BizdenHaberler

SAYI 491

Koç

20. Vehbi Koç Ödülü'nün sahibi, İlköğretim Okullarına Yardım Vakfı ve vakfın kurucusu Prof. Dr. Hüseyin Vural oldu.

Bizden Haberler'in değerli okurları,

Zamanının ötesinde bir vizyona sahip değerli büyüğümüz Vehbi Koç'u vefatının 25. yılında saygı ve rahmetle anıyoruz. Vehbi Bey yaşamını ailesine, Koç Topluluğu'na ve bu ülkeye adayarak, gerek ekonomik gerekse toplumsal gelişim için büyük bir gayret ve özveriyle çalıştı. Topluluğumuza ve ülkemize kazandırdıkları ticari bir başarının çok ötesinde; ülkesine bağlılığın, insanına ve değerlerine sahip çıkmanın, çok çalışmanın güçlü bir örneği oldu. Kurucusu olduğu Vehbi Koç Vakfı, O'nun hayatını adadığı değerleri her yıl Vehbi Koç Ödülü ile bizlere hatırlatmaya ve eğitim, sağlık, kültür alanlarında çok kıymetli katkılar yapanların başarılarını taçlandırmaya devam etti. Vehbi Koç Ödülü, bu yıl eğitim alanındaki öncü nitelikteki çalışmalarından dolayı İlköğretim Okullarına Yardım Vakfı (İLKYAR) ve vakfın kurucusu Prof. Dr. Hüseyin Vural'a verildi. Sayın Vural'ın kurucusu olduğu ve tamamen gönüllülük esasıyla, yatılı bölge okullarının gelişmesi için çalışan İLKYAR'ın binlerce çocuğun eğitimde fırsat eşitliğine erişmesi için gerçekleştirdiği çalışmaları çok kıymetli ve takdire şayan buluyorum. Prof. Dr. Hüseyin Vural'ı ve onun nezdinde katkı sağlayan herkesi gönülden tebrik ediyorum.

Ülkemizin toplumsal gelişimi için çalışmaya ve örnek olmaya devam ederken ekonomik kalkınmaya güç katmanın gururunu yaşıyoruz. Gerçekleştirdiğimiz tüm faaliyetlerin neticelerinin finansal sonuçlarımıza yansımasından da mutluluk duyuyoruz. 2020 yılında yaptığımız 10,7 milyar TL kombine yatırımla, toplam yatırımlarımız son 5 yılda 42 milyar TL'ye ulaştı. Şirketlerimizin finansal sağlığına yönelik tedbirlerimizi hassasiyetle ve hızla uyguladık. Yatırımlarımıza devam ederek, küresel büyüme yolculuğumuzu hızlandırdık. Bu başarıda payı olan çalışma arkadaşlarımıza, bayilerimize ve tedarikçilerimize gösterdiğimiz büyük çaba ve dayanışma örneği için müteşekkirim.

Koç Topluluğu olarak kuruluş ilkelerimizden ve küresel vizyonumuzdan aldığımız güçle uluslararası inisiyatiflerde sorumluluk almayı önemsiyor, bütün dünyayı ilgilendiren sorunların üstesinden gelmek için hükümetlerden iş dünyasına kadar tüm paydaşların elini taşın altına koyması gerektiğine inanıyoruz. Bu kapsamda, G20 çatısı altında özel sektörün rolünü yansıtmak için global iş liderlerini bir araya getiren B20'nin Ticaret ve Yatırım Görev Gücü Eş Başkanı seçilerek ülkemizi bu görev gücünde temsil ediyor olmaktan mutluluk duyuyorum.

Dünya Ekonomik Forumu tarafından düzenlenen "2021 Davos Gündemi" etkinliğinde gerçekleştirilen "Bağlantılı ve Sürdürülebilir Değer Zincirleri Tasarlama" başlıklı panelde önümüzdeki dönemde yeşil dönüşümün sürdürülebilir değer zincirleri açısından önemine dikkat çektiğim bir konuşma gerçekleştirdim. Koç Topluluğu olarak önümüzde yeşil girişimlere dayalı bir iş modeli yaratma fırsatı olduğunu düşünüyor ve bu konuyu en öncelikli gündemlerimizden biri olarak görüyoruz. Çalışmalarımızı da aynı doğrultuda, titizlikle sürdürüyoruz.

Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda Topluluk olarak gösterdiğimiz güçlü duruş ve şirketlerimizin örnek çalışmaları ile gururlanmaya devam ediyoruz. Son olarak, Birleşmiş Milletler Kadın Birimi tarafından kurulan ve önümüzdeki 5 yıl boyunca toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarına yön verecek "Nesiller Boyu Eşitlik Forumu" kapsamında Koç Holding, teknoloji ve inovasyon alanındaki çalışmalara öncülük etmek üzere seçildi. Bu kapsamda küresel iyi örneklerin oluşması ve yaygınlaşması için dönüştürücü rol üstlenmeye ve bu alanda atılacak küresel adımlara öncülük etmeye hazırız.

Koç Topluluğu 95 yılı geride bırakırken, Topluluk şirketleri de başarılarıyla bu tarihe iz bırakmaya devam ediyor. Köklü geçmişiyle "dış ticaretin okulu" olarak adlandırılan Ram Dış Ticaret 50, son yıllarda dijital dönüşüm konusunda attığı adımlarla önemli bir ivme yakalayan Koçtaş ise 25. yılını kutluyor. Sektörlerinde çok önemli bir yere sahip olan iki şirketimizin yıllar içindeki değişim ve başarı hikâyesini dergimizin sayfalarında bulabilirsiniz.

Sevgi ve saygılarımla,

Levent Çakıroğlu

BU SA-

NELER OLDU 4

Levent Çakıroğlu:
"Yeşil Mutabakat'ta özel sektöre liderlik edeceğiz"

Koç Holding 2020 yılında 183,8 milyar TL konsolide ciro elde etti. 10,7 milyar TL kombine yatırım gerçekleştirdi

Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu'ndan küresel sorunların çözümü için iş birliği çağrısı

Koç Holding Nesiller Boyu Eşitlik Forumu'nun liderleri arasında

VİZYON 14

20. Vehbi Koç Ödülü sahibini buldu

ANMA 19

İlkleri ve ilkeleriyle daima bizimle...

İmtiyaz Sahibi **Koç Holding A.Ş. adına Levent Çakıroğlu** (Sahibi) Genel Yayın Yönetmeni **Oya Ünlü Kızıl** Sorumlu Yönetmen **Şeniz Akan** Yayın Koordinatörü **Tuğçe Kutlu Serintürk** Yayın Kurulu **M. Dumrul Sabuncuoğlu, Nihal Köz, Lalehan Uysal** Yayın Direktörleri **Nihal Köz, Lalehan Uysal** Direktör **Aynur Şenol Altun** Editörler **Ayşe Fındık, Berna San, Biray Anıl Birer, Yasemin Balaban, Arzu Erdoğan, Özlem Kapar Bayburs, Mine Akverdi Denktaş** Tasarım ve Uygulama **Overteam, Nurcan Baş, Engin Kuru** Fotoğraf Editörü **Hüseyin Serdar Öngen**

YI-

YAKIN PLAN 39

Dev serbest ticaret anlaşması dengeleri değiştirecek mi?

Tarihin en büyük aşı kampanyası etkili olacak mı?

VİZYON 27

Türkiye'nin "Dış Ticaret Okulu" Ram'ın 50 yıllık yolculuğunu, şirketin genel müdürü Zeynep Kuman anlattı

Koçtaş Genel Müdürü Devrim Kılıçoğlu: "25. yaşımızda dijital gücümüzle geleceğe adım atıyoruz"

YAŞAM 49

"Kendin yap" akımı pandemiyle yükselişte

DA

Overteam Bilgi Teknolojileri İletişim ve Reklamcılık Ltd. Şti. 19 Mayıs Mahallesi Veteriner Hilmi Sokak Hilmi Palas Apt. No:4 K:1 D:4 34363 Şişli, İstanbul T: 0212 252 74 25 overteam.com Baskı ve Cilt (Matbaa) **İRM Dijital Matbaa A.Ş.** Şerifali Mahallesi Şehit Sokak No:49 Ümraniye, İstanbul T: 0216 466 74 98 Yayın Türü **Yaygın Yerel Süreli** Yayın Süresi / Dili **Aylık / Türkçe**

ŞUBAT - MART

BU DERGİDEKİ YAZI VE GÖRSELLER KAYNAK BELİRTİLEREK KULLANILABİLİR.

LEVENT ÇAKIROĞLU: "YEŞİL MUTABAKAT'TA ÖZEL SEKTÖRE LİDERLİK EDECEĞİZ"

TÜSİAD AVRUPA YEŞİL MUTABAKATI SÖYLEŞİLERİ SERİSİNİN ÜÇÜNCÜSÜ, "SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE DEĞER ZİNCİRİ" TEMASIYLA, KOÇ HOLDİNG CEO'SU LEVENT ÇAKIROĞLU'NUN KATILIMI İLE GERÇEKLEŞTİ. KOÇ TOPLULUĞU'NUN İHRACATININ YÜZDE 50'DEN FAZLASINI AVRUPA BİRLİĞİ'NE YAPTIĞINI SÖYLEYEN ÇAKIROĞLU, AB'NİN TİCARET VE ÜRETİM SÜREÇLERİNE KÖKLÜ DEĞİŞİKLİKLER GETİRECEK OLAN MUTABAKAT ÇERÇEVESİNDEKİ STRATEJİLERİNİ AKTARDI.

Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD) tarafından Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın yaratacağı riskler ve fırsatlara dikkat çekmek, bu alanda özel sektör ve kamuoyunda farkındalık yaratmak amacıyla gerçekleştirilen söyleşilerin üçüncüsüne Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu konuk oldu. TÜSİAD Yönetim Kurulu Üyesi ve Yatırım Ortamı Yuvarlak Masa Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu'nun moderatörlüğünü üstlendiği webinarda Çakıroğlu, "sürdürülebilirlik ve değer yaratma" çerçevesinde görüşlerini paylaştı.

"Ülkemizin temsili anlamında iki konu önemli"

2020 yılında Davos Zirvesi'nde gelen davet üzerine Yeşil Mutabakat ajandası kapsamında özel sektörün atacağı somut adımların belirlenmesine liderlik edecek olan CEO Eylem Grubu'na katılan Çakıroğlu, Avrupa Birliği (AB) yetkililerinin Yeşil Mutabakat ile ilgili kararlılıklarını çok kuvvetli şekilde ifade ettiklerini hatırlattı.

Sürece dair gelişmeleri Türkiye açısından da değerlendiren Çakıroğlu, şunları söyledi: "Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında oluşturulan platformda kararlaştırıldığı gibi önümüzdeki dönemde karbon emisyonunun azaltılması ve bertaraf edilmesine dönük teknolojilerin geliştirilmesi konusunda, şirketler kendi aralarında iş birliği yaratmaya çalışıyorlar. Bizim açımızdan ülkemizin temsili anlamında iki konu önemliydi: Birincisi, AB dışındaki ülkeleri de

kapsayacak bir yaklaşım. Bu yaklaşımı çok önemli buluyoruz çünkü AB, dünyanın pek çok bölgesi ile ticaret ortaklığı yapıyor. Yeşil dönüşümü teşvik edecek fonlardan, belirlenecek mekanizmalar çerçevesinde, kapsayıcı bir yaklaşımla AB'ye üye olmayan ülkelerin de yararlandırılmasını önemli görüyoruz. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin inovasyon ve teknoloji geliştirme kapasitesine, bu fonlar yoluyla kaynak sağlanmasına ihtiyaç olduğunu düşünüyorum. İkincisi, AB üyesi olmayan ülkelerdeki ESG performansı yüksek şirketlerin ayrıştırılmasının doğru olduğunu düşünüyoruz. Şeffaf bir ESG raporlama standardının geliştirilmesinin elzem olduğunu ifade ettik. Her iki görüşümüz de grup üyeleri tarafından benimsendi ve eylül ayında yayınlanan bildiriye girmiş oldu. Biz Koç Holding olarak bir taraftan ülkemizi temsil ederken, diğer taraftan çok uluslu bir kuruluş olarak AB ülkeleri de dâhil olmak üzere dünyanın pek çok ülkesinde faaliyet gösteriyoruz. Bu itibarla Avrupa Birliği içindeki ve dışındaki ihtiyacı görebilen bir yapıyla katkı sunmaya çalışıyoruz."

