Kişisel Verilerin Korunması Hukuku



Kanun ve mevzuat incelendiğinde görüleceği üzere kişisel veri kavramı sadece gerçek kişi verileri için geçerlidir. Ancak tüzel kişiye ait bir verinin herhangi bir gerçek kişiyi belirlenebilir kılması durumunda bahsi geçen kişi belirlenebilir olacağından bu veriler de koruma altına alınacaktır.



Spor salonuna kaydolmak için iletişim bilgilerinizin yer aldığı bir form dolduruyorsunuz ve telefonuz hiç bilmediğiniz yerlerden mesaj ve aramalar ile dolmaya başlıyor ya da iş başvurusu, bir etkinliğe kayıt, bir iş hanına girmek, bankada hesap açtırmak vb. için size ilişkin bilgilerin yer aldığı daha nice formları dolduruyorsunuz ve başlıyor sonu gelmek bilmeyen, istenmeyen mesaj ve aramalar... Bu süreç tanıdık geldi değil mi?

Son dönemde herkesin ağızına pelesenk olmuş ancak bir türlü efektif uygulaması yapılamayan bir hukuk dalı olan kişisel verilerin korunması hukuku, 2016 yılında AB uyum süreci kapsamında mevzuatımıza girmişse de kafalarda çok büyük soru işaretleri ve mevzuata uyumlu hale gelmek için sıkıştıran bir tarih ile şirketler baş başa kaldı. Ve ne yazık ki şu anda tam anlamıyla elverişli ve sürekli bir uygunluk söz konusu

değil. Peki nedir bu kişisel veriler? Bu mevzuata nasıl uyumlu hale gelebiliriz? Şirket iç ve dış yapılanmasını ne kadar etkiliyor bu mevzuat?

1. “Kişisel veri” nedir?

X salonunda sarı tişörtünüzle oturuyorsunuz. Ve oradaki sarı tişörtlü tek kişi sizsiniz... Yani “X salonundaki sarı tişörtlü kişi” denilince akla bir tek siz geliyorsunuz. Tebrikler, bu bilgi artık kişisel veriniz! Gördüğünüz üzere gerçek kişiye ait olan ve o kişiyi belirlenebilir kılan her türlü bilgi, o kişinin kişisel verisi halini alıyor. Kısaca bir bilginin somut olayda “kişiyi tanımlayabilme” kabiliyetine sahip olup olmadığına göre kişisel veri olup olmadığına karar veriyoruz.

Ve dikkat! Yalnızca gerçek kişilerin verilerinden bahsediyoruz. Bu kapsamda tüzel kişiye ait bir bilginin izinsiz yayılması bu hukuka aykırılık oluşturmuyor.



Kumsal Başyurt

2. Tüzel kişilerin kişisel verileri olabilir mi?

Kanun ve mevzuat incelendiğinde görüleceği üzere kişisel veri kavramı sadece gerçek kişi verileri için geçerlidir. Ancak tüzel kişiye ait bir verinin herhangi bir gerçek kişiyi belirlenebilir kılması durumunda bahsi geçen kişi belirlenebilir olacağından bu veriler de koruma altına alınacaktır.

3. Kimler veri işleyebilir? Veri sorumlusu ve veri işleyen arasındaki fark nedir?

Gerçek ya da tüzel kişi fark etmeksizin herkes veri işleyebilir. Ancak bu noktada ikili bir ayrıma gitmekte fayda var. “Veri sorumlusu”, kişisel verileri belirli kriterlere göre yapılandırarak işlediği bir veri kayıt sisteminin kurulmasından ve yönetiminden sorumlu, yani veri işleme faaliyetini gerçekleştiren gerçek ya da tüzel kişilerdir. “Veri işleyen” ise, veri sorumlusu adına kişisel verileri kendisine verilen talimatlar çerçevesinde işleyen gerçek ya da tüzel kişilerdir. Buna örnek olarak çağrı merkezlerini verebiliriz.

4. Bir kişi hem veri sorumlusu olup hem de veri işleyen olabilir mi?

Evet. Yukarıda da bahsettiğimiz üzere kişisel verilerin korunması hukukunu somut olay bazlı kurgular isek bir kişinin hem veri sorumlusu hem de veri işleyen olabileceğini çok rahat kavrayabiliriz. Örneğin, Z çağrı merkezi müşteri verileri yönünden veri işleyen konumunda iken işçileri yönünden veri sorumlusu konumunda olmaktadır.

5. Veri işleme faaliyeti nedir? Her türlü bilgi kaydında bu mevzuattan sorumlu muyuz?

Mevzuat kapsamında veri işleme faaliyeti; gerçek kişinin verilerini bu veri kayıt sisteminin bir parçası olarak elde etmeden başlayarak kaydetme, depolama, sınıflandırma vb. gibi veriler üzerinde gerçekleştirdiği tüm işlem türlerini



X salonunda sarı tişörtünüzle oturuyorsunuz. Ve oradaki sarı tişörtlü tek kişi sizsiniz... Yani “X salonundaki sarı tişörtlü kişi” denilince akla bir tek siz geliyorsunuz. Tebrikler, bu bilgi artık kişisel veriniz! Gördüğünüz üzere gerçek kişiye ait olan ve o kişiyi belirlenebilir kılan her türlü bilgi, o kişinin kişisel verisi halini alıyor.

kapsamaktadır. Bu bakımdan bir kişinin adres bilgisinin bir hard diske kaydedilmesi yahut bir sunucuda depolanması ancak başka hiçbir işlem yapılmaması da bir veri işleme faaliyetidir.

Örneğin, çalışanlarınızın, müşterilerinizin, çalışan adaylarınızın bilgilerinin yer aldığı her türlü bulut sistemi, hard disk, CD ya da bir sunucuda depolanması, veri işleme faaliyetidir. Bu faaliyet, otomatik yahut otomatik olmayan bir şekilde gerçekleştirilebilir. Lakin bu yolun veri kayıt sistemine bağlı olarak yapılması gerekmektedir. Örneğin, çalışanlarınızın kimlik



numaralarını tuttuğunuz bir dosya aslında sunucunuzda bulunan kayıt sisteminize ilişkin bir aşama ise bu veri işleme faaliyetidir.

Kısaca, hiçbir kritere bağlı olmayan, tabiri caizse gelişmiş güzel bir şekilde kişilerin ad, soyad ve iletişim bilgilerinin yazıldığı bir kâğıt bu mevzuat kapsamında değerlendirilmemekte iken, bu kâğıtta yazan isimlerin belirli bir kriter ile sistematik bir şekilde bir kâğıda kaydedilmesi veri işleme faaliyetidir.

6. Veri işleme faaliyeti nasıl yapılmalıdır?

Mevzuat kapsamında veri işlenmesinde temel alınması gereken birtakım ilkeler belirtilmiştir. Bu ilkeler genel olarak şunlardır:

- ▶ Hukuka ve dürüstlük kurallarına uygunluk,
- ▶ Doğru ve güncel olma,
- ▶ Belirli, açık ve meşru amaçlar için veri işleme,
- ▶ Verilerin işlendikleri amaçla bağlantılı, sınırlı ve ölçülü olması,
- ▶ Verilerin ilgili mevzuatta öngörülen veya işlendikleri amaç kapsamında gerekli görülen süre kadar muhafaza etme.

Yukarıda da görüleceği üzere veri işleyen bir kişi, işlediği veriyi neden işlediğine hukuki bir dayanak bulmak ve işleyiş şeklini hukuka uygun şekilde gerçekleştirmek durumundadır. Bunu yaparken ayrıca verisini işlediği kişinin çıkarlarını göz önünde bulundurması gerekmektedir.

Ayrıca hukuka uygun bir şekilde bu işlemi gerçekleştirse dahi dayanılan hukuk kuralının amacına göre işlenebilecek en az miktarda veri işleme ve veri sahibinin öngöremeyeceği şekilde hareket etmemesi gerekmektedir. Bunların yanında işlediği verilerin doğru ve güncel olması ve özellikle açık rıza ve aydınlatma metinlerinin oluşturulması aşamasında; kişinin anlayabileceği ve net bir şekilde kendisine işlenecek verilerle ilgili bilgi vermesi esastır.

7. Mevzuata aykırı bir şekilde veri işlenmesi halinde ne olur?

Kişisel verilere ilişkin suçlar ve cezai yaptırımlar 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun ilgili hükümlerine atıf yapılmak suretiyle



Gerçek ya da tüzel kişi fark etmeksizin herkes veri işleyebilir. Ancak bu noktada ikili bir ayrıma gitmekte fayda var. "Veri sorumlusu", kişisel verileri belirli kriterlere göre yapılandırarak işlediği bir veri kayıt sisteminin kurulmasından ve yönetiminden sorumlu, yani veri işleme faaliyetini gerçekleştiren gerçek ya da tüzel kişilerdir.

düzenlenmiştir. Ayrıca, kişisel verileri yok etmeyenlerin ise Türk Ceza Kanunu'nun 138. maddesine uyarınca cezalandırılacağı hüküm altına alınmıştır. Bunun yanında Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na aykırı davranılması halinde uygulanacak idari yaptırımlar ilgili kanunun 18. Maddesinde düzenlenmiştir.

Örneğin, aydınlatma ve veri güvenliğini sağlama, Kurul kararlarını yerine getirme ile Sicile kayıt ve bildirim yükümlülüklerine aykırı davranılması kabahat olarak öngörülerek idari para cezası yaptırımına bağlanmıştır. İdari yaptırımlar, Kişisel Verileri Koruma Kurulu ("Kurul") tarafından karar verilecek olup, verilen yaptırım kararlarına karşı yargı yolu açıktır. Kanun'un 18. maddesi "Kabahatler" başlığı altında düzenlenmiş olup, mevzuat kapsamında yükümlülüklerini yerine getirmeyen veri sorumlusu gerçek ve tüzel kişilere Kurul tarafından aşağıda belirtilen miktarlar aralığında idari para cezaları verilebileceği belirtilmiştir:

- ▶ aydınlatma yükümlülüğünü yerine getirmeyenler hakkında 5000 Türk lirasından 100.000 Türk lirasına kadar,
- ▶ veri güvenliğine ilişkin yükümlülükleri yerine getirmeyenler hakkında 15.000 Türk lirasından 1.000.000 Türk lirasına kadar,
- ▶ Kurul tarafından verilen kararları yerine getirmeyenler hakkında 25.000 Türk lirasından 1.000.000 Türk lirasına kadar,
- ▶ Veri Sorumluları Siciline kayıt ve bildirim yükümlülüğüne aykırı hareket edenler hakkında 20.000 Türk lirasından 1.000.000 Türk lirasına kadar para cezası verilebilecektir.