"Ülkeler yatırımcılar, müşteriler ve çalışanlar; şirketlerden çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim alanlarında yüksek performans bekliyorlar."

"Türkiye'nin önünde bir fırsat penceresi olduğunu görüyorum"

İklim değişikliği konusunda harekete geçmek için zamanın azaldığını vurgulayan Çakıroğlu, bu sorunu çözmek için iş birliklerinin öneminin altını çizerek şunları söyledi: "İklim krizi gerçeği ile karşı karşıyayız. Tüm bilimsel veriler ve yaşadıklarımız bize bunu gösteriyor. Bu konuda harekete geçmek için artık daha fazla zaman yok. Harekete geçmeyenlerin de geçmesi gerekiyor. İş birlikleri çağındayız. Teknoloji ve inovasyon konusundaki faaliyetlerimizi sürdürürken üniversitelerle, start-up'larla, kamu kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları ile iş birliğini çok önemli görüyorum."

Konuyu ekonomi ve özel sektör açısından da ele alan Çakıroğlu, şöyle devam etti: "Ülkeler, yatırımcılar, müşteriler, çalışanlar kararlı... Şirketlerden çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim alanlarında yüksek performans bekliyorlar. Covid-19 tedarik zinciri mimarisini etkiledi. Yeşil mutabakatın da karbon vergisi ve diğer düzenlemeler yönüyle etkileme potansiyeli var. Bu çerçevede, ülkemizin AB pazarına coğrafi yakınlığı ve hâlihazırdaki ticari ortaklığımızı dikkate alarak doğru adımları zamanında atarsak, bu yeni dünya düzeninde ülkemizin ve ülkemizdeki şirketlerin önünde bir fırsat penceresi olduğunu görüyorum."

"Koç Topluluğu 2050'de karbon sıfır seviyesine gelecek"

Ebiçlioğlu'nun mutabakat sürecinin Koç Topluluğu açısından nasıl ele alındığı sorusuyla ilgili olarak, bu konuya geniş bir perspektiften baktıklarını söyleyen Çakıroğlu, Topluluğun bu alandaki stratejisiyle ilgili olarak şöyle konuştu: "Sadece iklim krizi değil, dünyanın en önemli meselelerinin çözümünde iş dünyasının çözüm ortağı olma sorumluluğu var. Büyük sorunlar ancak iş birlikleriyle çözülebilir. Koç Topluluğu olarak 2050 yılında karbon sıfır seviyesine geleceğimizi taahhüt etmiştik ve önümüzdeki döneme ilişkin yol haritamızı da belirliyoruz."

"Teknoloji ve inovasyon en önemli araçlar"

Teknoloji ve inovasyonun karbon emisyonunu azaltma konusunda en önemli araçlardan biri olduğunu ifade eden Çakıroğlu, "Avrupa Enerji Ajansı'na göre karbon emisyonunu azaltma konusunda yenilenebilir enerji en önemli potansiyele sahip... Onu enerji verimliliği takip ediyor. Enerji verimliliği konusundaki teknolojik gelişmeler, inovasyon da çok kritik. Yenilenebilir enerjide ve hidrojende de radikal gelişmeler, yine inovasyon ve teknoloji sayesinde olacak. Fonlama mekanizmalarının bir kısmı inovasyonun desteklenmesine, buluşların, patentlerin satın alınıp ihtiyaç duyulan ülkelerde ve şirketlerde bedelsiz kullanıma açılmasına tahsis edilebilir. Bir taraftan verimliliği artırmak önemli derken, diğer taraftan farklı ülkelerin ve şirketlerin aynı konularda araştırma ve yatırım yapmasının bir verimsizlik potansiyeli taşıdığının farkındayım, onun için de böyle bir teklifte bulunuyorum," diye konuştu.■

Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu'nun konuk olduğu TÜSİAD Avrupa Yeşil Mutabakatı Söyleşileri'nin tamamını izleyebilmek için QR kodunu okutabilir ya da ***linki*** tıklayabilirsiniz.

KOÇ HOLDİNG 2020 YILINDA 183,8 MİLYAR TL KONSOLİDE CİRO ELDE ETTİ. 10,7 MİLYAR TL KOMBİNE YATIRIM GERÇEKLEŞTİRDİ

KOÇ HOLDİNG ZORLU GEÇEN 2020 YILINI BAŞARILI SONUÇLARLA KAPATTI. ELDE EDİLEN SONUÇLARA DAİR DEĞERLENDİRMELERDE BULUNAN KOÇ HOLDİNG CEO'SU LEVENT ÇAKIROĞLU, "ÜLKEMİZ VE DÜNYAMIZ İÇİN VAR GÜCÜMÜZLE ÇALIŞMAYA VE DEĞER YARATMAYA DEVAM EDECEĞİZ" DEDİ.

Koç Holding, 2020 yılında konsolide bazda toplam 183,8 milyar TL ciro elde ederken, 10,7 milyar TL kombine yatırım gerçekleştirdi. 2020 yılı sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, toplam yatırımların son 5 yılda 42 milyar TL'ye ulaştığını söylerken, "Bunu mümkün kılan çalışma arkadaşlarımıza, bayilerimize ve tedarikçilerimize gösterdiğimiz büyük çaba ve dayanışma örneği için müteşekkirim" dedi.

Belirsizliklere rağmen yatırıma devam!

Zorlu geçen 2020 yılında Koç Topluluğu'nun yatırımlarına ara vermediğini dile getiren Çakıroğlu, açıklamasını şöyle sürdürdü: "Arçelik, Güneydoğu Asya pazarının önemli oyuncusu Hitachi'nin beyaz eşya sektöründeki Japonya dışındaki tüm faaliyetlerinin bir şirket altında toplanması ve kurulacak şirketin yüzde 60'ının Arçelik tarafından satın alınması için ortaklık anlaşması imzaladı. Topluluğumuzun stratejik büyüme alanlarından biri olarak belirlediğimiz ve daha öncesinde yatırımlara başladığımız bu bölgede, Hitachi gibi güçlü bir oyuncu ile kurduğumuz iş birliğinin Arçelik'in küresel büyüme yolculuğunu hızlandıracağını düşünüyoruz. Öte yandan Aygaz, Bangladeş yatırımında süreci tamamlayarak, dünya evsel LPG tüketiminde en büyük paya ve en hızlı büyüme trendine sahip olan Asya pazarına açıldı. Bangladeş pazarına yönelik olarak LPG temini, dolumu ve dağıtımı konularında faaliyette bulunmak üzere, ülkenin en köklü şirketlerinden United Enterprises & Co. Ltd. ile ortaklık sözleşmesi imzalanarak eşit yönetim esaslarına dayalı bir Ortak Girişim Şirketi kuruldu" dedi.

Çakıroğlu, otomotiv sanayinin dönüşümüne öncülük edecek olan elektrikli araç yatırımına Ford Otosan ile başladıklarını da vurgularken, "Dünyanın en çok tercih edilen ticari araç modeli Transit'in ilk tam elektrikli versiyonunu Gölcük fabrikamızda üretme sorumluluğunu üstlendik. Ford Avrupa'nın en büyük ticari araç üretim merkezi olan Kocaeli fabrikalarımızda Ford Otosan mühendisliği ile batarya montaj yatırımımızı da hayata geçireceğiz" dedi. Böylelikle Türkiye'nin ilk ve tek entegre elektrikli araç üretim tesisi olma yolunda önemli bir adım atıldığına dikkat çeken Çakıroğlu, "Bu yatırım sadece Ford Otosan için değil, ülkemiz için de önemli bir kazanım olup, sanayimize uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlayacak" dedi.

Topluluk şirketlerinden fark yaratan çalışmalar

"Pandeminin tüm zorluklarına karşın Topluluk şirketlerimiz faaliyet gösterdikleri sektörlerde fark yaratan çalışmalar hayata geçirmeye ve ülkemiz ekonomisine katkı sağlamaya devam etti" diyen Levent Çakıroğlu, sözlerine şöyle devam etti: "Tofaş çatısı altındaki Fiat markası, 2019 yılında elde ettiği pazar liderliğini 2020 yılında devam ettirdi. Tofaş, otomotiv sanayii toplam hafif araç üretiminin yüzde 19'unu gerçekleştirdi. 14 yıldır kesintisiz şekilde sektörün lider üreticisi olan TürkTraktör tarım sektörüne destek vermeyi sürdürdü. Türkiye traktör üretiminin yüzde 68'ini ve ihracatının yüzde 86'sını tek başına gerçekleştirdi. Otokar ise 2020 yılında ciro bazında yüzde 20 büyüdü. Şirket, faaliyet gösterdiği segmentlerde üst üste 12'nci kez Türkiye'nin en çok tercih edilen otobüs markası oldu. Ar-Ge çalışmaları kapsamında da bir ilki gerçekleştirerek, Covid-19'un bulaşma riskini azaltan 'Güvenli Otobüs'ü geliştirdi. Savunma sanayii alanında iki yeni ihracat siparişi aldı."

Levent Çakıroğlu, Türkiye'nin en büyük rafinaj kapasitesine sahip olan Tüpraş'ın 2020 yılında 800 milyon TL'nin üzerinde yatırım yaptığını ve yurt içi akaryakıt talebini her şart altında karşılamaya devam ettiğini vurguladı. Ayrıca entegre ve öncü bir enerji piyasası oyuncusu olmayı hedefleyen Entek ile de, kaynak çeşitliliğine ve yenilenebilir enerji yatırımlarına öncelik verdiklerine dikkat çekti.

Finans sektöründeki gelişmeleri de değerlendiren Çakıroğlu, "Yapı Kredi, ekonomiye verdiği kesintisiz desteği sürdürerek 2020 yılında 382,7 milyar liralık kaynak sağladı. Bu yılın başında da, uluslararası piyasalardan 500 milyon ABD doları tutarında sermaye benzeri tahvil ihracı gerçekleştirdi. Dünyanın dört bir yanından, 200'den fazla yatırımcının katıldığı bu işleme, ihraç tutarının 6 katından fazla talep geldi. Bu, ülkemiz ekonomisine ve bankamıza duyulan güvenin bir göstergesi" diye konuştu.

KOÇ HOLDİNG CEO'SU LEVENT ÇAKIROĞLU'NDAN KÜRESEL SORUNLARIN ÇÖZÜMÜ İÇİN İŞ BİRLİĞİ ÇAĞRISI

LEVENT ÇAKIROĞLU B20 TOPLANTISI VE DAVOS ZİRVESİ'NDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ KONUŞMALARDA, HÜKÜMETLERDEN İŞ DÜNYASINA KADAR HER KESİMİN TAŞIDIĞI SORUMLULUKLARA DAİR DİKKAT ÇEKİCİ AÇIKLAMALARDA BULUNDU.

GLOBAL İŞ LİDERLERİNİ BİR ARAYA GETİREN B20'DE KRİTİK GÖREV

Dünyanın en büyük 20 ekonomisini temsil eden G20 oluşumunun çatısı altında özel sektörün rolünü yansıtmak için global iş liderlerini bir araya getiren B20, İtalya Dönem Başkanlığı'ndaki ilk toplantısını 21-22 Ocak tarihlerinde düzenledi. Toplantılar kapsamında dünya ekonomisinin pandemi sonrasında toparlanma süreci, sürdürülebilir kalkınma, küresel yönetişimi daha etkin hâle getirmek gibi önemli konular ele alındı.

B20'nin Ticaret ve Yatırım Görev Gücü Eş Başkanlığı'nı üstlenen Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, toplantının ikinci gününde yaptığı konuşmada, "Her geçen gün çözümü zorlaşan küresel sorunların üstesinden gelmek için hükûmetlerden iş dünyasına kadar tüm paydaşların bu istişare sürecini daha ciddiye alması gerekiyor. Bu çerçevede, yıl boyunca üzerinde çalışacağımız konulardaki tavsiyelerimizin ne ölçüde hayata geçeceğinin izlenmesini sağlayacak, önümüzdeki yıllarda aynı gayretlerin tekrarına değil güçlendirilmesine yardımcı olacak, daha sağlam ve kurumsal bir takip mekanizmasının tesis edilmesi gerektiğini düşünüyorum. İtalya Dönem Başkanlığı'nın böyle bir amaca hizmet edebilmesini umarım" dedi.

Dünya ekonomisinin gayrisafi yurt içi hasılasının yüzde 85'ini oluşturan B20 ülkeleri, global ticaretin yüzde 75'ine katkıda bulunuyorlar. B20 Ticaret ve Yatırım Görev Gücü üyelerini ise toplamda 29 ülkedeki 22 sektörde faaliyet gösteren 115 üst düzey yönetici temsil ediyor. Üyelerin mensup olduğu kurumlar 4.5 milyondan fazla kişiye istihdam sağlayarak, yıllık 400 milyar Euro'nun üzerinde ciro kaydediyorlar.

"SÜRDÜRÜLEBİLİR DEĞER ZİNCİRLERİNİN OLUŞTURULMASI EN ÖNEMLİ ÖNCELİKLERİMİZ ARASINDA YER ALIYOR"

Dünya Ekonomik Forumu tarafından bu yıl, "Güveni Yeniden İnşa Etmek için Kritik Yıl" (A Crucial Year to Rebuild Trust) ana temasıyla gerçekleştirilen Davos Zirvesi, dünyanın en etkili iş insanlarını, siyasetçilerini, sivil toplum kuruluşu temsilcilerini ve akademisyenlerini buluşturdu. Dünya Ekonomik Forumu'nun pandemi sonrasında küresel ekonomiyi sürdürülebilir bir şekilde yeniden inşa etmeyi odak noktasına alan "Great Reset" yaklaşımı etrafında şekillenen bu yılki oturumlar, "Toplum ve Geleceğin İş Yapış Şekilleri", "Gezegen Nasıl Kurtulur?", "Daha Adil Ekonomiler", "İyilik için Teknoloji", "Sağlıklı Gelecek", "Daha İyi İş Düzeni", "Jeopolitiğin Ötesinde" alt temalarına yönelik gerçekleştirildi. Bu yılki zirvede, Levent Çakıroğlu "Bağlantılı ve Sürdürülebilir Değer Zincirleri Tasarlama" başlıklı panelde konuştu.

Çakıroğlu, "Koç Topluluğu olarak bu konuyu en öncelikli gündem başlıklarımızdan biri olarak görüyoruz. Avrupa Komisyonu'nun Yeşil Mutabakat süreci başta olmak üzere, hükûmetlerin bu konudaki politikalarının değer zincirlerinde gerekli değişiklikleri hızlandıracağını düşünüyorum. İşlerimizin sürdürülebilirliği açısından bu dönüşüm şart. Önümüzde yeşil girişimlere dayalı bir iş modeli yaratma fırsatı var" dedi. ■

KOÇ HOLDİNG NESİLLER BOYU EŞİTLİK FORUMU'NUN LİDERLERİ ARASINDA

KOÇ HOLDİNG, BİRLEŞMİŞ MİLLETLER KADIN BİRİMİ TARAFINDAN TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİNİN SAĞLANMASI İÇİN KURULAN NESİLLER BOYU EŞİTLİK FORUMU'NUN LİDERLERİ ARASINA SEÇİLDİ.

Birleşmiş Milletler Kadın Birimi tarafından kurulan ve önümüzdeki 5 yıl boyunca toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarına yön verecek "Nesiller Boyu Eşitlik Forumu" liderlerini seçti. Forum kapsamında teknoloji ve inovasyon alanındaki çalışmalara öncülük edecek olan Koç Holding, küresel iyi örneklerin oluşması ve yaygınlaşması için dönüştürücü rol üstlenecek. Küresel düzeyde çok paydaşlı yaklaşım ile sivil toplum, hükümetler, uluslararası kuruluşlar ve iş dünyasını bir araya getirecek Nesiller Boyu Eşitlik Forumu, seçilen liderlerin birikim ve vizyonları ile toplumsal cinsiyet odağındaki önemli meseleleri çözmek için hareket edecek. Koç Holding'in de aralarında olduğu liderler, hedeflere yönelik faaliyetlere yön verecek ve küresel ölçekte model olarak yaygınlaşacak çalışmaları hayata geçirecek. Koç Holding'in liderlik edeceği eylem grubu, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasının önündeki engellerin kaldırılması amacıyla teknoloji ve inovasyon alanında dönüştürücü müdahaleler ve projeler üzerinde çalışacak. Fırsatların değerlendirilmesi ve iş birlikleri kurulmasını teknoloji ve inovasyonla destekleyecek. Bunun yanı sıra, küresel düzeyde yaygınlaşmayı sağlamak üzere bir yol haritası ortaya koyacak ve 5 yıllık hedefler belirleyerek, bu hedefleri kamuoyu ile paylaşacak.

Konuyla ilgili açıklama yapan Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, "HeForShe hareketinin Küresel Etki Liderleri'nden biri olarak, son 5 yıldır yaptığımız çalışmaları, teknoloji ve inovasyondaki uzmanlığımız ve birikimimizle bir araya getirerek, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda küresel ölçekte yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağız. Teknoloji ve İnovasyon Eylem Grubu'nun ilk adımlarından biri, bu yıl 25-29 Ocak tarihleri arasında düzenlenen Davos Zirvesi'nde yayınlanan ortak bildiri ile toplumsal cinsiyet eşitliği konusunu liderlerin gündemine getirmek oldu. Bildiride, kadın ve kız çocuklarının eğitim programlarını desteklemek amacıyla yenilikçi finansal mekanizmaların devreye alınması, bu gruplara yönelik siber şiddetle mücadele için dijital alanların güvenli hale getirilmesi, kadınların dijital teknolojilere erişiminin sağlanması ve kadın liderliğinin artırılması için çağrıda bulunduk" dedi.

Forum kapsamında teknoloji ve inovasyon alanındaki çalışmalara öncülük edecek olan Koç Holding, küresel iyi örneklerin oluşması ve yaygınlaşması için dönüştürücü rol üstlenecek.

Nesiller Boyu Eşitlik Forumu, Birleşmiş Milletler Kadın Birimi koordinatörlüğünde, Meksika ve Fransa hükümetlerinin ortak ev sahipliğinde toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik küresel ve çok paydaşlı bir girişim. Birleşmiş Milletler Kadın Birimi, Nesiller Boyu Eşitlik Forumu ile Pekin Deklarasyonu ve Eylem Planı'yla ortaya konan vizyon doğrultusunda, 2030'dan önce cinsiyet eşitliğine dair kazanımları hızlandırmayı amaçlıyor. 1995 yılında Pekin'de Dördüncü Dünya Kadın Konferansı'nda Birleşmiş Milletler Üye Devletleri'nin katılımıyla oluşturulan Pekin Deklarasyonu ve Eylem Planı, kadın hakları konusunda tüm zamanların en önemli belgesi olarak kabul ediliyor. Forum, bu yıl 29-31 Mart tarihlerinde Meksika şehrinde, haziranda ise Paris'te düzenlenecek. ■

TÜRKİYE'NİN İLK YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ ARAÇ İÇİ SESLİ ASİSTANI İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI

TÜRKİYE'NİN İLK YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ ARAÇ İÇİ ASİSTANI, TOFAŞ'TA ÜRETİLMEKTE OLAN BİNEK VE HAFİF TİCARİ ARAÇLARDA KULLANILABİLECEK.

Tofaş, Türkiye'nin ilk yapay zekâ destekli araç içi sesli asistanı için çalışmalara başladı. Sestek ile birlikte hayata geçirilecek olan proje, sürüş esnasında sürücü ve sanal asistan arasında sesli diyalog kurulmasını sağlayacak. Fiat araç kullanıcılarına rota ve yol durum bilgisi verecek, kullanıcısının sürüş karakteristiğine özel öneriler sunacak ve anlık sesli uyarılar ile sürüş güvenliklerini destekleyecek. Uygulamanın geliştirilmesine TÜBİTAK da finansal destek sağlayacak.
Tofaş Bilgi ve İletişim Teknolojileri Direktörü Özgür Çetinoğlu yaptığı açıklamada, "Proje, araçtan alınan verileri işleyerek kullanıcıya sesli destek veren ilk yerli asistan olarak fark yaratacak" diyerek sözlerini şöyle sürdürdü: "Hem güvenlik hem de kolaylık ve konfor açısından daha ileri bir sürüş deneyimi yaşanacak. Uygulamanın en büyük farkı otomobilden çekilecek çok sayıda anlık veriyi analiz edebilecek olması." Sestek Ar-Ge Koordinatörü Tuba Arslan Kır da, "Bu projenin Türkiye otomotiv sektöründe öncü bir çalışma olacağına ve sektörde benzer uygulamalar gerçekleştirmeyi hedefleyen firmalar için ilham verecek bir örnek olacağına inanıyoruz" şeklinde konuştu.

FORD OTOSAN, "BLOOMBERG CİNSİYET EŞİTLİĞİ ENDEKSİ"NE GİRMEYE HAK KAZANDI

SEKTÖRÜNDE KADIN İSTİHDAMI LİDERİ OLAN FORD OTOSAN, 380 GLOBAL ŞİRKETİN CİNSİYET BAZLI VERİ RAPORLAMA ŞEFFAFLIĞINA VE İŞ YERİNDE FIRSAT, TEMSİLİYET VE HAK EŞİTLİĞİNİN ARTIRILMASINA YÖNELİK PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLDİĞİ BLOOMBERG CİNSİYET EŞİTLİĞİ ENDEKSİ'NE GİRDİ.

"İş'te Eşitlik" anlayışıyla hareket eden ve otomotiv sektöründe kadın çalışan sayısını artırmak hedefiyle faaliyet gösteren Ford Otosan, sürdürülebilirlik yaklaşımı kapsamında herkese eşit fırsatlar sunma ve kadın istihdamını artırmak için gerçekleştirdiği çalışmalarla "2021 Bloomberg Cinsiyet Eşitliği Endeksi"ne girmeye hak kazandı.
Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, konuyla ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Otomotiv sektörünün kadın istihdam lideri olarak, 'İş'te Eşitlik' anlayışı ile kadın çalışanların iş hayatına katılımı başta olmak üzere fırsat eşitliğini tüm sektöre yaymayı, önyargıları kırarak farkındalık yaratmayı hedefliyoruz. Türkiye'nin lider sanayi kuruluşlarından biri olarak bu konuda da sorumluluk üstlenerek ülkemizde "İş'te Eşitlik" için var gücümüzle çalışıyoruz. Dünyanın en kapsamlı cinsiyet eşitliği araştırmalarından biri olan Bloomberg Cinsiyet Eşitliği Endeksi'nde Türkiye'den yer alan tek otomotiv, aynı zamanda tek sanayi şirketi olmaktan gurur duyuyoruz."

OTOKAR 12'NCİ KEZ OTOBÜS PAZARININ LİDERİ

OTOKAR, 2020'DE FAALİYET GÖSTERDİĞİ SEGMENTLERİN TOPLAMINDA 12'NCİ KEZ TÜRKİYE'NİN EN ÇOK TERCİH EDİLEN OTOBÜS MARKASI OLDU.

2020 yılında da kent içi toplu taşıma, personel ve turizm taşımacılığında tercih edilen marka olma özelliğini koruyan Otokar, küresel salgının etkilerine rağmen satışlarını artırdı. Otokar Genel Müdür Yardımcısı Basri Akgül, "2020'de uzun vadeli hedeflerimize odaklandık. Geniş ürün gamımız ulaşımda ilk tercih olmaya devam etti. 12'nci kez faaliyet gösterdiğimiz segmentler toplamında Türkiye otobüs pazarının lider markası olduk. 2020'de yaptığımız yeni anlaşmalarla da ülkemiz otomotiv sanayiini yurt dışında başarılı bir şekilde temsil etmeye devam ettik" dedi.