Sonuç olarak gerek mevzuat gerekse de Kurul kararları düşünüldüğünde; veri işleme faaliyeti yapanların süreklilik arz eden ve elverişli bir kişisel verileri koruma politikası geliştirmesi ve bu süreçte mutlaka hukuki danışmanlık alması gerekmektedir. Aksi takdirde maruz kalacakları ceza ve idari yaptırımlar çok ağır olacaktır. ■



KÂYA PRESTIGE
Catering



Özel günler, özen ister...

**Kâya Prestige Catering Ekibi, organizasyonun içeriğine ve konseptine göre, misafirlerimiz ve davetlilerin eksiksiz, mükemmel, keyifli ve mutlu anlar geçirmesi için etkinliği başından sonuna kadar planlar ve uygular.
Size sadece dostlarınızla eşsiz anları paylaşmak kalır...**



**Kâya Prestige Catering - catering.kayaprestige.com.tr - catering@kayaprestige.com.tr
T: +90 232 483 03 23 - F: +90 232 446 21 19**

 [kayaprestigecatering](https://www.facebook.com/kayaprestigecatering)

 [cateringkaya](https://twitter.com/cateringkaya)

 [kayaprestigecatering](https://www.instagram.com/kayaprestigecatering)

Facebook, KVKK tarafından 1 milyon liralı idari para cezasına çarptırıldı!



Kişisel Verileri Koruma Kurulu, 11 Mayıs 2019 tarihinde konusu "veri ihlali"ni oluşturan davayı sonuçladı. Büyük bir domino devrilmesini beraberinde getirecek bu karar kapsamında Facebook şirketine tam 1.650.000,00 TL idari para cezası verildi.



Ataberk Özcan
Başyurt & Özcan Danışmanlık



Kişisel Verileri Koruma Kurulu, 11 Mayıs 2019 tarihinde konusu "veri ihlali"ni oluşturan davayı sonuçladı. Olay Facebook'un fotoğraf API'nda gerçekleşen bir sorunla başlıyor. Bu sorunla birlikte 12 gün boyunca kullanıcıların fotoğrafları 3. parti uygulamalar tarafından erişime açık hale geliyor. Hatta henüz daha paylaşmadıkları taslaklarda duran fotoğraflar da etkileniyor. Bu kusurun Facebook API'ını kullanmak için izin alan ve kişilerin fotoğraflarına erişebilen uygulamaları etkilediği, dolayısıyla 6,8 milyon kullanıcıyı ve 876 geliştirici tarafından oluşturulan 1.500 uygulamayı etkilemiş olabileceği düşünülüyor.

Kurul ise kararda Türkiye'de 300.000 kişinin bu ihlalden etkilenebileceğini ifade etmiş. Bu noktada aslında cezanın en temel sebeplerinden birini oluşturan hadise ise Facebook'un söz konusu yazılım hatasını düzeltmek için geç kalmış olması oluşturmaktadır.



Marketplace ve Stories uygulamalarındaki erişimi ve taslak fotoğraflara erişim sağlanmasının "hukuk ve dürüstlük kurallarına" ve "işlendikleri amaçla bağlantılı, sınırlı ve ölçülü olma" ilkelerine aykırılık teşkil ettiğini tespit etmiş.

İhlalin gerçekleşmesi ve gerekli idari ve teknik tedbirleri alamaması sebebiyle 1.100.000 Türk Lirası, en kısa zamanda bildirim yapma yükümlülüğünü yerine getirmemesi sebebiyle 550.000 Türk Lirası idari para cezası uygulanmış.

Kararda kurulu eleştirdiğimiz durum kestikleri cezayı ve yaptırımını uyguladıkları tüzel kişilerin bilgilerini paylaşmamalarıdır. Nitekim böylelikle kararın şeffaflığında bir seviye şüphe uyandırabiliyor. Bir diğer husus ise Kurul'un, maddi yaptırımda üst sınırı 1.200.000 TL olan maddeyi temel alarak neredeyse en üst sınırdaki, yani 1.100.000 TL ceza vermesi. Bu bize Kurul'un sonraki kararlarında da maddi yaptırımlar konusunda asla elini korkak alıştırılmayacağını göstermiş oldu.

Ayrıca, Kanunda yer alan "İşlenen kişisel verilerin kanuni olmayan yollarla başkaları tarafından elde edilmesi halinde, veri sorumlusu bu durumu en kısa sürede ilgisine ve Kurula bildirir" hükmü hatırlatılarak, veri ihlali nedeniyle gerekli bildirimde bulunulmaması nedeniyle Facebook'a 550 bin lira idari para cezası verilmesi de kararlaştırılmış. Ancak kararın haklı ve önemli, her şirkete ışık tutacak kesimleri bulunmaktadır.

İlki ceza ile bağlantılı olmasa da incelemişken hadi bunu da söyleyelim dedikleri "açık rızanın hizmet şartına bağlanması" durumu. Oyunlara kayıt için kişisel verilerin paylaşılmasını zorunlu tutan düzenin altı çizilmiş. Bir diğeri, bir Facebook geliştiricisinin paylaştığı blog yazısının Facebook'un ikrarı kabul edilerek

Kurul'un re'sen harekete geçmesi. Facebook, Kurul'un verdiği cezayı ödedi. Ancak itiraz yoluna başvuracağını da açıkladı. ■

**EFSANE BİR MARKA . 100 DE 100 ELEKTRİKLİ SPORTİF BİR SUV.
"2019 YILIN OTOMOBİLİ,YILIN EN ÇEVRECİ OTOMOBİLİ, YILIN EN İYİ
TASARIMA SAHİP OTOMOBİLİ" ÖDÜLLERİYLE KIRILMASI
GÜÇ BİR REKOR..... KARŞINIZDA**



JAGUAR I-PACE



"Yeni nesil elektrikli araç tasarımı göstermek için I-PACE'i yarattık. Radikal dramatik ve geleceğe dönük JAGUAR DNA'sına sahip bu ürün,güzel ve üstün ayrıntılarla ve İngiliz ustalığıyla eşleşti". Ian CALLUM Tasarım direktörü.



Fatih Kaptanoğlu
EGİAD Fahri Üyesi



Dünyada elektrikli araba üretiminin tarihine baktığımızda 1900 lü yıllara kadar uzandığını görüyoruz. İçten yanmalı motorların çok hızlı teknolojik ilerlemeleri karşısında elektrikli uzun yıllar devre dışı kaldılar. 1980 yıllara gelindiğinde fosil yakıtla çalışan araçların, çevreye her yıl artarak verdiği zarar, gelişmiş ülkelerin petrole bağımlılığı azaltma düşünceleri elektrikle çalışan otomobilleri tekrar gündemin üst sıralarına taşıdı. Dünyanın en meşhur otomobil firmaları elektrikli motor teknolojilerini üretecekleri otomobillere uygulamak için müthiş bir yarış içerisindedir. %100 elektrikli yarış otomobillerinin yarıştığı FORMULA-E de uygulanan teknolojilerle kazanılan deneyimler elektrikli binek otomobillerin gelişmesi için adeta laboratuvar görevi görmektedir.

Uluslararası Enerji Ajansı(IEA) rakamlarına göre 2018 yılında 1.98 milyon elektrikli otomobil satılmış olup, bu rakamla kullanımda olan otomobil sayısı 5.12 milyona ulaşmıştır. Önümüzdeki yıllarda da pazardan çok daha büyük rakamlarla pay alacaktır.

Biz bugünkü yazımızda JAGUAR firmasının %100 elektrikli, bol ödüllü otomobili I-PACE modelini inceleyeceğiz.

Bir otomobilin çıkışını izlerken konsept halinden son üretim şeklini alınca kadar geçen süre içinde bir çok değişime uğradığını görürüz. I-PACE in devrimci tasarımının değişmeden hayata geçirilişi çok az otomobile nasip olmuştur. Aracın dış görünüşüne baktığımızda, boyutları ile bir SUV tasarım dinamiği ile de spor bir otomobil görünümünde olduğu hemen fark edilmektedir.

Çok geniş bir ön ızgara,ince uzun çekik matrix led farlar ve bu farların içinde J harfi şeklinde gündüz ledleri dikkat çekmekte olup ön sağ ve soldaki geniş davlumbazlar da sportifliği vurgulamaktadır.

Ön ızgaranın üst kısmı içe kıvrılarak bir hava emen bir kanala dönüştürülmüş. İçeri çekilen hava kaputun üstündeki devasa çıkıştan geçip arka taraftaki kanallı spoiler'a ulaşarak otomobilin yere çok sağlam basmasını sağlamaktadır. Aracın yan eteklerindeki kıvrımlar havanın tekerlekler etrafından daha verimli geçmesi sağlarken gizli kapı kolları da sürtünmeyi azaltan etkenlerden. Otomobil eğik bir arka cama ve dik inen bagaj kaputuna sahip. Arkadaki büyük led stoplarda çok iyi bir görünüm kazandırıyor.

Özetle 0.29 gibi sürtünme katsayısıyla suv sınıfında iddialı



bir değere sahip. Otomobilin ön kaputunu açtığınızda tamamen kapalı bir ortamla karşılaşıyorsunuz bu alanda 27 lt lik bir saklama bölümü mevcut burada ev tipi ve hızlı şarj kabloları muhafaza ediliyor. Araç ev tipi kabloyla(AC7kw) 13 saatte %100 Hızlı şarj DC100kw ile 15dak.100km şarj ediyor. Arka bagaj 505 lt hacminde gayet yeterli araç stepnesi yok bunun yerine mini kompresör ve tamir kiti mevcut.