"Covid-19 sürecinin en başından itibaren çalışanlarımızın, iş ortaklarımızın sağlığını korumak, işimizin devamlılığını sağlamak için gerekli tüm önlemleri aldık; üretimimizi Türk Standartları Enstitüsü tarafından verilen COVID-19 Güvenli Üretim Belgesi ile sürdürdük. Pandemi sürecinde iletişimimizi dijital kanallarda devam ettirdik" diyen Basri Akgül, "Geniş ürün gamımız, markamıza duyulan güven, düşük işletme giderleri ve yüksek ikinci el değeri ile Otokar bir kez daha sektörün ilk tercihi oldu. Tüm müşterilerimize, iş ortaklarımıza, çalışanlarımıza Otokar markasını tercih ettikleri ve ürünlerimize duydukları güvenden dolayı teşekkür ederiz" dedi. ■

OPET DESTEĞİYLE "İŞİMİZ TEMİZ PROJESİ" HAYATA GEÇİYOR

"İŞİMİZ TEMİZ PROJESİ" İLE HİZMET SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN MİKRO İŞLETMELERE HİJYEN EĞİTİM PROGRAMLARI OLUŞTURULARAK FAALİYETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ İÇİN DESTEK VERİLECEK.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Kadın Girişimciler Kurulu tarafından Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü ve Opet'in desteğiyle geliştirilen "İşimiz Temiz Projesi" için İzmir, Muğla ve Antalya'da pilot çalışmalar başlatıldı. Proje ile ilk etapta yeme-içme, konaklama ve ulaşım alanında faaliyet gösteren 31.500 işletmeye ulaşılarak, eğitimler sonunda verilecek sertifika ile hijyen normlarının belgelendirilmesi hedefleniyor. Eğitimlerin tüm Türkiye'de yaygınlaştırılması ve projenin sadece pandemi dönemiyle sınırlı kalmayıp sürdürülebilir olması amaçlanıyor.

TOBB Kadın Girişimciler Kurulu liderliğinde, Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü ve Opet iş birliğiyle yürüyecek olan "İşimiz Temiz" Projesi ile hizmet sektöründeki mikro işletmeler için hijyen odaklı eğitim programları oluşturulacak. Tüm Türkiye'de temiz, hijyenik, sağlıklı hizmet sunan işletmelere sahip olma amacındaki proje; mikro işletme olarak adlandırılan, yıllık çalışan istihdamı 10 kişiden az olan, yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri ise 3 milyon TL'yi aşmayan işletmeleri kapsıyor. ■

PÜRSU, "WORLDSTAR GLOBAL PACKAGING AWARDS"TAN ÖDÜLLE DÖNDÜ

PÜRSU, CAM ŞİŞE AİLESİ ÜRÜN AMBALAJI TASARIMLARIYLA "WORLDSTAR 2021 AMBALAJ ÖDÜLÜ"NÜN SAHİBİ OLDU.

Bir süre önce dünyaca ünlü şef ve tadım uzmanlarının oluşturduğu, "The International Taste and Quality Institute" kör tadım testlerinde "Üstün Lezzet Ödülü"ne layık görülen Pürsu, ''Worldstar Global Packaging Awards''ta da "İçecek Kategorisinde" en iyi ambalaj tasarımı ödülünün sahibi oldu. Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) tarafından bu yıl dokuzuncusu düzenlenen "Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması 2020''de ödül alan markaların başvuru yapabildiği global yarışmaya Türkiye'yi temsilen katılan Pürsu, bu prestijli ödülü ülkemize getirdi.■

OPET VE TANI'DAN BİR YAPAY ZEKÂ UYGULAMASI: KÂHİN

OPET VE TANI'NIN GELİŞTİRDİĞİ "KÂHIN" MÜŞTERİLERİN ALIŞVERİŞ POTANSİYELLERİNİ TAHMİN EDİYOR, ONLARA ÖZEL KAMPANYALAR TASARLIYOR.

Dünya dijitalleştikçe farklı kanallardan akan veriler de çoğalıyor. Bu veriler doğru analiz edildiğinde ve süreçte yapay zekâya rol verildiğinde etkili sonuçlar elde etmek de mümkün hâle geliyor. 2020'de Türkiye'nin öne çıkan 3 değerli platformunda ödül kazanan, Opet ve Tanı'nın geliştirdiği "Kâhin" yapay zekâ yolculuğunun önemli bir adımı olan "Makine Öğrenmesi"nin CRM'de ne kadar başarılı bir şekilde kullanıldığının somut bir örneği oldu. 2019'da "Tanı Akıllı Kampanya Motoru" içinde hayata geçen ve 2020 ortasında "Kâhin" ismini alan sistem iyileştirme ve geliştirme çalışmaları ile yolculuğuna devam ediyor. Bu uygulama ile Opet müşterileri alışveriş alışkanlıkları; demografik yapı, kampanya eğilimi ve bulundukları lokasyonun sosyo-ekonomik verileri göz önüne alınarak ileri analitik yöntemler kullanılarak analiz edildi. Yaklaşık 250 milyon satır veri üzerinde makine öğrenmesi algoritmaları kullanılarak geliştirilen Kâhin ile müşterilerin gelecek 15 günde ne kadar akaryakıt alımı yapacakları tahmin edilerek, her bir müşteriye özel birbirinden farklı kampanya hedefleri tanımlandı ve müşteriler SMS ile bilgilendirildi. Modelin başarısını ölçebilmek için müşteriler homojen iki farklı gruba ayrıldı. Gruplardan birine mevcut kampanya öneri sistemiyle, diğerine ise geliştirilen yeni model ile eş zamanlı kampanyalar sunuldu. Kâhin ile birlikte kontrol grubuna göre hesaplanan kampanya başarısında yüzde 10, müşterilere sunulan kampanyalardaki harcama hedefi tutarında yüzde 9, birim maliyet başına elde edilen ciroda ise yüzde 5 artış görüldü. Bu sayede ilave yaratılan ciro 2.5 milyon TL arttı.■

"PANDEMİ BİLGİ TOPLUMUNA GEÇİŞİ HIZLANDIRDI"

KOÇ HOLDİNG KURUMSAL İLETİŞİM VE DIŞ İLİŞKİLER DİREKTÖRÜ OYA ÜNLÜ KIZIL'IN MODERATÖRLÜĞÜNDE GERÇEKLEŞEN "BİZDEN HABERLER SÖYLEŞİLERİ"NİN ÜÇÜNCÜSÜNÜN KONUĞU, KONDA GENEL MÜDÜRÜ BEKİR AĞIRDIR OLDU. KÜRESEL PANDEMİNİN TOPLUM VE BİREYLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİ DEĞERLENDİREN AĞIRDIR, BU SÜREÇTE BİLGİ TOPLUMUNA GEÇİŞİN İVME KAZANDIĞINA DİKKAT ÇEKTİ.

Bizden Haberler Söyleşileri"nin üçüncüsüne konuk olan Konda Genel Müdürü Bekir Ağırdır, Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Direktörü Oya Ünlü Kızıl'ın sorularını yanıtladı. Arter'de gerçekleşen söyleşide, COVID-19 pandemisinin toplumsal yaşam ve bireyler üzerindeki etkilerini değerlendiren Ağırdır, salgının var olan bazı değişim dinamiklerinin hızını ve gücünü artırdığına dikkat çekti.

Pandeminin ilk aylarında Bizden Haberler dergisine röportaj veren Ağırdır, "insan zihninin bu büyüklükte bir felaketi yönetmeye hazır olmadığına" dikkat çekmişti. Oya Ünlü Kızıl'ın aradan geçen süreçte bu konuda ne kadar yol alındığına dair sorusunu, Ağırdır şöyle yanıtladı: "Çok zorlandık önce... Bütün okuduğumuz, dinlediğimiz, geleceğe dair distopik hikâyeler filmlerdeydi, kitaplardaydı. Onlar bittiğinde biz gerçek hayata dönüyorduk. Yani felaket anlatısıyla aramızda bir yabancılaşma imkânı vardı. Pandeminin Çin'de ortaya çıkışının üzerinden yaklaşık bir buçuk yıl geçti. Başta, hepimiz aynı yabancılaşmayla baktık. Çin'den bize gelebileceğini kavramadık."

Pandeminin tüm dünyayla birlikte Türkiye'de de yayılmasına paralel olarak zihinlerde yaşanan değişimi Amerikalı psikolog Elisabeth Kübler'in "Yasın 5 Evresi" teorisiyle anlatan Ağırdır, bunu şöyle açıkladı: "Ağır yas gerektiren durumlarda insan zihni önce şu aşamalardan geçer: İnkar, öfke, pazarlık, depresyon. Ancak ondan sonra 'Problemi şimdi nasıl yönetebilirim?' diye düşünmeye

başlarsınız. Pandemi sürecinde biz de bütün bu süreçleri yaşadık. Ancak kasım ayından bu yana toplum ve yöneticiler, 'Problemi nasıl yönetebilirim?' aşamasına biraz daha yaklaşıyor. Bireylere geldiğimizde de yaptığımız araştırmalardan gördüğümüz, Türkiye'deki insanların artık gerçeği kavradığı ve yüzde 60'ından fazlasının pandeminin geride kaldığını söyleyebileceğimiz noktaya hâlâ bir yıldan fazla mesafe olduğunu anladığı yönünde."

Pandeminin "katkısı"

Pandeminin toplumsal alanda var olan bazı eğilimlere ivme kattığının altını çizen Bekir Ağırdır, "Örneğin, çevreye veya toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlılık gibi eğilimler daha önceden de vardı. Ancak sarsıntıyı hepimizin dikkatini çekecek kadar güçlü hissetmiyorduk. Şimdi pandemiyle bunun ivmesi artacak" dedi. Çevreye duyarlılık ve küresel ısınma konusunda insanlığın 50 yıla yakın süredir bir değişim dayatmasıyla karşı karşıya olduğunu ancak anlamayarak geçiştirdiğini belirten Ağırdır, bunu şu sözlerle açıkladı:

"Yerkürenin ritminde çok ciddi bir değişiklik var. Bunun arkasında ise bizim üretim ve ona bağlı tüketim modelimiz... Yerküre buna bir şekilde tepki veriyor çünkü kaynaklar sonsuz değil. Şimdi bütün insanlıkla birlikte üretim, tüketim modellerimizi ve yaşam biçimlerimizi tartışmamız gereken bir zaman aralığındayız. Üstelik bunu yoksulluk ve adaletsizliğin kalıcılaştığı bir yerkürede, o yoksulluk ve adaletsizlikleri de tamir ederek yapmalıyız. Ben buna bilgi toplumuna geçiş diyorum. Problemleri tespit aşamasına geldik ama çözüm aşamasına tam geçemedik. Pandemi bunu biraz hızlandırmış oldu. Pandeminin katkısı da bu oldu."

"Şimdi bütün insanlıkla birlikte üretim, tüketim modellerimizi ve yaşam biçimlerimizi tartışmamız gereken bir zaman aralığındayız."

Ortak bir başarı hikâyesi yazmak

Bekir Ağırdır, Oya Ünlü Kızıl'ın, "Siz yaptığınız bütün konuşmalarınızı her zaman geleceğe ilişkin iyimser, umut veren bir tonda bitiriyorsunuz. Bu anlamda da aslında Koç Topluluğu'yla aranızda bir duygudaşlık var. Biz de yaptığımız bütün işleri mutlaka geleceğe dair umutlu bir tonda bitiriyoruz. Zaten o olmadan çalışmak mümkün değil. Peki, bu umutla ilgili konuşurken sizin hep vurguladığınız kavram, bireysel umuttan ziyade, ortak bir umut: 'Ülke olarak bir hikâye ve ortak başarı öyküsüne ihtiyacımız var' diyorsunuz ve bunun inşası üzerine hepimizin çalışması gerektiğini söylüyorsunuz. Peki, ortak geleceğin hikâyesini ararken nereden başlamalıyız ve biz bireyler olarak neler yapabiliriz?" sorusuna Ağırdır, şu yanıtı verdi:

"Hikâyeyi bilimden, sanattan ve hayallerden yazacağız. Pandemide olduğu gibi yarınki birçok derdimizi de bilimden beslenerek çözeceğiz. Aynı zamanda sanata da ihtiyacımız var. Çünkü yaşamın kalitesi, niteliği, gönlümüze değen kısmı da sanattan besleniyor ve bütün bunların içinde yarına dair hayallere ihtiyacımız var. Hâlbuki bugün karşı karşıya olduğumuz problem, korku temelli bir hayat yaşıyor olmamız, kaygıların bizi belirliyor olması. O zaman salyangoz gibi kabuğumuza büzülüyoruz. Özellikle gençlerimiz için yeni bir umuda ihtiyaç var. O umudun bilim, sanat ve hayaller kadar bir başka önemli parametresi var. O da şu: Hangi kimlikte, siyasi tercihte, cinsiyette, yaşta, yaşam tarzında olursak olalım, her birimizin onuruyla alnı ak, yarın sabah 'Ben bu ülkenin yurttaşıyım' duygusunu hissedebileceği bir hayatı nasıl inşa edebileceğimiz meselesi.... Onun için bir ortak yaşam umuduna ve hikâyesine ihtiyacımız var."

Ağırdır, burada her bireye düşen görevi ise üç maddede özetledi:

"1) Bu ülkenin geleceğine güvenmek 2) Bu ülkenin insanlarının her zaman doğru tercihleri yapabileceğine inanmak 3) Bunun için de gayret ve arzu göstermek."

Bugünün jargonu "iyi olmak"

"Siz, ben ne yaparsak, gelecek ona göre değişecek. Siyasetçiler gelip yapacak diye bekleyemeyiz. O yüzden elbirliğiyle yapmalıyız" diyen Ağırdır, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Siyaset yapmak, sadece particilik değildir. Çevreyi korumak, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda saygılı davranmak, yoksullukla mücadele etmek de siyaset, sporun kendisi de siyaset... Dolayısıyla, siyaset hangi partiden olduğunuz meselesi değil. Siyaset, yarınki ortak kadere inanmak ve 'Bunun için neler yapmalıyım?' diyerek gayret göstermek... Herkes öncelikle üzerine düşeni yapmalı... 90'ların jargonu 'farklı olmak'tı. Bugünün jargonu ise iyi olmaktır. Önce herkes kendi bulunduğu alanda en iyi olmak için uğraşmalı. Marka, yurttaş, yönetici, çalışan, mühendis, sivil toplumcu olarak vs... Önce bulunduğumuz alanda iyi yapmayı öğrenmemiz, ülke ve ortak kader için azami gayret ve arzuyu göstermemiz gerekiyor." ■

20. VEHBİ KOÇ ÖDÜLÜ SAHİBİNİ BULDU

Bu yıl 20. kez verilen Vehbi Koç Ödülü'ne, "İlköğretim Okullarına Yardım Vakfı (İLKYAR) ve vakfın kurucusu Prof. Dr. Hüseyin Vural layık görüldü. Vural'ın, "Destek verilmemiş köy okulu bırakmamak" amacıyla kurduğu İLKYAR Vakfı, bugüne kadar Türkiye genelinde 777 okula ve çok sayıda öğrenciye ulaşarak katkıda bulundu. Eğitim bilincini ileri taşımaya ve eğitimde fırsat eşitliği yaratmaya yönelik çalışmaları nedeniyle seçilen Vural'a ödülünü, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç takdim etti.

20 yıldır eğitim, sağlık ve kültür alanlarından birinde, ülkemize değerli katkılarda bulunan kişi ve kurumlara verilen Vehbi Koç Ödülü'nün bu yılki sahibi, dijital platformda gerçekleştirilen törenle açıklandı. Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu; Prof. Dr. Mehmet Ali Alpar'ın başkanlığını yaptığı, Prof. Dr. Petek Aşkar, Prof. Dr. İpek Gürkaynak, Prof. Dr. Hasan Şimşek ve Işık Tüzün'den oluşan Seçici Kurul'un önerdiği 3 aday arasından, "eğitim" alanındaki öncü nitelikteki çalışmaları ile 20. Vehbi Koç Ödülü'ne "İlköğretim Okullarına Yardım Vakfı (İLKYAR)" ile vakfın kurucusu Prof. Dr. Hüseyin Vural'ı layık gördü.

Ömer M. Koç: "En büyük sorumluluğumuz, çocuklarımızı geleceğe hazırlamak"

Pandemi şartları nedeniyle çevrimiçi olarak Vehbi Koç Vakfı ve Koç Holding'in YouTube kanallarından yayınlanan ödül töreninin açılış konuşmasını, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç yaptı. Bu ödülün, Vehbi Koç'u vefatının 25. yılında bir kez daha anmak, hayatını adadığı değerleri hatırlatmak için kıymetli bir imkân sunduğunu aktaran Ömer M. Koç şunları söyledi: "Vehbi Koç, bu ülkenin insanına, onun meziyetlerine yürekten inandı, ömrünü memleket ideallerine adadı. Bizim insanımıza güvenerek hiç durup yavaşlamadan tutkuyla çalıştı. Onun bu memleket sevgisi, Vehbi Koç Vakfı'nı kurmasının temel nedeniydi. Aynı duyguyu bugün de vakıf çatısı altında hayata geçirdiği kurumlarda en güçlü şekilde hissediyoruz. Vehbi Koç'un 'Ülkem varsa ben de varım' sözü, tüm paydaşlarımızla kader birliği yaptığının ve zamanının çok ötesindeki vizyonunun göstergesidir. Bu sorumluluk duygusuyla, eğitim, sağlık ve kültür alanlarında ülkemize çok değerli kurumlar kazandırmıştır. Onun ideallerini yaşatmak bizim için büyük bir gurur kaynağı ve onurlu bir vazifedir."

İçinden geçtiğimiz Covid-19 salgınının pek çok konuda önemli etkileri olduğunu ancak eğitim alanındaki sonuçlarının özellikle dikkat çekici ve üzücü olduğuna değinen Ömer M. Koç, bu konuda bazı önemli bilgileri katılımcılarla paylaştı: "UNICEF tarafından hazırlanan yeni bir rapor, dünyada, okul çağındaki çocukların üçte ikisinin internet erişimine sahip olmadığını belgeliyor. Başka bir deyişle, bu çocuklar, en temel hakları olan eğitimden büyük ölçüde mahrum kalıyorlar. Bir yıl,

"Öğrencilerimizin yüzde 15-16'sının sistemin dışında kalması vahim bir tabloya işaret ediyor. Bu durum, bilhassa sosyoekonomik bakımdan geri kalmış yörelerimizdeki evlatlarımızı daha da olumsuz etkiliyor."

20. Vehbi Koç Ödülü törenini izleyebilmek için QR kodunu okutabilir ya da ***linki*** tıklayabilirsiniz.

bir çocuğun gelişimi açısından telafisi zor, çok önemli bir kayıptır. Üstelik bu sıkıntının ne zaman sona ereceğinden de emin değiliz; çocukların daha fazla kaybedecek zamanı yok."
Ülkemizdeki durumun da farklı olmadığını söyleyen Ömer M. Koç, konuşmasında, pandemi döneminde eğitime erişimde zorluklar yaşayan öğrencilere ise şu sözlerle dikkat çekti: "Devletimizin sahadaki durumu yakından izliyor olması, eminim alınan önlemlere de ışık tutuyordur. Her hâlükârda, öğrencilerimizin yüzde 15-16'sının sistemin dışında kalması vahim bir tabloya işaret ediyor. Korkarım, bu durum bilhassa sosyoekonomik bakımdan geri kalmış yörelerimizdeki evlatlarımızı daha da olumsuz etkiliyor. Dünya Ekonomik Forumu'nun her yıl yayımladığı Dünya Rekabetçilik Raporu'nda, son 4 senede nispeten mesafe kat ettiğini düşündüğümüz ülkemizin en can alıcı kriterlerde maalesef hâlâ en alt sıralarda olduğunu görüyoruz. Çocuklarımız, gençlerimiz bunu hak etmiyor. Özetle, salgınla birlikte, süregelen sorun daha da büyümüş, eğitimde fırsat eşitsizliği daha da derinleşmiş görünüyor."

"Eğitimi öncelikli meselemiz olarak görmeliyiz"

"Bizim en büyük sorumluluğumuz, çocuklarımızı hızla değişen dünyaya, bugünden çok farklı bir geleceğe hazırlamaktır" sözleriyle konuşmasına devam eden Ömer M. Koç, çocukların yarının dünyasında kendilerine yer bulabilmeleri ve söz sahibi olabilmeleri için 21. yüzyılın yetkinlikleriyle donatılmalarına, gerekli meziyetleri kazanmalarına destek olunması gerektiğini ifade etti. Özgür düşüncenin temeli olan eleştirel okuma, analitik düşünme ve sentezleme becerilerini henüz okul yıllarında kazanan, donanımlı, bilim, kültür ve sanat alanlarında bilgi ve ilgi sahibi bireyler yetiştirmenin hepimizin ortak sorumluluğunda

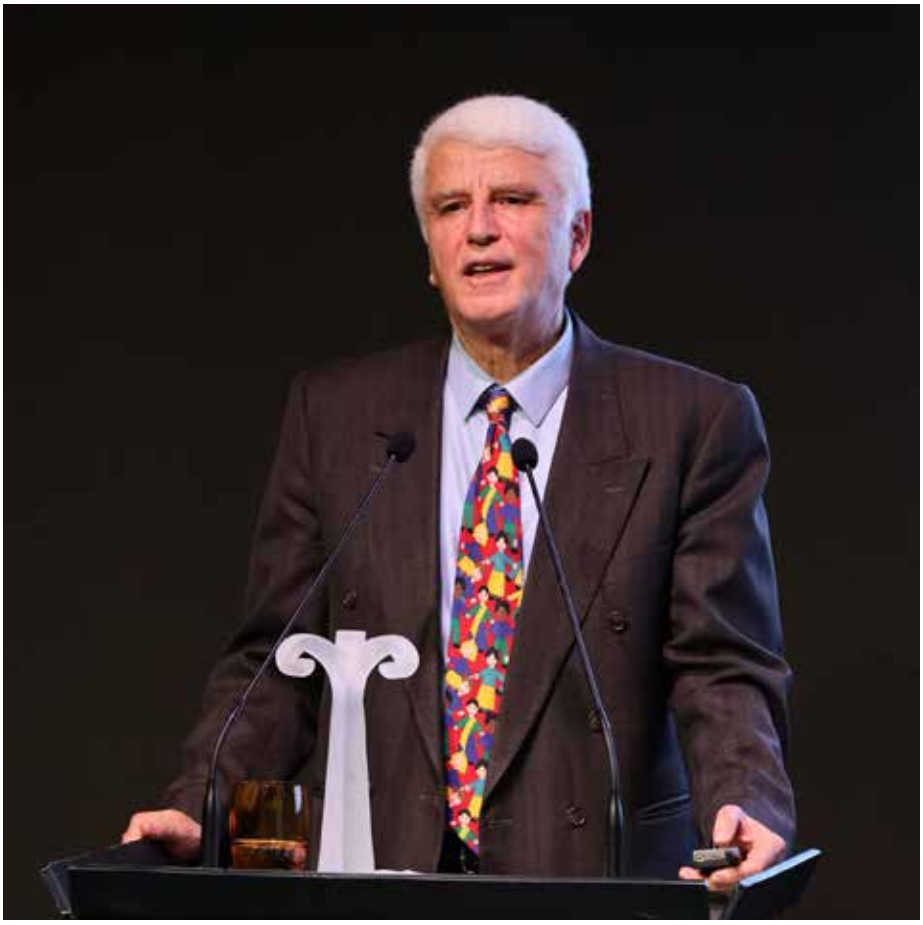
"Kurulduğumuz dönemde TEGV'in destekleri çok önemliydi. İlk yıllarda çocuklara Koç Holding'in kullandığı kırtasiye malzemeleriyle dolu ödül çantaları dağıttık."

olduğunu söyleyen Ömer M. Koç, "Bu memleketin müreffeh ve aydınlık yarınları için eğitimi en öncelikli meselemiz olarak görmeliyiz. Başka türlü Mustafa Kemal Atatürk'ün, 'fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür' nesillerini nasıl yetiştirebiliriz?" dedi.
Konuşmasını, "Ne mutlu ki bu bilince haiz, elini taşın altına koyan, koşullar ne olursa olsun herkesten evvel koşan, topluma liderlik eden insanlarımız var" sözleriyle sürdüren Ömer M. Koç, bu sözlerinin ardından ödülün sahibini açıkladı: "Bu yılki ödülümüzün sahibi de işte böyle değerli bir kişi ve hikâyesi de kendisi kadar özel. 20. Vehbi Koç Ödülü'nün sahibi; İLKYAR İlköğretim Okullarına Yardım Vakfı ve bu vakfın kurucusu Prof. Dr. Hüseyin Vural."