I-PACE gücünü ön ve arka aksa yerleştirilen 2adet sabit mıknatıslı senkron elektrik motoru, bunlara güç sağlayan90 kwh Lityum-lyon pil ve güç aktaran invertörden almaktadır.

Her bir motor bağımsız.200 bg güç ve 348 Nm tork sağlamaktadır. Özetle araç 400 Bg gücünde 696 Nm tork (SÜREKLİ)üreten devamlı

4 çeker(awd) Premium bir SUV olarak adlandırılabilir. Her iki motorda da bataryadan motora güç aktarımında %97 ye kadar verimlilik alınmaktadır. Belirli sürat ve sürüş şartlarında bu motorlar 470 km kadar menzil sağlamaktadırlar.(300km olarak hesaplanan haftalık kullanım için gayet yeterli.) Bu değer günümüzdeki mevcut elektrikli araçlar içerisinde en iyi değerlerden biridir. 200 km max. hıza ve 0-100 4.8sn değere sahiptir. Jaguar firması otomobilin pilleri için 160 000 km veya 8 yıl garanti vermektedir. Enerji tüketimi fazlalığı iki şarta bağlı olup (hız ve yüksek volümlü klima kullanımı) bizzat deneyerek yaşadım.



Bir otomobilin çıkışını izlerken konsept halinden son üretim şeklini alıncaya kadar geçen süre içinde bir çok değişime uğradığını görürüz. I-PACE in devrimci tasarımının değişmeden hayata geçirilişi çok az otomobile nasip olmuştur. Aracın dış görünüşüne baktığımızda, boyutları ile bir SUV tasarım dinamiği ile de spor bir otomobil görünümünde olduğu hemen fark edilmektedir.



SÜRÜŞ İZLENİMLERİ

BORUSAN yetkili satıcısı ÖZGÖRKEY OTOMOTİV'de JAGUAR I-PACE'in deneme sürüşünü yapmak üzere otomobile biniyoruz. Bana JAGUAR satış danışmanı Sayın Atilla KİLİT eşlik ediyor. Araca binişte kapı kollarına dokunarak dışarı çıkmasını (gövdeye gömülü) izliyoruz. Metalik siyah arabanın içine oturuyoruz, çok kaliteli kırmızı deri, koromaj detaylar ve dijital ekranlar kombinasyonu karşılaşıyorum. Bunların hepsi büyük bir titizlik ve yüksek kalitede işçilikle bir araya getirilmiş. JAGUAR'cılar buna "SESSİZ ZERAFET" diyor.

Start/stop düğmesine basarak uyuyan deviyandırıyoruz. Dev diyorum çünkü otomobilin yüksüz ağırlığı 2.2 ton olup yüklü olarak 2.7 tona ulaşıyor. Kokpit bir anda yüksek çözünürlükte ışıklarla doluyor. 10 inç MULTİMEDYA 5 inçlik iklimatik kontrol ve uyarlanabilir dijital kilometre ekranlarıyla tam bir uçak kokpiti ambiyansı karşınızda duruyor. Dokunmatik ekran seçeceğimiz tercihlere bir cep telefonu hızında tepki veriyor. Standart bir asfalt sürüşü planladığımızdan "ELEKTRONİK HAVALI SÜSPANSİYON" özelliğini kullanmıyoruz.

Deneme amaçlı tek tuşla aracı yükseltip alçaltıyoruz (230 mm kadar mümkün) Çalışmakta olan otomobilimizi vitesleri tuşlu olduğunda D tuşuna basarak 0 emisyonla hareket ettiriyoruz (Egzoz gazı olmadığı için karbon salınımı yok.)

Ön camda kristal parlaklığında HEAD UP DISPLAY ekranımızda hemen sürüş ve kısmi nevigasyon bilgileri beliriyor. Çevre yoluna çıkıyoruz. Otomobilin özelliklerinden ön araca adapte takip sistemini hiç kullanmıyorum. Benim merakım performansında. Sürüş esnasındaki sessizlik alışılmadık bir durum. Lamine akustik camla kaplı araç tamamen izole bir sürüş keyfi sunuyor. Motor sesi vites geçişlerindeki küçük titremeler vs. gibi klasik sürüş duyumları bu araçta yok.

Otomobili üstü tam boy panoramik cam tavanla kaplı, herhalde sınıfının en büyük cam tavanı diyebilirim. Özelliği dolayısı ile güneş ısısını içeri geçirmiyor. Bilhassa arkada seyahat edenler için büyük bir görsel keyif.

Otomobili kullanırken bir yandan da JAGUAR yetkilisinden bilgi alıyorum. Bu esnada 170 km ile seyrettiğim hiç farkında değilim. Biraz performans görelim deyip gaza yükleniyorum... Otomobilin iki saniyede 200 km bandına çıkışını izlemek bende karışık duygulara sebep oluyor, müthiş bir hayranlık ve heyecan.. hemen gazdan ayağımı çekiyorum (ne de olsa emenet araba !!)



müthiş. Yaklaşık 40km boyunca sürdürdüğüm otomobilin performanslı ve klimalı kullanımlarda çok daha fazla enerji harcadığına şahit oluyorum. Bunu da ekranlarda an ve an izliyorsunuz. Testimizi bitirip dönüyoruz benim için çok ayrı bir sürüş deneyimi oluyor.

JAGUAR bu otomobille elektrikli arabalar dünyasında ve otomotivde hakikaten aldığı ödülleri hak eden bir araç yaratmış.

Şu andaki az sayıdaki şarj istasyonları ve evlerde şarj etmenin kısmi zorlukları küçük pürüzler gibi gözükse de çok hızlı geçilecek bir ara süreç olarak düşünüyor ve gelecek elektrikli otomobillerde diyorum.

Deneme sürüşünü yaptığımız otomobil Jaguar (I-PACE 400 HP AWD HSE)'nin satış fiyatı 722,000 TL olup bu fiyatın Premium SUV kategorisindeki bir çok benzinli ve dizel rakiplerine göre daha uygun olduğunu kabul etmek gerekir.

Bana bu fevkalade sürüş fırsatını yaratan **ÖZGÖRKEY OTOMOTİV** Genel Müdürü Sayın **Cumhur Ozan YILDIZ**'a Pazarlama yöneticisi Sayın **Pelin GÜLERHEPŞEN**'e JAGUAR satış danışmanı Sayın **Atilla KİLİT**'e gönülden teşekkürlerimi sunuyorum. ■

Ayağınızı gazdan çektiğiniz anda hızlı bir sürat düşüklüğü yaşıyor. Bu esnada ve fren yapılarında kinetik enerji elektrik enerjisine dönüşerek geri kazanılıyor. Gaza yüklenme denemelerini yol boyunca bir iki sefer tekrarlıyoruz ani süratlenmelerde arkada oturan misafirimizin koltuğa yapışmasını gülerek izliyorum. Bu performans canavarı her seferinde gücünü kesintisiz olarak sizin hizmetinize sunuyor.

Otomobili motorları aksalara, pili aşağıya konuşlandırılıp altıda tamamen kapalı olduğu ve sürekli 4 çekerliğinden ötürü virajlarda yatmıyor, savrulmuyor, kaymıyor.

Müzik sistemi MERİDİAN ı açıyoruz 825 watt güç 15 hoperlörülü surround ses sistemi I-PACE in içini harika müzik dinlenecek bir mekan haline çeviriyor. Radyo dinletisi bile

“Pintxo” kelimesi Baskça’ya İspanyolca’daki pincho kelimesinden geçmiş. Diken gibi bir anlama geliyor. Çoğunlukla ekmek dilimleri üstünde sunulan farklı farklı lezzetler kürdan veya kokteyl çubukları ile tutturularak servis ediliyor

Pintxo



Yemek düşünlerinin mabedlerinden biri olarak görülen San Sebastian’ın (Basklılar ona Donostia diyor) gastronomi konusunda bu kadar iddialı olmasının bir kaç sebebi var. Bunlardan bir tanesi, İspanyol Kraliyet ailesinin 19. yy sonlarında burayı yazlık beldesi olarak kullanması buna zemin hazırlıyor.



Burak Kan



İspanya’nın kuzeyi Fransa’nın güneyi gibi bir bölge olarak kabaca tanımlayabileceğimiz Bask bölgesi zaten mutfak olarak zenginken Kraliyet Ailesi’nin buraya olan merakı San Sebastian’ı biraz daha öne çıkarıyor.

İkinci ve en çok gözden kaçan sebeplerden biri de Gastronomi Klüpleri. İspanyolca sociedades gastronómicas olarak geçiyor ama Basklılar buralara “txoko” diyor; kuytuköşe gibi bir anlamı var. Tarihleri yine 19. yy’ın sonlarında dayanıyor. Sadece üyesi olan erkeklerin girebildiği, beraber yemek yaptıkları, yedikleri, içtikleri ve sohbet ettikleri bu kapalı gruplar, başından beri kadınların girişine yasak olarak kabul görmüş.

Günümüzde bazı klüplere kadınların girmesi serbest olsa da yemek pişirmeleri halen yasak. Bir turist ya da üye olmayan bir Basklı sadece üye birinin yanında misafir olarak ziyaret edebiliyor.

Txoko’lardaki bu toplanmalar ve yemek yapımlarının Bask yemeklerinin yaşatılmasında büyük payı olduğu söyleniyor.

Ayrıca üyelerin farklı malzeme, teknik kullanma merakları yeni lezzetlerin de çıkmasına ön ayak olmuş. Klüplerdeki bilgi alışverişi ve yerel malzeme kullanım alışkanlıkları evlere ve işletmelere de yansıdığı için gündelik hayatta dahi nitelikli yemeklere ulaşabilmelerini sağlıyor.

Ancak ‘txoko’lara giriş yapamamanız San Sebastian deneyimi yaşayamayacağınız anlamına gelmiyor. Kyoto tahtını sallamadan önce metrekare başına en çok Michelin yıldızı düşen şehirdi. Şehirde ve civar kasabalarda toplamda 11 Michelin yıldızlı restaurant var. (**3 adet, **1 adet, *7 adet)

Tabii ki şehir sadece Michelin ile anılmıyor. Bir çok başarılı restaurantı daha var. Ancak en çok tercih edilen gastronomi aktivitelerden biri “pintxos bar”larını gezmek.

“Pintxo” kelimesi Baskça’ya İspanyolca’daki pincho kelimesinden geçmiş. Diken gibi bir anlama geliyor.

Çoğunlukla ekmek dilimleri üstünde sunulan farklı farklı lezzetler kürdan veya kokteyl çubukları ile tutturularak servis ediliyor. Baget dilimleri üzerine ekledikleri bu lezzetlere oldukça önem gösteriyorlar. Kimi zaman ekmeksiz pintxolara da denk gelebilirsiniz. Bunlardan en ünlüsü 'gilda' olabilir. Kürdana saplanmış

yeşil zeytin, biber turşusu ve ançüez olarak tarif edilebilir. İsmi Rita Hayworth'un oynadığı Gilda'dan aldığı söyleniyor.

Bazı mekanlarda ortak tarifler olsa da bir çoğunda kendine has pintxolar var. İşte bu yüzden sadece bir pintxos bar'da vakit harcamayıp azar azar bir çok barı gezmek en

sevilen aktivite. En dikkat çeken şey bölgeye özel malzemelerin kullanılması. Idiazabal peyniri, guindilla biberi, ançüev, morina balığı, sardalya, kaz ciğeri, şarküteriler, domatesleri ve mantarları... Mevsimsel ürünlere göre değişen pintxos seçeneklerinde kendini kaybetmek çok olası. ■



2019

Yaz Modası



Zeynep MAYRUK

2019 yaz sezonu tam olarak başladığı aylarda gardrobunuzu yenilemek yada gardrobunuza trendlere uygun eklemeler yapmak istiyorsanız tam da doğru satırları okuyorsunuz. Öncelikle moda haftalarını geride bıraktığımız için tüm dünyadaki moda haftalarındaki sokak modasını takip etmek ve kadınların sokak modası looklarına ulaşmak oldukça kolay. Sokak modasının çok güçlü olduğu bu dönemde defilelerden daha çok artık kadınlar sokak modasından esinleniyor hatta tasarımcılar da buna dahil.



İşte sokak modasında öne çıkan 2019 yaz trendlerinden bir kaçı;

BİSİKLET ŞORTLARI

Bisiklet şortları tekrardan hayatımıza ilk baharla birlikte hızlı bir giriş yaptı. Hemen hemen herkesin kendi tarzına göre kombinleyip kullanabileceği rahat ve aynı zamanda farklılık getirebilecek bir parça. Spor giyimde günlük hayatta sıkça kullanıldığı şu zamanlarda bisiklet sortunu kendi sitilinize göre uyarlamaktan korkmayın.

HAYVAN DESENLERİ

Gecen seneden beri detaylarda yada ful looklarda gördüğümüz hayvan desenleri bu sene biraz daha yoğun ve daha karışık olarak var oluşunu sürdürüyor. Geçen sene ağırlıklı leopar olan hayvan desenine bu sene yılan ve zürafa desenleri de eklendi. Küçük detaylar olarak yada tamamen takım, elbise hatta farklı hayvan desenlerini karıştırıp kullanabileceğiniz bir trend. Bu trendi fazla vahşi bulanlar elbetteki vardı. Fazla vahşi bulanlar ise pastel tonlardaki baskıları tercih edebilirler.

TULUM

Bu yazın açık ara kendini en belirgin gösteren trendi tulumlar. Her zaman için tulum az çok hayatımızda vardı ancak bu sene; her boy her stil her markada görülüyor. Hep rahat, hem şık klasmanında öncülerinden! Stil olarak biraz daha kargo cepli tulumlar revaçta. Bu yazın dolabınızda olmazsa olmazı kesinlikle kargo cepli tulum olmalı.

LAVANTA

Bu yaz bariz bir şekilde öne çıkan 2 renk var. 1.'si kesinlikle lavanta.. Genelde sevenler ve sevmeyenler eşit orandadır bence. Ancak trendlerin ve modanın gücünü ve bizi nasıl kendisine alıştırdığını net olarak lavanta renginden anlayabiliyoruz. Sevmeyenler bile alışıp giymeye başladı bence. Bu yaz dolabınızda 1 tane de olsa lavanta rengi parçanız olsun.



SARI

Sarı da karşımıza çıkan 2. Rengimiz. Bu sene genelde kadınların çok sık tercih etmediği renkler ön planda. Özellikle sarı rengini çoğu sarışın çok zor beğenir ve kendisini soluk gösterdiğini düşünür. Ancak bu yaz o kadar farklı ve güzel sarı tonları ile karşı karşıyayız ki hiç olmazsa uzun sarı bir elbise bence herkesin hakkı.

PATCHWORK

Patchwork artık sadece anneannelerimizin el emeği göz nuru pikelerimiz yastıklarımız değil.. 2 senedir sıkça gördüğümüz patchwork parçalar git gide daha renkli daha karışık hale geliyor. Çiçek desenleri yer yaz gücünü ortaya koyar bu sene patchwork le beraber gücüne güç katıyor. Hem vintage hem şık görünümleri sevenler için vazgeçilmez bir trend.



KÜÇÜK MÜ BÜYÜK MÜ?

Bu soru tam olarak bu seneki çanta trendi için sorulmuş gibi. Bu sene çantaların arası yok, ya çok büyükler ya da telefonlarımızı bile sığdıramayacağımız kadar küçük. Ama kendi içerisinde tercih yapmak gerekirse bence kesinlikle sabahları devasal çantalar geceleri de rujumuzu sığdırıp telefonumuzu elinizden düşürmemeyi göze alarak minik çantalar. Cüzdan yerine de 1 adet kart yeterli olmalı tabii.

5 Soru Cevap



Gülşah GÜZELOCAK

1. Kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

1994 yılında İzmir'de doğdum. 2016 yılında İzmir Ekonomi Üniversitesi Mühendislik Fakültesi - Endüstri Sistemleri Mühendisliği bölümünde lisans eğitimimi tamamladım. Lisans eğitimim sırasında Finlandiya University of Vaasa'da bir dönem Erasmus değişim programına katıldım. Mezun olduktan sonra Scuola Politecnica di Design - İtalya'da da bir yıl boyunca Endüstriyel Ürünleri Tasarımı eğitimi aldım. 2017 Eylül ayında aile şirketimiz bünyesinde ihracat ve ithalat operasyon departmanında çalışmaya başladım. Yurtdışı Network toplantılarında aktif rol almam nedeniyle 1 yıldır Network Koordinatörü görevini üstlenmekteyim.

2. Hobilerinizi bizimle paylaşır mısınız?

Yeni bir dil öğrenmek her zaman önem verdiğim ve çok keyif aldığım

bir uğraştır. Yabancı dili öğrenirken hem farklı bir ülkenin kültürünü keşfettiğimi hem de kendime artı değer kattığımı düşünmekteyim. Boş zamanlarımda mutlaka kitap okurum ve fırsat buldukça seyahat ederim.

3. Hangi sektörde faaliyette bulunuyorsunuz? İşinizle ilgili kısaca bilgi verir misiniz? Faaliyette bulunduğunuz sektördeki gelişmeleri anlatır mısınız?

2002 yılında İzmir'de Element Uluslararası Nakliyat ve Lojistik Tic. Ltd. Şti. kuruldu. Şirketimiz istikrarlı bir büyüme sağlayarak çok sayıda ithalat ve ihracat firmasını bünyesine kattı ve piyasada tanınan, güvenilen bir isim haline geldi. 2010 yılında İstanbul ofisimiz, 2017 yılında Mersin ofisimiz açıldı. 2019 yılı itibarıyla Yeni İstanbul Hava Limanı'nda, hava kargo ofisimiz hizmet vermeye başladı. FIATA/UTIKAD, IATA, Uluslararası taşımacılık belgeleri başta olmak üzere, uluslararası kargo taşımacılığının gerektirdiği tüm sertifikalara ve ISO 9001, 14001, 18001 toplam kalite belgelerine sahibiz. Çok sayıda uluslararası network üyeliğimiz bulunmaktadır. Element Lojistik, ihracat ve ithalat sektöründe; hava, deniz, kara, intermodal ve proje taşımacılık hizmeti vermektedir. Misyonumuz, müşterilerimize en iyi hizmet ve servisi; en kısa sürede, en yüksek kalitede ve müşteri memnuniyeti ile sağlamaktır.

4. 2019'e ilişkin değerlendirmelerinizi paylaşır mısınız?

Lojistik sektörü; üretim, tüketim, ihracat ve ithalattan önemli ölçüde etkilenmektedir. 2019 yılının özellikle ikinci yarısında yaşanan kur dalgalanmaları; enerji, petrol ve hammadde fiyatlarını yükseltmiştir. Taşıma ve depolama maliyetlerinde artış meydana gelmiştir. İthalatta meydana gelen düşüşe rağmen ihracatta artış yaşanmıştır. İstanbul Yeni Havalimanı, Bakü-Kars-Tiflis Demiryolu ve Yeni İpekyolu projeleri ülkemizde lojistik sektörünün gelişmesine katkı sağlamıştır. Element Lojistik 2019 yılında Türkiye genelinde artan ihracat potansiyeline orantılı olarak pazardaki payını %30 artırmıştır. Firmamız üçüncü çeyrekte Ankara ve Gaziantep ofislerini açmayı planlamaktadır. 2019 yılında Endüstri 4.0 ve Blockchain teknolojisinde önemli gelişmeler yaşanmıştır.