İLKYAR, YATILI BÖLGE OKULLARININ GELİŞİMİ İÇİN ÇALIŞIYOR

İlköğretim Okullarına Yardım Vakfı (İLKYAR), köy çocuklarının eğitim imkânlarına, taşımalı eğitim konusuna ve sisteminin önemli ve sorunlu bir noktası olan "yatılı bölge okulları"na odaklanıyor.
Prof. Dr. Hüseyin Vural, İLKYAR Vakfı'nın ilk tohumlarını 1977 yılında Amerika'da doktora eğitimi sırasında attı. Vakıf, Vural'ın Türkiye'ye dönmesinin ardından çocukların hayal güçlerini desteklemek, özgüvenlerini geliştirmek ve her türlü yeteneklerinin ortaya çıkmasına olanak tanımak amacıyla Prof. Dr. Vural Altın, Prof. Dr. Sıddık Yarman ve Prof. Dr. Mahir Arıkol ile birlikte 1998 yılında kuruldu. Özellikle köy çocuklarına okuma heyecanı ve eğitimlerini daha ileri düzeyde sürdürme motivasyonu kazandırmayı amaçlayan İLKYAR, onların eğitimlerine katkıda bulunmak hedefiyle etkinlikler gerçekleştiriyor. Vakıf, gönüllülük esası üzerinden bu okulların öğrenci ve öğretmenleriyle gönül bağı kurarak, motivasyon sağlama yolunda çalışmalar yapıyor. Yatılı Bölge Okulları (YBO) ile ilişkilerini sadece yardım paketi gönderme düzeyinde tutmayan Vakıf, bunu çok yönlü bir gelişim sürecine dönüştürüyor. İLKYAR Gönüllüleri okullara ziyaretler yapıyor, çocuklarla mektuplaşıyor. Gönüllüler çocuklarla drama, eğitimde motivasyon, müzikli oyunlar, origami, astronomi, arkeoloji vb. oyunlu etkinlikler düzenliyor. Ayrıca gidilen okullara müzik enstrümanları, spor malzemeleri, eğitim malzemeleri temin ediliyor; okul 1. 2. ve 3.'sü olan öğrencilere hediyeler verilerek, okullarda kitaplık ve oyuncak odaları kuruluyor. İLKYAR, çocukların motivasyonunu artırmak için yarışmalar düzenleyerek, dereceye girenlere hediyeler gönderiyor. Başarı ödüllerinin yanı sıra, tüm öğrencilere birer TÜBİTAK kitabı hediye ederek, bilime ilgi duymaları için kapı aralıyor. Vakıf, öğrencileri özel günlerde de unutmuyor ve 23 Nisan'da dört günlük bir program çerçevesinde Ankara'da ağırlıyor. Başarılı YBO ve köy okulları öğrencilerini yazın bir hafta boyunca ODTÜ'de Bilimce Yaz Okulu'nda ve öğretmenleri de Boğaziçi Üniversitesi'nde Öğretmen Yaz Okulu'nda konuk ediyor. İLKYAR'ın önemli faaliyetlerinden bir diğeri de, kız çocuklarının eğitimine burs vererek desteklemesi.

"Emeğimizi takdir ettiği için Vehbi Koç Vakfı'na teşekkür ederiz"
Ödülünü Ömer M. Koç'un elinden alan Prof. Dr. Hüseyin Vural, bu ödüle kendini ve İLKYAR'ı layık gördükleri için Vehbi Koç Vakfı yöneticilerine, vakfı kurup ödül sistemini geliştiren ve sürmesini sağlayan Koç Holding yöneticilerine teşekkür etti. Konuşmasının başında merhume Suna Kıraç'ı da anan Vural, "Suna Kıraç'a Allah'tan rahmetler diliyoruz, çünkü ilk yıllarımızda TEGV'in destekleri çok önemliydi. İlk yıllarda Koç Holding'in kullandığı kırtasiye malzemeleriyle dolu ödül çantaları verdik çocuklara. Arçelik her sene 15 günlük uzun projelerimizde okullara götürdüğümüz malzemelerin taşınması için tırlarını, kamyonlarını tahsis etti" dedi.
Prof. Dr. Hüseyin Vural, İLKYAR'ın yurdun dört bir yanında dokunduğu çocukların ve gençlerin öykülerine değindiği konuşmasını şu sözlerle sürdürdü: "Bu çocukların hepsini güzel etkinliklerle bir araya getirebilmek, ülkemizin geleceği için çok yararlı olacaktır. Çocuklara dokunarak önemli olduklarını hissettirirseniz, onlar da kapasitelerini ortaya çıkarmak için büyük bir heyecanla çalışıp her yere ulaşabiliyor. Şu anda teknoloji ilerlerken bir sürü caydırıcılar ortaya çıkıyor.
2 terabaytlık bellekler satılıyor. 4 terabaytlık olanlar da yakında satılmaya başlar. 4 terabaytlık bir bellekte 500 bin kitabı saklayabilirsiniz, yani insanlığın bütün birikimini cebinize koyabilirsiniz. Bu birikimi özümseyerek çok güzel şeyler yapabiliriz. Ama yanlış amaçlara



Prof. Dr. Hüseyin Vural: "Çocukların insani değerlerini, sevgilerini, saygılarını, gülümsemelerini koruyup milletimize hizmet edecekleri günleri görmek için yaşıyorum."

"Bir rüyamız var, köylerden ve şehirlerden tüm çocuklara hitap edecek Bilim Sanat Köyü'nü kurmak istiyoruz."

doğru yönlenirsek, teknoloji fayda değil, uyuşturan bir rol oynamaya başlar. Sosyal medyadan o kadar ilginç bilgi ve görüntüler akıyor ki, o mükemmellikler karşısında hayran oluyoruz, ama yavaş yavaş çocuklar da, bizler de uyuşmaya başlıyoruz. 'Biz yapamayız, onlar yapmış hepsini' diye bir psikoloji içerisine giriyoruz. Ancak bilgiyle beslenmiş özgüvenle insanlığa yenilikler sunabiliriz."

"Bu ülkenin Edison'u büyük şehirlerden çıkacak diye bir şart yok"

Konuşmasında, İLKYAR'ın çocuk eğitimi konusundaki projelerinden de bahseden Vural, başlattıkları Bilim Elçisi projesini şu sözlerle anlattı: "81 ildeki 81 köy çocuğunu kütüphaneci olarak belirledik. Hep birlikte bilgisayarın başına toplanıp EBA derslerini izleyebiliyorlar. Köy çocukları, eğitimde bu ülkenin en şanssız olan çocukları. Çünkü taşımalı eğitimle başka il, ilçe, taşıma merkezindeki güzel okullara gidiyorlar. Orada dersler saat iki, iki buçuk civarı bitince hemen servise binip geri dönüyorlar. Okullarındaki kaynaklardan yeterince yararlanamıyorlar. Köylerinde hayat neyi gerektiriyorsa onu yapıyorlar, ya hayvanların altını temizliyorlar ya da analarına yardım ediyorlar. Eğitimden uzaklaşıyorlar. Hâlbuki bu ülkenin Edison'u büyük şehirlerden çıkacak diye bir şart yok. O köylerde belki de pek çok Edison gizli. Okuma heyecanının sürmesi gerekir. Millî Eğitim Bakanlığımızın çok güzel bir sloganı var, 'Eğitimde ihmal edilecek tek birey bile olamaz.' 'Bilim Elçilerimiz' kütüphaneci gibi çalışıp, çocuklara kitapları dağıtıyorlar. Onlarla internet üzerinden konuşuyoruz, deneyler yapıyoruz. Bilim Elçilerimiz ile büyük bir yolculuğa başladık. Çok güzel çocuklar ve çok iyi yerlere geleceklerine inanıyorum. Onların insani değerlerini, sevgilerini, saygılarını, gülümsemelerini koruyup, milletimize hizmet edecekleri günleri görmek için yaşıyorum."

TÜBİTAK'ın desteklediği Yaz Bilim Okulu'nun 19 yıldır sürdüğünü de söyleyen Prof. Dr. Hüseyin Vural, bilim okuna dair bilgileri katılımcılarla paylaştı: "Bilim Okulumuz, ODTÜ kampüsünde gerçekleşiyor. ODTÜ'nün bilim insanları, çocuklar ile buluşuyor. Çocuklar kendi deney setlerini geliştiriyor ve birçok etkinlik gerçekleştiriyorlar. Böylesine dolu dolu geçen bir Yaz Bilim Okulu'nda

söz veriyorlar, 'Biz de sizin gibi olacağız, ülkemize, milletimize faydalı bireyler olacağız' diyorlar. Yaz Bilim Okulu her sene 8-9 gün kadar sürüyor. Bunu yıl boyunca yapalım arzusundayız. Onun için de bir rüyamız var, köylerden ve şehirlerden çocukların geleceği, en güzel şekilde altyapısını kuracağımız, sürekli güncelleyeceğimiz laboratuvarlar ile tüm çocuklara, anne ve babalara hitap edecek Bilim Sanat Köyü'nü kurmak istiyoruz."

Prof. Dr. Hüseyin Vural sözlerini, "İyi ki Vehbi Koç bu vakfı kurmuş. İyi ki sizler böyle güzel şeylere devam ediyorsunuz. Vehbi Koç'u rahmetle anıyor, hepinize çok teşekkür ediyorum" diyerek tamamladı. Törenin sunuculuğunu ise İLKYAR gönüllüsü olarak 3 yıldır görev yapan ve bu süreci "Hayatımı değiştiren, köyümün sınırlarını aşmamı sağlayan yolculuğum" olarak anlatan Karadeniz Teknik Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi Fatma Yıldırım yaptı.

BİR EĞİTİM GÖNÜLLÜSÜ PROF. DR. HÜSEYİN VURAL

1950 yılında Sarayköy-Denizli'de dünyaya gelen Hüseyin Vural, 1973 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi'nden mezun oldu. 1976 yılında Boğaziçi Üniversitesi'nde Yüksek Lisansı'nı, Rutgers University'de 1982 yılında doktora eğitimini tamamladı. Prof. Dr. Hüseyin Vural, 1987 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde Makine Mühendisliği Bölümü'nde öğretim üyesi oldu ve ODTÜ Sürekli Eğitim Merkezi'nin başkanlığını yürüttü. 2018 yılında ODTÜ'den emekli oldu. 1998 yılında İLKYAR Vakfı'nı kuran Vural, destek verilmemiş köy okulu bırakmamak amacıyla öncelikle 1977'de EFES (Educational Funds for Elementary Schools) adı altında bir sivil toplum ve gönüllülük hareketi başlattı, ardından İLKYAR Vakfı'nı kurdu.

İLKYAR Vakfı gönüllüleri öğrencilerle sık sık bir araya gelerek onlarla güçlü bir bağ kurmaya çalışıyor.

İLKLERİ VE İLKELERİYLE DAİMA BİZİMLE...

Cumhuriyet tarihinin ilk büyük özel girişimcisi, Türkiye'nin ilk holdingi Koç Holding'in kurucusu, örnek bir sanayici, gerçek bir sivil toplum gönüllüsü... Hayat hikâyesiyle her kesimden insana ilham veren, iş yaşamındaki ilkleriyle kendisinden sonra gelenlere öncülük eden, hayırseverliğiyle ve ülkesine duyduğu sevgiyle örnek olan Vehbi Koç'un vefatının üzerinden 25 yıl geçti. Bizden Haberler olarak Vehbi Koç'u fotoğraflarıyla anlatmak ve bir kez daha saygı ve özlemle anmak istedik.

İŞ HAYATINA ATILMA ARZUSU

Vehbi Koç, Hacı Bayram Veli soyundan gelen Koçzade Hacı Mustafa Efendi ile Kütükçüzade Fatma Hanım'ın tek oğlu olarak 1901 yılında hayata gözlerini açar. İlkokula, Topal Hoca'nın Mektebi diye bilinen mahalle mektebinde başlar. 1914 yılında ise Taş Mektep diye anılan Ankara İdadisi'ne (bugün Ankara Atatürk Lisesi) kaydolur. Bu fotoğrafın çekildiği 1916 yılında ise iş hayatına atılma arzusuna engel olamayarak; ortaokul son sınıftayken, dedesi Kütükçüzade Hacı Rıfat Efendi'nin yazdığı dilekçeyle, "geçim darlığını" gerekçe göstererek okuldan tasdiknamesini alır. Babasının 1917 yılında kurduğu "Koçzade Mustafa Rahmi" firmasını 1926 yılında devralan Vehbi Koç, Ankara Ticaret Odası kayıtlarına "Koçzade Ahmet Vehbi" ismiyle geçtiğinde takvimler 31 Mayıs 1926'yı gösterir.