Türk Lojistik sektörü uzun vadede küresel alanda rekabet edebilmek adına dijital dönüşüm ve Endüstri 4.0 entegrasyonuna giderek daha fazla yatırım yapmakta ve önem vermektedir.

5. Neden EGİAD? EGİAD'dan beklentileriniz neler? EGİAD'ın çalışmalarını hakkında görüşleriniz neler?

EGİAD içinde çok değerli ve sektöründe deneyimli iş insanları bulunduran kıymetli bir sivil toplum kuruluşudur. İş insanlarıyla bir araya gelmek, deneyimlerini öğrenmek ve fikir paylaşımında bulunmak kendi adıma çok önemli bir fırsattır. EGİAD birçok faydalı ve topluma yararlı sosyal sorumluluk projelerine imza atmış, Ege Bölgesi'ne kültürel ve ekonomik alanda büyük katkılar sağlamıştır.



Hanzade TANYALÇIN GÖKŞİN

1. Kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

1980 İzmir doğumluyum. 1998 yılında İzmir Amerikan Koleji'nden, 2002 senesinde Bilkent Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden, daha sonra 9 Eylül Üniversitesi Uluslararası İşletme Yüksek Lisansı'ndan mezun oldum. 1999-2011 seneleri arasında Rotaract Kulüpleri'nde faaliyet gösterdim. Sırasıyla Ankara Anıttepe Rotaract Kulübü, İzmir Güzelyalı Rotaract Kulübü üyeliklerimin ardından, 2006 yılında İzmir Gündoğdu Rotaract Kulübü'nün kurucu başkanlığını yaptım. 2009-2010 senesinde 2440. Bölge Rotaract Temsilciliği görevini yürüttüm. 2007-2014 seneleri arası görev yaptığım JCI İzmir şubesinde (Genç Liderler ve Girişimciler Derneği) 2013 senesinde başkanlık yaptım. Evli ve bir çocuk annesiyim. Aile şirketimiz olan Şanlı İlaç Sanayi A.Ş. de yönetici asistanı olarak görev yapmaktayım.

2. Hobilerinizi bizimle paylaşır mısınız?

Hobilerim arasında seyahat edip egzotik ve yeni yerleri görmek, farklı kültürleri tanımak bulunuyor. Aynı zamanda profesyonel olmamakla beraber fotoğraf çekmek ilgi

alanıma giriyor. Yurt içi ve yurt dışında konser, tiyatro ve müzikalleri izlemek hobilerim arasındadır.

3. Hangi Sektörde faaliyette bulunuyorsunuz? İşinizle ilgili kısaca bilgi verir misiniz? Faaliyette bulunduğunuz sektördeki gelişmeleri anlatır mısınız?

Şanlı İlaç Sanayi A.Ş. 1948 yılında Eczacı Seyit D. Şanlı ve dedem Dr. Mustafa S. Şanlı tarafından kurulmuştur. Doğal ve bitkisel içerikli tropikal (deri üzerinden uygulanan), piyasada muadili ve rakibi yok denilebilecek, halk arasında Aslanlı Yakı olarak bilinen "Şanlı Kapsikumlu Delikli Yakı" üretimine ilave olarak likit, liniment, pomad, merhem ve jel formlarında da üretim yapmaktayız. Şanlı Kapsikumlu Yakı, vücudun farklı yerlerindeki adale ağrıları ile romatizma ve siyatik ağrılarının azalmasına yardımcı olur. Ürünlerimiz arasında bulunan Kataljin merhem, uygulanan bölgenin ısınmasına ve ağrının giderilmesine, öksürük, ses kısıklığı, nezle ve soğuk algınlığı durumlarında rahatlamaya yardımcı olur. Ayrıca el, ayak, topuk ve dudak bakım kremlerimiz ve nasır yakısı üretimimiz bulunmaktadır. 2009 yılından itibaren yurtdışı pazar araştırmalarına başlanarak 8 ülkede distribütörlük oluşturulurken, 6 ülke de distribütörlük ve ilaç ruhsatlandırma çalışmaları devam etmektedir. Halen Atatürk Organize Sanayi Bölgesi Çiğli'deki fabrikamızda üretimlerimizi sürdürmekteyiz.

4. 2019'a ilişkin değerlendirmelerinizi paylaşır mısınız?

Ülke olarak zorlu bir ekonomik süreçten geçiyoruz. Her sektörde olduğu gibi ilaç sektörü de bu süreçten etkilenmektedir. 2018 yılında ilaç sektörü Dünya çapında hızlı bir büyüme eğilimi gösterse de, Türkiye'deki ekonomik dalgalanmalar ve kur oranlarındaki artış sebebi ile özellikle yerli üreticiler açısından zorlayıcı bir yıl oldu.

Biz Şanlı İlaç olarak her türlü zorlayıcı koşullara rağmen 2018 yılını başarı ile tamamladık. Artan rekabet ortamı ve zorlu ekonomik koşullara karşı istikrarlı başarımızı sürdürmek amacı ile yeni ürünler için AR-GE faaliyetlerimizi hızlandırdık. Mevcut ürünlerimiz içinde kalite yönetim sistemleri ve yasal mevzuatlar doğrultusunda sürekli iyileştirme sağlayarak 2019 yılında yurt içi ve özellikle yurt dışını pazar paylarımızı arttırmayı hedefliyoruz.

5. Neden EGİAD? EGİAD'dan beklentileriniz neler? EGİAD'ın çalışmaları hakkında görüşleriniz neler?

Ege Bölgesi'nin seçkin iş insanlarını ve firmalarını bir araya getiren EGİAD'ın faaliyetlerinin bölgemize ve ülkemize yarar sağladığını ve sağlamaya devam edeceğini düşünmekteyim. EGİAD'a üye olmamdaki faktörlerden birisi, 1999 senesinden beri derneklerle iç içe olmam sebebiyle, bu platformda deneyimlerimi pekiştirmek istememdi. EGİAD'ın daha profesyonel bir platform olduğunu bildiğim için, buraya aktaracaklarımın yanı sıra buradan edineceğim deneyim, dostluklar ve bağlantılar da benim için önem teşkil etmektedir.



İsmail GİRGİNOĞLU

1. Kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

Temmuz, 1992 yılında Kütahya, Simav'da doğdum. İlk ve orta öğrenimimi Simav'da tamamladıktan sonra lisans eğitimim için ailemin de uzun zamandır ticari iştiraklerinin bulunduğu İzmir'e geldim. Ege Üniversitesi İngilizce Ekonomi bölümünde eğitimimi devam ettiren aile şirketine çalışmam dışında çeşitli sektörlerde (çevirmenlik, sayım ekibi...) iş deneyimlerim oldu. Üniversite son sınıfa geldiğimde ailemden bağımsız olarak kendi dış ticaret firmamı kurdum ve Lübnan ile ticaret yapmaya başladım. 2018 yılından itibaren yapı malzemeleri alanında faaliyet gösteren Bornova, Ağaçalı Yol' da bulunan Girginoğlu Yapı Market firmasında yönetim kurulu başkanı olarak iş hayatıma devam etmekteyim.

2. Hobilerinizi bizimle paylaşır mısınız?

Açıkçası işiyle yaşayan biri olarak çok fazla hobilerime zaman ayıramasam da; başta playstation tutkum olmak üzere , drone uçurmaktan da keyif alıyorum. İşim dolayısıyla bol bol seyahat ediyorum.

3. Hangi Sektörde faaliyette bulunuyorsunuz? İşinizle ilgili kısaca bilgi verir misiniz? Faaliyette bulunduğunuz sektördeki gelişmeleri anlatır mısınız?

Firmamızın ana faaliyet alanı mobilya üreticilerine, dekorasyon firmalarına, hırdavat sektörüne malzeme temini yapmak. Dinamikleri çok hassas olan yapı sektöründe, ağırlıklı olarak hammaddesi ithal girdili orman ürünlerinin yer alması döviz kurundaki dalgalanmalardan tahmin edebileceğiniz gibi kolayca etkilenmekte. Bunun dışında diğer sektörlerde olduğu gibi bu sektörde de insan sağlığı

ve organik malzemeler ön planda; plastikten ahşaba hızlı bir dönüş var. Fakat ahşabın girdi maliyeti yüksek olduğu için ve ayrıca işlenmesi de genel maliyeti arttırdığı için hala MDF ve sunta ürünleri pazarda önemli rol oynamakta.

4. 2019'e ilişkin değerlendirmelerinizi paylaşır mısınız?

Henüz yılın yarısını tamamlıyor olsak da 2018'e göre net bir şekilde sektörel pazar daralmaları gözlemlenebiliyor. İçinde bulunduğumuz yüksek enflasyonun her geçen gün kendini daha da hissettirdiği ticaret alanında, ülkenin en önemli dinamiği olması gereken ihracatın artık daha da önemli bir role sahip olduğu söylenebilir. Yılın geri kalan yarısında siyasi dalgalanmaların azalmasıyla, ekonomideki dalgalanmaların da azalacağını ve ülkemiz için her şeyin çok güzel olacağını umud ediyorum.

5. Neden EGİAD? EGİAD'dan beklentileriniz neler? EGİAD'ın çalışmaları hakkında görüşleriniz neler?

Öncelikle bir Ege sevdalısı olarak EGİAD gibi, her sektörden üyenin bulunduğu bir sivil toplum kuruluşu çatısı altında bulunmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyorum. Ege bölgesinin ekonomik, kültürel ve sosyal alanlarda kalkınması için çok başarılı projelere ev sahipliği yapan ve geri dönüşümlerinin somut bir şekilde gözlemlenebildiği EGİAD, her iş insanının muhakkak bir parçası olmak isteyeceği bir aile.



Günkon kalitesiyle, kaya zemin üzerinde, uygun fiyat ve yüksek kalite prensibiyle üretilen Kardelen Konutları, Çiğli'de satışta!



Detaylı bilgi için;



www.gunkon.com



+90 232 459 10 30



Simge BİLİR KURT

1. Kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

1983 yılında İzmir'de doğdum. 2001 yılında İzmir Buca Anadolu Lisesi - Fransızca Bölümü'nden, 2006 yılında İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü - Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü'nden mezun oldum. Kariyerime İÇTAŞ - Sinpaş GYO - Eczacıbaşı gibi sektör öncüleri kurumsal şirketlerde farklı ülke ve şehir deneyimleriyle (Bakü - Bursa - İstanbul) devam ettim. 2014 Aralık ayında Eczacıbaşı bünyesinde İzmir'e dönüp 2015 Kasım ayında kendi şirketimi kurdum.

2. Hobilerinizi bizimle paylaşır mısınız?

Seyahat etmek ve bolca okumak. Fırsat buldukça yüzmek. Kızım ile vakit geçirmek son iki yılda tüm hobilerimin önüne geçti diyebilirim.

3. Hangi sektörde faaliyette bulunuyorsunuz? İşinizle ilgili kısaca bilgi verir misiniz? Faaliyette bulunduğunuz sektördeki gelişmeleri anlatır mısınız?

İthal mutfak satış sektöründe bulunuyoruz. Eşimle 2015 Kasım ayında kurduğumuz şirketimiz, Türkiye'nin en büyük ithal mutfak markası olan Alman Nolte Kuechen'nin İzmir bayisi. İşimiz mutfak sistem çözümüdür. Aslında sadece mutfak değil mutfağa ait her şey diyebiliriz. Müşterilerimize bir mutfakta görebileceğiniz her objenin satış hizmetini veriyoruz. Mutfakla birlikte bayisi olduğumuz ankastre ürün gruplarından bazıları şunlardır: Sektörde Dünya lideri olan Alman Gaggenau markası, Miele, Siemens, İtalyan grupta Smeg, Falmec, Elica yer alıyor. Hareketli mobilya grubunda İtalyan Midj markası, Tezgah grubunda Neolith, Dekton, Silestone, Coante, Çimstone yer alıyor. Küçük ev aletinde yine Smeg, Dualit, Siemens, Bugatti var. Kısacası sloganımız: "MUTFAĞA DAİR HERŞEY"

4. 2019'e ilişkin değerlendirmelerinizi paylaşır mısınız?

2019 yılı tüm sektörler için zorlu bir yıl olarak başladı ve devam ediyor. Ancak ülkemize sevgimiz, güvenimiz ve desteğimiz devam etmektedir. Umutlarımız her şeyin çok güzel olacağı yönündedir.

5. Neden EGİAD? EGİAD'dan beklentileriniz neler? EGİAD'ın çalışmaları hakkında görüşleriniz neler?

EGİAD bölgemizin en önemli, en değerli iş insanlarının bir araya geldiği bir kuruluştur. Bende bu kurumun bir parçası olarak iş hayatından insanlar tanımak, onlarla ortak paydalarda bir araya gelmek ve sosyal çevremi genişletmek arzusundayım. EGİAD'ın çalışmalarını yakından takip edip, katılım göstermeye gayret ediyorum.



Tuğhan KARAVELİ

1. Kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

1989 İzmir doğumluyum. İlkokul ve lise eğitimimi İzmir Özel Türk Koleji'nde tamamladıktan sonra Lisans eğitimim için İstanbul'a giderek, T.C. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden mezun oldum. Devam eden süreçte 1,5 yıl kadar Londra'da Yüksek Lisans eğitimime devam edip yurt dışında çalışma fırsatı buldum. 2013 yılında Türkiye'ye dönerek Baba mesleği olan Uluslararası Lojistik sektöründe çalışmaya başladım. 2015 senesinin sonunda aldığım kararla Uluslararası Taşımacılık hizmeti veren Ponte Lojistik Şirketini kurarak sektörde yerimi aldım.

2. Hobilerinizi bizimle paylaşır mısınız?

Dinamik ve yoğun iş programımdan bulduğum her fırsatta kafamı dağıtabilmek ve yenilenebilmek için arkadaşlarım ile birlikte kısa süreli farklı ülke veya şehirleri ziyaret etmek en büyük hobimdir. Farklı lezzetler denemek ve yeni açılan restoranları gezmekte hobilerim arasında yer almaktadır. Bu gezilerim sırasında yazdığım ve

aldığım notlarla ileride kısa da olsa deneyimlerimi paylaşacağım bir blog kurma girişimindeyim. Bloğum için yazdığım yazılarıma ayırdığım zaman beni çok dinlendiriyor. Bunu arındırıcı hobim olarak görmekteyim.

3. Hangi Sektörde faaliyette bulunuyorsunuz? İşinizle ilgili kısaca bilgi verir misiniz? Faaliyette bulunduğunuz sektördeki gelişmeleri anlatır mısınız?

2015 yılında eski dostum ve ortağım Can Koparan ile birlikte Ponte Lojistik'i kurarak Uluslararası Karayolu, Havayolu ve Denizyolu Taşımacılık hizmeti ve danışmanlığı sağlıyoruz. 2 kişi başladığımız iş hayatında 4 yıllık süreçte kadromuzu genişleterek farklı projelere imza attık. Üyesi bulunduğumuz network sayesinde 124 ülkede 185 şehirde müşterilerimize Ponte Lojistik olarak hizmet verebilmekteyiz. Sektörümüzdeki yenilikleri ve gelişmeleri takip ederek bu senenin sonuna kadar network ağıımızı genişleterek hizmet sağladığımız şehir sayısını arttırmak hedefindeyiz. Hedeflerimiz doğrultusunda ilk amacımız Türkiye ekonomisine katkıda bulunmak ve %100 Türk sermayeli şirketimizi uluslararası pazarda geliştirerek Türk firmalarını en iyi şekilde temsil edebilmektedir

4. 2019'a ilişkin değerlendirmelerinizi paylaşır mısınız?

Seçimlerle başlayan 2019 yılı ve beraberinde gelen ekonomik

dalgalanma piyasaların daralmasına neden oldu. Çoğu sektörü derinden etkileyen bu daralma Lojistik sektörüne de özellikle ithalat açısından derin darbe vurdu. Fakat Türk Taşımacılık ve Lojistik sektörünün coğrafi konumu ve ekonominin dış ticaretteki esnekliği sayesinde orta vadede önü açık görünmekte. Hatta seçimlerden sonra yaşanan küresel kriz akabinde Cumhuriyet tarihinin ihracat rekoru kırılmıştır.

Türkiye Lojistik Sektörü'nde faaliyet gösteren firmalar, uzun vadede küresel rekabetten geri kalmamak için dijital teknolojilerdeki yenilikleri işletmelerine dahil ederek Lojistik 4.0 dönüşümünü gerçekleştirmeli ve Dünya'da üst sıralarda kendilerine yer edinmek zorundadır.

5. Neden EĞİAD? EĞİAD'dan beklentileriniz neler? EĞİAD'ın çalışmaları hakkında görüşleriniz neler?

Atatürk İlke ve İnkılapları öncülüğünde hareket eden Ege Bölgesi'ni ve ülkemizi ilgilendiren ekonomik, kültürel ve sosyal konularda fikirler ve projeler üreten, yurt içi ve yurt dışı pazarlarda işbirliklerini geliştirerek, teşvik ederek desteklemeyi ve ekonomiye katkıda bulunmayı amaç edinen Sivil Toplum Kuruluşu olan EĞİAD'ın üyesi olmaktan büyük mutluluk duyuyorum.

Öncüm ve yol göstericim olan aynı zamanda da fahri EĞİAD üyesi olan Babam Tayfun Karaveli'nin yolunda ilerlemek istiyorum. Ege Bölgesi'nde söz sahibi olan değerli dostlarımızla beraber bir araya gelerek oluşturduğumuz sivil toplum kuruluşu ile önce ülkemize sonra kendimize değer katabilmek hedefindeyim.



EGİAD İşte Kadın İş'te Kadın Zirvesi

» 25 Nisan 2019

Ege Genç İş İnsanları Derneği, Batı Anadolu Sanayici ve İş İnsanları Dernekleri Federasyonu (BASİFED) ve İzmir Ticaret Odası (İZTO) işbirliği ile gerçekleşen 'İşte Kadın İşte Kadın Zirvesi', üç ana oturum ve keynote ile devam etti. Alanlarında başarılı rol model kadınlar, hikayelerini kadınlarla paylaştı.

Zirve, Ege Genç İş İnsanları Derneği Başkanı Mustafa Aslan, İzmir Ticaret Odası (İZTO) Başkanı Mahmut Özgener ve Batı Anadolu Sanayici ve İş İnsanları Dernekleri Federasyonu (BASİFED) Başkanı Seda Kaya'nın açılış konuşmaları ile başladı. Demirören Haber Ajansı Ege Temsilcisi Elif Demirci İşleğin'in moderatörlüğünü yaptığı ilk oturum, "Başarı Cesaret İster" başlığı ile gerçekleşti. Oturum konuşmacıları, İnci Holding CEO'su Neşe Gök ve Vodafone Türkiye Kurumsal İş Birimi İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Meltem Bakiler Şahin oldu.

"Girişimcilik" başlığı ile gerçekleşen ikinci oturumun moderatörlüğünü ise EGEİAD Yönetim

Kurulunun Girişimcilik ve Melek Yatırımcılıktan Sorumlu Başkan Vekili Alp Avni Yelkenbiçer yaptı. Bu oturumun konuşmacıları ise, Girişimci Kadınlar Grubu kurucusu Ülkü Hür, TutumluAnne.com kurucusu Özden Pusat, Tekkredi kurucusu ve CEO Pelin Anlı Bedirhanoğlu, Ev Tekstili kurucusu Gül Güler Goncağül oldu. Dikkan Grup İnsan Kaynakları Direktörü Füsün Toros'un moderatörlüğünde gerçekleşecek üçüncü oturum ise "Kadınlar Kilidi Kırıyor" başlığıyla gerçekleşti.