İLK BÜYÜK TAAHHÜT İŞİ

Cumhuriyet çok genç, yapılacak iş ise çoktur. O sıralarda bozkırda bir başkent inşa ediliyordur. Ankara için ihtiyaçları fark eden ve yapı malzemesi işine giren Vehbi Koç bir süre sonra ise müteaahitliğe başlar. Kendi deyimiyle "ilk büyük taahhüt işi" de "Türkler yapamaz" denilerek yabancılara ihale edilmek istenen Ankara Numune Hastanesi'nin inşaatı olur. Bu fotoğraf da 1932 yılında, Ankara Numune Hastanesi inşaatında çekilir. Hastane Cumhuriyet'in 10. yılında, 1933'ün Ekim ayında tamamlanarak teslim edilir.

HEM TÜRKİYE HEM DE KOÇ TOPLULUĞU TARİHİNDE BİR MİLAT

Yıl 1938... Bir şahıs firmasından çıkıp bir kurum olma yolunda atılan büyük adımla, Koç Topluluğu'nun ilk anonim şirketi olan Koç Ticaret A.Ş. kurulur. Bu fotoğraf belki de yoğun bir temponun tam ortasında Vehbi Koç'un Koç Ticaret A.Ş.'deki ofisinde çekilir. Koç Ticaret A.Ş.'nin kuruluşu hem Türkiye hem de Koç Topluluğu için bir milat olur.

Cumhuriyet Türkiyesi gerçek anlamda kendi ayakları üzerinde durmaya başlamışken çıkan İkinci Dünya Savaşı, savaş ekonomisini de beraberinde getirir. Dövizin olmadığı bir ortamda, ithalat-ihracat durma noktasına gelir. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından gelen yıllarda Vehbi Koç Amerika ile iş ilişkilerini artırmaya karar verir. İlk olarak önemli Amerikan firmaları ile ortaklıklar kurmayı hedefler. Bu amacına da ulaşır. General Electric, U.S. Rubber, Oliver, Burroughs gibi şirketlerin Türkiye temsilcisi olur. 1950'lere gelindiğinde ise Koç şirketleri önemli bir sıçramanın tam ortasındadır. Vehbi Koç, ülkenin gelişim yönünü ve tüketici beklentilerini doğru okuyarak önemli girişimlerini bir bir hayata geçirmeye başlar.

ULVİ BİR HAYIR

İşleri gelişip büyüdükçe çevresinde hayır yapan, ihtiyaç sahiplerine yardım eden Vehbi Koç, Avrupa ve Amerika'ya yaptığı seyahatlerde, hayırseverlerin arkalarında bıraktıkları kalıcı tesislerden etkilenir. Yurda döndüğünde yapacağı hayırlar için araştırmalara başlar ve Ankara Üniversitesi'ne kendi adını taşıyan bir öğrenci yurdu yaptırmaya karar verir. 30 Nisan 1951'de gerçekleşen açılış töreninde Vehbi Koç'un yaptığı konuşmanın bir kısmı şöyledir: "...İçinde yaşamakta olduğumuz devrin en ulvi hayrının, Atatürk'ün yurdu ve Cumhuriyet'i kendilerine emanet ettiği gençliğin iyi yetişmesine yarayacak teşebbüslerde olduğuna kaniim. İşte bu inançtır ki bu tesisi doğurdu." Bu bağış Türkiye'nin ilk özel vakfı olan Vehbi Koç Vakfı'nın kuruluşuna doğru giden süreçte de en önemli kilometre taşlarından da biri olur.

SANAYİ YATIRIMLARI ARTIYOR

1950'li yıllar ülkemizin sanayisi açısından çok önemli bir dönemi işaret eder. Vehbi Koç o dönemde yerli sanayi yatırımlarına ağırlık verir; otomotiv, beyaz eşya, radyatör, elektronik cihazlar, mensucat, kibrit ve benzeri birçok ürünün yerli üretimini gerçekleştirir. Arçelik'i de, 1955 yılında ülkemizin ekonomisine kazandırır.

OTOMOBİL ÜRETİMİNDE BİR DÖNEM BAŞLIYOR

Vehbi Koç, Türkiye'de otomobil endüstrisinin kurulması ve bunun önce montaj endüstrisiyle başlaması gerektiğine inanır. Bu amaçla, 1956 yılında Henry Ford II ile Amerika'da bir araya gelir. Bu fotoğraf da tarihe iz bırakan o günden... O görüşmeden 2 yıl sonra, Otosan fabrikasının açılışı yapıldı.

AİLE BİR ARADA

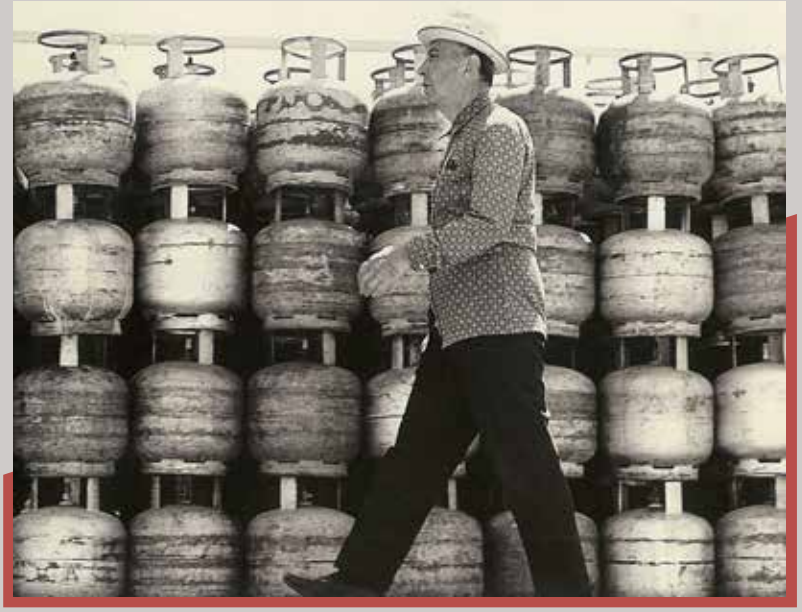
Vehbi Koç, aileyle geçirilen zamanın kıymetine inanırdı. Bu fotoğraf da Koç Ailesi'nin Şişli'deki Çankaya Apartmanı'nda bir arada olduğu günde çekildi. Sadberk Hanım'ın vefatından bir süre önce... Eşinin ani vefatı, Vehbi Koç'u çok hazırlıksız yakalar. Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel, bu acı kayıp sonrası Vehbi Koç'ta yaşanan değişimi şu sözlerle açıklar: "Babamın hayatını annem vefat etmeden önce ve sonra diye iki döneme ayırsak sanıyorum yanlış olmaz. Annemin sağlığında kendisiyle fikir tartışmasına girmekten sakınırdık. Annemin vefatı babamın duygusal yönlerini ön plana çıkarmıştı. Babam daha yumuşak, daha hoşgörülü ve bize daha şefkat gösteren bir yapıya bürünmüştü."

"YALNIZCA MONTAJ İLE BU İŞTEN SONUÇ ALAMAYIZ"

Otomotiv sektöründeki öncü adımlar Fiat ile yapılan iş birliği ile devam eder. "Yalnızca montaj ile bu işten sonuç alamayız" düşüncesiyle hareket eden Vehbi Koç, hızla gelişen piyasa koşullarında, hâlihazırda traktör işinde ilişkide olduğu Fiat ortaklığında, Türkiye'de bir fabrika kurulması için kolları sıvar 37 ay süren hazırlık, müzakere ve müracaat devresinden sonra Nisan 1969'da fabrikanın temeli atılır. 12 Şubat 1971'de de açılışı gerçekleştirilir. Bu fotoğraf da 2 Haziran 1969'dan, İtalya-Torino'da Fiat Grubu Başkanı Giovanni Agnelli ile bir araya geldiği günden bir hatıra...

BİRÇOK İLKİ HAYATA GEÇİRİR

Vehbi Koç, ülkemizin gelişimine paralel birçok ilki hayata geçirir. Geniş kitlelerin yaşamına kazandırdığı ürünlerle, onların refah düzeyinin yükselmesine de katkı sağlar. Örneğin Türk halkını 1962 yılında tüp gazla tanıştırır. Aygaz ve Gazal ile bugünkü anlamda Koç Topluluğu'nun enerji şirketlerinin temelini oluşturur.



İŞ DÜNYASININ NOBEL'İ VEHBİ KOÇ'UN

Uluslararası vizyonu ve öngörüleriyle takdir toplayan Vehbi Koç, dünya kamuoyunun da dikkatini çeker. 11 Şubat 1987'de "hayatımın en büyük ödülü" dediği ve Uluslararası Ticaret Odası (ICC) tarafından verilen "Dünyada Yılın İşadamı Ödülü"nü alır. Bu önemli gelişme Türkiye'de büyük yankı uyandırır. Zira uluslararası ticaretin Nobel'i sayılan bu ödül ilk kez bir Türk iş insanına verilmiştir. Hindistan Başbakanı Rajiv Gandhi'den ödülü teslim alan Vehbi Koç törende şu konuşmayı yapar: "Dileğim, dünya ticaretinin daha da artırılması, ticaretin serbestçe gelişmesini önleyen engellerin kaldırılması, ticaret yoluyla ilkelerin ve insanların birbirleriyle daha yakından ilişki kurmaları ve kaynaşmaları ve bizden sonraki genç nesillerin sulh içinde müreffeh bir dünyada yaşayarak ticaret ve sosyal görevlerini yerine getirmeleridir."

HAYALLERİN GERÇEĞE DÖNDÜĞÜ GÜN

Vehbi Koç'un bir hayalinin daha gerçekleştiği tarih: 11 Ekim 1993... "Benim en büyük hedefim model olacak bir üniversite kurmak. En büyük gayem ise o üniversiteden mezun olan gençler parmakla gösterilsin" diyerek Koç Üniversitesi'nin kuruluş fikrini ateşleyen Vehbi Koç, o gün açılışı gerçekleştirilen Koç Üniversitesi'nin İstinye'deki geçici kampüsünde ilk dersi verir. Tamamı dolu amfide öğrencilerin ve konukların gözlerinin içine bakarak 90 yılı aşkın ömründe edindiği tecrübeleri büyük bir mutlulukla aktarır. Türkiye'nin en fazla ihtiyaç hissettiği konularda ihtisaslaşması ve öncü olması amaçlanan Koç Üniversite bugün bulunduğu nokta değerlendirildiğinde Vehbi Koç'un bir hedefine daha eriştiğini ortaya koyar.

BAŞARIYA GİDEN UZUN YOL

25 Şubat 1996'da ebediyete intikal eden Vehbi Koç, yaşamı boyunca adeta Türkiye ekonomisinin yoktan var edildiği yıllara şahitlik eder. Ülkemizin ekonomik ve sosyal yaşantısına çok değerli katkılar yapar. Hiç şüphesiz tecrübeleri ile bugün hâlâ yol göstermeye de devam eder. Tıpkı şu cümlesinde olduğu gibi: "Kendinize, ailenize, milletinize ve yaşadığınız çağa faydalı olacağına inandığınız bir işi yapmaya kalkıştığınız zaman, başarıya ulaşmak için önünüzde uzun bir yol bulunduğunu hiçbir an aklınızdan çıkarmayacaksınız. O yolda ilerlerken yanlış değerlendirmelerle ters anlayışlarla moral kırıcı hareketlerle, hatta size ağır gelecek suçlamalarla karşılaşabilirsiniz. Yaptığınız işin doğruluğuna inanıyorsanız, bunlar sizi sarsmasın, cesaretle yürüyün."

TÜRKİYE'NİN 'DIŞ TİCARET OKULU' RAM 50 YAŞINDA!

Kuruluşundan bu yana 50 yılı geride bırakan, bu süre zarfında hem faaliyetleriyle öncü olan hem de bir okul olarak sektöre nitelikli insan kaynağı sağlayan Ram Dış Ticaret'in yolculuğunu, şirketin genel müdürü Zeynep Kuman anlattı.

1970'ler, Türkiye'de ithal ikameciliğe eşlik eden kalkınma politikalarının uygulandığı bir dönem... Henüz dış ticaret kavramının pek de tanınmadığı zamanlarda merhum Vehbi Koç, Ram Dış Ticaret'i kurarak iş dünyası için de öncü bir adım atıyor. Bu adımla Türkiye dış ticaretinin temel bir kilometre taşı olan Ram, dışa açılım sürecinin de öyküsünü yazıyor. Bizden Haberler'e Ram'ın 50 yılını değerlendiren şirketin genel müdürü Zeynep Kuman, yaratılan değeri şu sözlerle dile getiriyor: "Bugün ülkemiz ekonomisi, küresel dünyanın önemli bir oyuncusu ise 70'li yıllarda tayin edilen ve gelişen zamanlarda revize edilen vizyonumuzun bu süreçteki etkisi tartışılmazdır. Ram için 50 yıla taşınan zaman, Türkiye için kısaltılmış asırlardır. Öylesine bir değişim iddiasını ifade eder Ram..."