Konuşmacıları ise BSH Ev Aletleri Türkiye, Orta Doğu, Afrika ve BDT Bölgeleri Kurumsal İletişim Müdürü Burçin Girit ve Coca Cola Bilgi Teknolojileri Direktörü (CIO) Leyla Deliç oldu. Keynote bölümünün konuşmacısı ise M-Gen Dijital Ajans Kurucusu, Fütürist, Ekonomist Ufuk Tarhan'dı. Başarılı kadınlar hikayelerini anlatırken kadınların iş dünyasında yer almasına ilişkin önemli görüşler paylaştı. İnteraktif bir biçimde gerçekleşen oturumlarda katılımcılar da görüşlerini paylaştı.



» 29 Nisan 2019 Eximbank Destekleri

Eximbank Genel Müdürü Adnan Yıldırım'ın konuk konuşmacı olduğu "Eximbank Destekleri" Bilgilendirme Toplantısı EGIAD Dernek Merkezinde düzenlendi. Eximbank'ın kurumsal yapısı, verdiği ihracat kredileri ve diğer türev ürünler hakkında bilgi sunan Adnan Yıldırım katılımcıların sorularını yanıtladı.



» 3 Mayıs 2019 Hollanda Büyükelçisi'nin Derneğimizi Ziyareti

Hollanda'nın Ankara Büyükelçisi Marjanne de Kwaasteniet; İZTO Yönetim Kurulu Üyesi, EGIAD Üyesi ve Hollanda Fahri Konsolosu Oğuz Özkardeş ile EGIAD Yönetim Kurulu'nu ziyaret etti. İki ülke ilişkilerinin görüşüldüğü toplantıda ticari işbirlikleri üzerinde duruldu.



» 7 Mayıs 2019 TÜSİAD Bu Gençlikte İş Var! Ege Finali EGİAD Ev Sahipliğinde Gerçekleşti

2019 dönemi itibari ile bir girişimcilik programına dönüşen TÜSİAD Bu Gençlikte İş Var! en çok başvuru aldığı bölgelerden biri olan Ege Bölgesine yönelik kurgulanan modelle, girişimci gençleri desteklemeye devam ediyor. 21 - 22 Şubat Yaşar Üniversitesi Ev Sahipliğinde Eğitim Kampı ile başlayan ve devamında mentor eşleşmesi ile birlikte yaklaşık 2 ay çalışma fırsatı yakalayan ekipler 7 Mayıs'ta yarıştı. EGIAD Sosyal Kültürel Etkinlikler Merkezi'nde gerçekleşen etkinliğe; TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Simone Kaslowski, TÜSİAD Girişimcilik ve Gençlik Yuvarlak Masa Başkanı İrem Oral Kayacak, EGIAD Yönetim Kurulu Başkanı

Mustafa Aslan, BASİFED Yönetim Kurulu Başkanı Seda Kaya Ösen ve yarışan genç girişimciler katıldı. Kazanan isimler; birinci; taciz, tecavüz ve istismara uğrayan bireylere hukuksal ve psikolojik destek sağlayan bir platform olan Purple olurken; ikinci, firmaların veya kişilerin kullandıkları 3D yazıcılar ile oluşturdukları atık filamentleri tekrardan kullanılabilir filament haline getiren bir filament ekstrüzyon makinesi FilaboX; üçüncü ise bakıma ihtiyacı olan bireyler ile kısa süreli çalışmak isteyen bakıcıları buluşturan bir platform olan Easy Care - Tıkla Gelsin Bakıcım oldu.



EGİAD Portekiz İş Gezisi

» 8-11 Mayıs 2019

Ege Genç İş İnsanları Derneği, bölgenin ve üyelerinin ticaret hacmini güçlendirme kapsamında gerçekleştirdiği yurtdışı gezilerinin 15. Dönem programının ilkinin Portekiz'e gerçekleştirdi. Lizbon'a düzenlenen EGİAD iş gezisine üyeler ve İzmir Portekiz Fahri Konsolosu, aynı zamanda Yaşar Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Ahmet Yiğitbaşı, Portekiz Ticaret Ateşesi Celeste Mota da katılım gösterdi. Ziyaret kapsamında, AICEP (Portugal Global Trade&Investment Agency), AIP (Association Industrial Portugal), CCIP (Chamber of Commerce Industrial Portugal), TTC (Turkish Trade Connection) ve Lizbon Büyükelçiliği'ne ziyaretlerde bulunularak iki ülke arasındaki ticari ve kültürel ilişkilerin güçlendirilmesi hedeflendi. Türkiye ve Portekiz iş dünyasının biraraya geldiği görüşmelerde, ekonomik ve ticari iş birliği fırsatları değerlendirildi.





» 13 Mayıs 2019 Marka Bilgilendirme Toplantısı

EGİAD Marka Zirvesi hazırlıkları kapsamında atılacak adımlardan biri olan Marka Bilgilendirme Seminerlerimizden ilki EGİAD Dernek Merkezi'nde Ogilvy and Mather Türkiye - Eski Ülke Başkanı, İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Görevlisi, Reklamcılar Derneği 12. Dönem Başkanı Aytül Özkan'ın katılımıyla gerçekleştirildi. Markalaşma konusunda bilgi ve deneyimlerini paylaşan Aytül Özkan marka yönetim süreçleri, marka değeri yaratma gibi pek çok başlıkta bilgi sundu. Katılımcıların sorularını yanıtladı.



» 13 Mayıs 2019 EGİAD Melekleri "Melek Yatırımcı - Girişimci Buluşması"

Melek Yatırımcı Girişimci Buluşmaları kapsamında TÜSİAD Bu Gençlikte İş Var!Ege Finaline kalan girişimciler EGİAD Melekleri Ağı üyesi yatırımcılarla biraraya geldi. Sunumlarını gerçekleştiren girişimciler, yatırımcıların sorularını yanıtladı. İlişkilerinin görüldüğü toplantıda ticari işbirlikleri üzerinde duruldu.



» 15 Mayıs 2019 EGİAD Think Tank Lansmanı ve "Uluslararası Güvenlik ve Silahsızlanma Alanında Sivil Toplumun Rolü" Konulu Toplantı

Ege Genç İş İnsanları Derneği, Milli Mücadele'nin başlamasının 100. Yılında önemli bir etkinliğe ev sahipliği yaptı. 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı öncesinde gerçekleştirdiği etkinlikle, bir iş örgütü tarafından Ege Bölgesi'nde ilk kez kurulan düşünce kuruluşu EGİAD Think Tank'ın tanıtım lansmanını gerçekleştirdi. Ana amacı tamamen ekonomi ve iş dünyası odaklı bir yaklaşımla bilgi ve faydalı içerik üretmek olarak belirlenen EGİAD Think Tank öncelikle, girişimcilik, sürdürülebilirlik, ekonomik kalkınma gibi konuları ele alacak. EGİAD Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Aslan'ın açılış konuşması ile başlayan toplantı EGİAD Genel Sekreteri Prof.Dr.Fatih Dalkılıç'ın EGİAD Think Tank hakkındaki sunumuyla devam etti. Ardından Nobel Barış Ödülü Sahibi Büyükelçi Ahmet Üzümcü'nün konuk konuşmacı olduğu "Uluslararası Güvenlik ve Silahsızlanma Alanında Sivil Toplumun Rolü" konulu toplantı gerçekleştirildi. Lahey'deki Kimyasal Silahların Yasaklanması Örgütü (OPCW) geçmiş dönem Başkanlığı görevinde bulunmuş, Dış İşleri Bakanlığı nezdinde Birleşmiş Milletler ve NATO'da görev yapmış, geçmiş Dönem Tel Aviv Büyükelçisi, 2013 yılında Nobel Barış Ödülü'nü almış, çok taraflı diplomasi konusunda ise çok önemli tecrübeye ve bilgiye sahip kariyer diplomatı olarak isim yapmış Büyükelçi Ahmet Üzümcü, EGİAD Think Tank'ın kuruluşunu tebrik ederek, uluslararası konularda STK'ların oynadığı rolün önemini vurguladı. Birleşmiş Milletler, Nato, OPCW bünyesinde ele alınan konular kapsamında sivil toplum inisiyatifi tarafından gerçekleştirilen başarılı etkinlikler hakkında bilgi verdi.



» 20 Mayıs 2019 SGK İzmir İl Müdürü Ekrem Gülcemal'i Ziyaret

SGK İzmir İl Müdürü Ekrem Gülcemal'i ziyaret eden EGİAD Yönetim Kurulu Üyeleri, EGİAD'ın faaliyetleri ve projeleri hakkında bilgi verdi. Ekonomi ve iş dünyasına ilişkin gündemdeki önemli konuların değerlendirildiği toplantıda iki kurum arasında yapılabilecek işbirliği konuları görüşüldü.



» 20 Mayıs 2019 TEV ve LİYAKAT'ın Ziyareti

Türk Eğitim Vakfı (TEV) ve Lider Yarattıcı Katılımcılar Derneği (Liyakat) "Meslektaşını Okut" Projesi kapsamında Ege Genç İş İnsanları Derneği EGİAD'ı ziyaret etti. EGİAD Başkanı Mustafa Aslan, Yönetim Kurulu Üyesi Alper Koçak ve Genel Sekreter Prof. Dr. Fatih Dalkılıç ev sahipliğinde gerçekleşen ziyarete, Liyakat Başkanı Berkay Eskinazi, TEV Şube Yürütme Kurulu Başkanı Gülnur Soybayrak katılım gösterdi.



» 20 Mayıs 2019 EGİAD Melekleri, TİM -TEB Girişim Evi işbirliği ile Melek Yatırımcı Eğitimi

EGİAD Melekleri, TİM -TEB Girişim Evi işbirliği ile Melek Yatırımcı Eğitimi EGİAD Dernek Merkezinde gerçekleştirildi. Melek Yatırımcılık kavramı ve süreçlerinin ele alındığı eğitim, Girişim Training and Consulting Center Ortağı Taner Baltacı tarafından gerçekleştirildi.



» 22 Mayıs 2019 PechaKucha EGİAD Ev Sahipliğinde Yapıldı

İzmir'de ilham veren işler yapanların hikayelerini 20 saniyede değişen 20 görselle anlattığı PechaKucha etkinliğinin 21.si Kemeraltı'nda bulunan EGİAD Sosyal ve Kültürel Etkinlikler Merkezi'nde gerçekleştirildi. 8 farklı konuda yapılan sunumlar kapsamında EGİAD tarafından Tarihi Portekiz Havrası'nın restore edilerek bir sosyal ve kültürel merkeze dönüşümü süreci de anlatıldı.



KİMYA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.



PVC Stabilizatörleri & Polimer Katkıları

Hedeflerinize ancak doğru kararlarla ulaşabilirsiniz. Teknolojisi, birikimi, insan kaynaklarındaki gücü ile dünyanın en büyük PVC üreticilerinin markası olan Kimflor, sizi de hedeflerinize taşımaya hazır!

Hedeflerinizi yüksek tutun, çünkü Kimflor yanınızda!



www.kimflor.com



» 27 Mayıs 2019 TARKEM'i Ziyaret

EGİAD Yönetim Kurulu Üyeleri TARKEM'i ziyaret etti. TARKEM'in projeleri konusunda görüşülen toplantıda ayrıca iki kurum arasında yapılabilecek işbirliği faaliyetleri ele alındı. Tarihi Alan Kemeraltı'nın canlandırılması ve sadece eski bir alışveriş merkezi değil, değerli bir destinasyon, kültürel ve tarihi olarak değerli bir bölge olarak şehre katkı sağlaması amacıyla yapılan çalışmalar değerlendirildi. Tarihi Portekiz Sinagogu-EGİAD Sosyal ve Kültürel Etkinlik Merkezi'nin daha etkin kullanımı ile ilgili görüş alışverişinde bulunuldu.



» 28 Mayıs 2019 TAİDER'i Ziyaret

EGİAD Yönetim Kurulu Üyeleri Aile Şirketleri Derneği (TAİDER) Yönetim Kurulu'nu ziyaret etti. Yapılan toplantıda derneklerin projeleri hakkında bilgi alışverişinde bulunuldu, yapılabilecek işbirliği projeleri değerlendirildi ve planlandı.



» 20 Mayıs 2019 EGİAD Huzurevi Sakinleriyle İftar Yemeği

Sosyal İlişkiler Komisyonu tarafından düzenlenen EGİAD Huzurevi Sakinleriyle İftar Yemeği Tarihi Havagazı Fabrikası'nda gerçekleştirildi. EGİAD İftar Yemeğine huzurevi sakinleri ile EGİAD üyelerinden oluşan yaklaşık 350 kişi katıldı. İftar öncesi yaşlılarla sohbet ederek gönüllerini alan EGİAD Başkanı Mustafa Aslan, her yıl huzurevi sakinleriyle biraraya gelmeye özen gösterdiklerini ve EGİAD Huzurevi İftar Yemeği'nin gelenekselleştiğini vurguladı. Organizasyonun sonunda huzurevi sakinlerine dernek üyelerinin katkılarıyla hazırlanan hediye çantaları takdim edildi.



» 12 Haziran 2019 Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayii A.Ş. Fabrika Ziyareti

İş Geliştirme Komisyonu tarafından organize edilen Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayii A.Ş. fabrika ziyareti üyelerimizin katılımıyla gerçekleşti. Gerçekleştirilen ziyarette fabrikanın üretim, pazarlama ve ar-ge süreçleri hakkında bilgi alındı.



» 10 Haziran 2019 EGİAD Danışma Kurulu Toplantısı

Ege Genç İş İnsanları Derneği Danışma Kurulu 15. Yönetim Dönemi'ne ilişkin ilk Toplantısını gerçekleştirdi. Eski Portekiz Sinagogu yeni ismiyle EGİAD Sosyal Kültürel Etkinlikler Merkezi'nde gerçekleşen Danışma Kurulu, Şükrü Ünlütürk başkanlığında toplandı. Türkiye gündemine ilişkin konular masaya yatırılarak, iş dünyasının ve medya temsilcilerinin değerlendirmeleri ve önerileri alındı.

EGİAD Başkanı Mustafa Aslan'ın EGİAD faaliyetlerini ve projelerini aktardığı, Türkiye'nin ve İzmir'in gündemindeki ekonomik ve politik gelişmelerin değerlendirildiği toplantıda, Danışma Kurulu Dönem Başkanı, Başkan Yardımcısı ve Genel Sekreter seçimi yapıldı. Yapılan oylama sonucu İzmir Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Özgener oybirliği ile EGİAD Danışma Kurulu Başkanlığına seçildi. Danışma Kurulu Başkan Yardımcılığına Yiğit Tatış, Sekreterliğe ise uzun yıllar EGİAD'ın Genel Sekreterliğini yürüten ve şu anda İzmir Ticaret Odası Genel Sekreteri olarak görev yapan Prof. Dr. Mustafa Tanyeri seçildi. Toplantıda bir önceki dönemde Danışma Kurulu Başkanlığı görevini üstlenmiş olan Şükrü Ünlütürk, Başkan Yardımcılığı görevini üstlenen Oğuz Özkardeş ve Kurulun Sekreterliği görevini yürütmüş olan Yiğit Tatış'a teşekkür plaketi takdim edildi.



» 17 Haziran 2019 EGİAD Melekleri "Melek Yatırımcı - Girişimci Buluşması"

Ege'nin ilk melek yatırım organizasyonlarından EGİAD Melekleri, 2019 yılının ikinci "Melek Yatırımcı - Girişimci Buluşması'nı gerçekleştirdi. EGİAD Melekleri İcra Kurulu Başkanı Frederic Pagy açılış konuşması ile başlayan etkinliğin devamında ise dört girişimci sunumlarını gerçekleştirdi. Dysapp, Petsurfer, Bitabak ve Dostum yatırımcılar ile biraraya geldi.



» 21 Haziran 2019 Happy Hour

Sosyal İlişkiler Komisyonu tarafından düzenlenen EGİAD Happy Hour La Grenadine Hotel Alaçatı'da gerçekleşti. Etkinlikte üyelerimiz keyifli bir Çeşme akşamında biraraya gelerek sohbet etme fırsatı buldular.



» 2 Temmuz 2019 İZBETON Genel Müdürü'ne Ziyaret

EGİAD Yönetim Kurulu üyeleri İZBETON Genel Müdürlüğü görevine atanan üyemiz Heval Savaş Kaya'yı ziyaret etti ve yeni görevinde başarılar diledi.



» 5 Temmuz 2019 Tunç Soyer ile Toplantı

Mart ayında gerçekleştirilen Yerel Seçimler öncesinde EGİAD'ı ziyaret eden İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Tunç Soyer'den her ay düzenli olarak biraraya gelerek kent sorunlarını birlikte masaya yatırmak üzere söz alan EGİAD, Soyer ile ilk toplantısını gerçekleştirdi. EGİAD Başkanı Mustafa Aslan, Yönetim Kurulu, geçmiş dönem başkanları ile iş dünyası temsilcilerinin katıldığı toplantıda Kent Ulaşımı, Kent Altyapısı, Çevresel Sürdürülebilirlik, Ticaretin Sürdürülebilirliği, Yapılaşma ve Şehir Estetiği, Marka Şehir İzmir olmak üzere 6 ana başlık altında 80 tespit, çözüm önerisi ve beklenti sıralandı. EGİAD'ın İzmir projeleri hakkında ayrıntılı bilgi veren Mustafa Aslan başta İzmir Büyükşehir Belediyesi olmak üzere pek çok paydaşımızla işbirliği içinde yapacakları EGİAD Think Tank, Marka Şehir İzmir Raporu, Girişimcilik ve Şehir Fonu, Kemeraltı çalışmaları ile ilgili rapor sundu. İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Tunç Soyer, görüşmede STK'ların önemine dikkat çekti, şehrin yönetiminde EGİAD gibi önemli STK'larla birlikte hareket edeceğinin bilgisini paylaştı. EGİAD Heyetinin sunduğu raporu teslim alan Soyer, bir sonraki görüşmeye kadar ekibi ile raporu inceleyeceğini belirtti.

ARAMIZA YENİ KATILANLAR

AHMET	KOYUNCU	AHMET KOYUNCU HUKUK BÜROSU
OZAN	KARAMAN	BİYOK İNŞAAT MOBİLYA SAN.TİC.LTD.ŞTİ.
AÇELYA	BAÇ	İLKE ENDÜSTRİYEL BOYAMA SİSTEMLERİ A.Ş.



Olten Filarmoni



Biletler ve detaylı bilgi için www.oltensanat.com adresimizi ziyaret edebilirsiniz. T: 0 533 407 80 00

OLTEN FİLARMONİ

17.04.2019 Saat 20:30 AASSM (Ahmed Adnan Saygun Sanat Merkezi)

Şef
İbrahim YAZICI

Viyolonsel
Pablo FERRÁNDEZ

PROGRAM

MODEST MUSSORGSKY
Üvertür Çelebi, Düşük Bir Seçe

JOSEPH HAYDN
İki Major Viyolonsel Konçertosu No.1

ROBERT SCHUMANN
Sinfoni No.4 Op.37



OLTEN FİLARMONİ

SEZON KAPANIŞ KONSERİ

22.05.2019 Saat 20:30 AASSM (Ahmed Adnan Saygun Sanat Merkezi)

Şef
İbrahim YAZICI

Solist
Cem ADRIAN

Anadolu'dan Esintiler
Halik Dansları Topluluğu




AKLIN YOLU PO AUTOMATIC



Çünkü; **AutoMatic Filo Yönetim Sistemi**, filo sahibi işletmelerin akaryakıt tüketimlerini kontrol altında tutmalarını ve önemli oranda akaryakıt tasarrufu yapmalarını sağlar.

Siz de **AS YAKIT** ayrıcalığı ile **PO AutoMatic'e** geçin, kazanç sağlamaya aynı gün başlayın.

 Arayın, kazancınızı hemen hesaplayalım!
0212 276 76 00



www.asgrup.com

ASYAKIT[®]

AS YAKIT bir AS GRUP markasıdır.

ASGRUP[®]