Şirketin kurulma amacını, nasıl bir modelin esas alındığını bizlere anlatır mısınız?
Ram'ın kuruluş hikâyesini, Vehbi Bey'in şirketi kurmak üzere görevlendirdiği ilk Genel Müdürümüz Sayın Turgut Kayakan'dan dinleme şansına sahip biri olarak paylaşayım. 1970'li yıllarda dünya petrol krizleri ile boğuşurken OPEC ülkelerinin petrol fiyatlarını aniden yükseltmesi, Türkiye'nin de içinde olduğu gelişmekte olan ülkelerde ekonomik sıkıntılar yaratmaktaydı. Sanayisini kurmaya çalışan Türkiye, ham madde ve yarı mamul ithalatında o dönem yoğun bir şekilde yaşanan döviz darlığı nedeni ile istediği ivmeyi yakalayamamıştı. Devlet, ithalat için ihracatı şart koşmaktaydı ancak o yıllar ülkemizde dış ticaret kavramının bilinmediği, konuşulmadığı, planlanmadığı dönemlerdi. Oysa bu zaman diliminde bazı ülkeler, kendilerine özgü modeller geliştirmekteydi. Japonya'nın Sogo Shosha'ları yeniden yapılanırken, İtalya I.N.I ve ENI'leri,Güney Kore ve ABD yeni uygulamaları planlamaktaydı. Bu arayışlar, 70'li yılların ekonomik durgunluk ve petrol krizlerinin doğurduğu ortamdan çıkışın yollarıydı. Tam da bu zaman diliminde, Sayın Vehbi Koç, Japon modelinden esinlenen bir şirketin kuruluş kararını vererek, ülkemizde geleceğin şekillenmesini hedeflemiştir. Ram Dış Ticaret A.Ş. bu hedefle yola çıkan bir geleceğin adı olmuştur.

1980'lerde ekonomi modeli değişiyor ve dışa açık büyüme modeline geçiliyor. Böyle bir dönemde 10 yılı geride bırakmış, güçlü bir dış ticaret şirketine sahip olmak Koç Topluluğu'na hangi avantajları sağladı?

1980'ler Türkiye için piyasa ekonomisinin küreselleşmeye uyumlandığı dışa açılım dönemidir. Sayın Vehbi Koç'un 10 yıl önceki vizyonu, Koç Topluluğu'nu doğru hedefe erkenden yönlendirebilmiştir. Topluluğumuzun ihracat ağırlıklı satımları, hiçbir duraksama ya da acemilik içermeden başlayabilmiş, elde ettiği deneyimle yeni pazarlara yönelmesini sağlamış ve giderek bazı ülkelerde markalarımız başat tercihler olabilmiştir. Üretim planlamasını ihracat hedefiyle yeniden tasarımlayan Topluluğumuz, bu yeni döneme ilişkin büyüme hedeflerini de artık yeni bir mantıkla saptamıştır. 1980'li yıllar, Türkiye'nin değişimine Koç Topluluğu'nun Ram ile yanıt verdiği yıllardır. İhracatla sınırları zorlayan Ram, 80'li ve 90'lı yıllarda yurt dışında gerçekleştirdiği üretim, dağıtım ve perakendeye yönelik yatırımlarla, Topluluğumuzun bugün çoklu kıtalardaki varlığının temellerini atmıştır.

"Ram, 80'li ve 90'lı yıllarda yurt dışında gerçekleştirdiği üretim, dağıtım ve perakendeye yönelik yatırımlarla, Topluluğumuzun bugün çoklu kıtalardaki varlığının temellerini atmıştır."

Ram, Koç Topluluğu şirketlerinin ihracat ve buna bağlı ithalat işlemlerini gerçekleştirmek amacıyla kurulsa da zaman içinde daha geniş bir alanda, Topluluk dışına da hizmet vermeye başladı. Bu nasıl gerçekleşti? Bu çerçevede Türk şirketlerinin dışa açılmalarında Ram nasıl bir rol oynadı?

Ülkenin dışa açılması, ihracata dayalı büyüme stratejilerinin ve buna bağlı olarak teşviklerin geliştirilmesi dış satımı son derece avantajlı kılsa da pek çok firma için yabancı dilde yazan ve konuşan eleman istihdamı, uluslararası anlaşmalarda okuryazarlık, hukuki alt yapı, uluslararası üretim standartları gibi konular, bilinmeyen ve güvenli olmayan sulardı. Getirilen önemli bir değişiklik ile "dış ticaret sermaye şirketi" statüsü alan ve bu konumuyla ayrı bir güvence de oluşturan şirketimiz, giderek grup dışı firmalara yönelmiş ve bu departmanlarıyla sadece kendi büyümesinin değil, ülkemizin de yeni ufuklara açılmasının öncüsü olmuştur. Bu dönem, yüzlerce şirketin dış ticaretle "tanıştırıldığı" bir zamandır. Onlara akreditifi ve konşimentoyu anlatmakla başlanan bu dönem, Ram'ın "öğretmenlik" dönemi olarak değerlendirilir. Gelişen Türkiye'nin ekonomik değişimindeki itici güç olarak tayin edilen dış satımda, en deneyimli şirket konumunda bulunmamız, giderek dış ticaret sermaye şirketlerinin lideri olmamızı sağlamış ve bu yönüyle de ülke ekonomisine yaptığımız katkıyı da somutlaştırmıştır.

Ram için "dış ticaretin okulu" denmesinin sebepleri nelerdir? Bu alanda öncü bir şirket olarak sektöre neler kazandırdı?
Evet, Ram, dış ticaretin okuludur. Geliştirdiği yöntemlerle bir ekol olmayı başarabilmiş ve giderek kazandırdığı deneyimlerle farkındalık yaratmıştır. Kazandırdığı en önemli olgu ise düşünsel değişimdir. 80'li yıllarda Ram'ın ülkemizin ticaret mantığını değiştirmesi, bir iddianın değil, gerçeğin ifadesidir. Çünkü Ram Dış Ticaret A.Ş. yalnız kendisinden ibaret kalmamış, bir okul olarak sektöre de eleman yetiştirmiştir. O yıllardan beri gerek Topluluk şirketlerimizin gerekse önemli dış ticaret şirketlerinin başında/ içinde Ram'da yetişmiş kimseler olmuştur. Bu işi "el verme sanatı" olarak görebiliriz.

Ram'ın kuruluş dönemindeki şartları ve Türkiye ekonomisindeki değişime paralel olarak yıllar içinde hayata geçirdiklerini değerlendirdiğinizde aradan geçen bu 50 yılda neler başarıldı?
Ram, Türkiye dış ticaretinin temel bir kilometre taşı olarak, dışa açılım sürecinin öyküsünü yazmıştır. Sadece tarihinin kendisine tanıdığı öncü sıfatıyla değil, onu da aşan ve biriktirdiklerini bugüne taşıyabilen yapısıyla ülkemizdeki ticaret algısının değişimine çok ciddi katkılar sağlamıştır. Bugün ülkemiz ekonomisi, küresel dünyanın önemli bir oyuncusu ise 70'li yıllarda tayin edilen ve gelişen zamanlarda revize edilen vizyonumuzun bu süreçteki etkisi tartışılmazdır. Ram için 50 yıla taşınan zaman, Türkiye için kısaltılmış asırlardır. Öylesine bir değişim iddiasını ifade eder Ram... Sıralayacak olursak bu 50 yılda silah dışında her türlü ürünün ihracatı, kutuplar dışında tüm kıtalarda kurulmuş temsilcilik ofisleri, dağıtım ve hatta üretim şirketlerini sayabiliriz. Bugün itibari ile şirketimiz, uluslararası kuruluşların güvenilir tedarikçisi konumunu başarı ile sürdürmektedir.

Ram Dış Ticaret Genel Müdürü Zeynep Kuman, Türkiye'nin ihracat hacmini geliştirmeyi hedefleyen Ram'ın önümüzdeki yıllara dair ajandasını şöyle özetliyor:

- Yurt dışından proje finansmanı sağlamaktan başlayarak ürün geliştirme, üretim ve operasyon süreçlerinin de bir kısmını içerecek şekilde öncelikle sağlık sektöründeki projelerde yer almak,
- Yurt içinde üretilen inovatif, yüksek teknoloji içeren ürün ve hizmetlerin yurt dışına satışını gerçekleştirmek,
- İhraç pazarlarında rekabet gücümüzü artırmak üzere ölçek ekonomisinden maliyet avantajı yaratarak Topluluk üretim firmaları ve yan sanayilerine yassı sac ve ilerleyen dönemde diğer metal malzemelerin toplu satın almasını gerçekleştirmek,
- Topluluk firmalarının yanı sıra özellikle KOBİ'lerden oluşan iş ortaklarımıza dış ticaret operasyonlarını maliyet etkin bir şekilde gerçekleştirmek için uçtan uca operasyon hizmetleri sunmak.

Koç Topluluğu şirketleri bugün Türkiye'nin en çok ihracat yapan kuruluşları sıralamalarında üst sıralarda yer alıyor. Bu konudaki düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?
2002 yılında Koç Topluluğu'nun bir strateji değişimi olarak gerçekleşen yeni planlaması, şirketlerin dış ticaretlerinin doğrudan kendileri tarafından yapılması şeklindeydi. Bunun sonucu olarak Ram bünyesinde Topluluk için örgütlenmiş departmanlarda istihdam edilen uzman personel Topluluk şirketlerimize yönlendirilerek, deneyim kaybı yaşanmaksızın "kaldığı yerden devam" edildi. Bu yolla rutin dış ticaret işlemleri paylaşılan deneyimle sürdürülürken, spesifik işlemlere özgü katkı hâlen devam etmektedir. Başka deyişle, hâlen açık olan okulumuzdan "akademik katkı" beklenirse, Ram olarak işlevimizi yerine getirmekte duraksama yaşamıyoruz. ZBB mantığı ile hareket edildiğinde, dış ticaret operasyonlarının bu alanda sürekli alt yapısını yenileyen ve güncelleyen Ram'da merkezileşmesi bizim öngörülerimize göre Topluluğumuza büyük katkı sağlayacaktır.

Küresel salgın 2020 yılında tüm sektörleri ve elbette küresel ticareti derinden etkiledi. Bu, dış ticaret şirketlerine nasıl yansıdı? 2021 için öngörüleriniz neler?
Pandeminin etkilerini yaşamaya başladığımız yılın 2. çeyreğinde evlere kapandık, ülkemiz ihracatı geriledi, ancak 3. çeyrekte yaşanan hızlı toparlanma ve 4. çeyrekteki büyüme ile yeni rekorlar kırıldı. Yani 2020 Türkiye ihracatı açısından hareketli, heyecanlı ama bereketli bir yıl oldu.
Salgının yıkıcı etkisini yaşayan sektörler olduğu gibi ivmelenen ya da atik bir şekilde yeniden yapılanan sektörlerin, firmaların başarı hikâyelerine tanık olduk. Ev tekstili üreten yüzlerce firma tıbbi maske üretimine odaklanarak yurt içi, yurt dışı talep patlamasına yetişmeye çalıştılar.

Okulların da evden eğitime geçmesi, tablet, bilgisayar talebinde artışlar yaşattı.
Ram özelinde ise başarılı bir yıl geçirdik. İhracat gamımızda olan hijyen mamullerinin ihracatı katlanarak arttı. 2018 yılında hedef sektör olarak belirlediğimiz sağlığa yönelik çok hızlı bir şekilde alt yapımızı geliştirdik. Özellikli pek çok projeyi devreye aldık. Hastanelere yönelik yataklar ve mobilyaların yanı sıra, hastanelerin kendisini ihraç eder hâle geldik. Mobil hastane ürettirerek, ihraç etmek üzere anlaşmalar yaptık.
Netice olarak gerek Ram, gerekse Türk dış ticaret sektörü olarak salgının olumsuz etkisini 2020'de çok fazla yaşamadık. Ancak dış ticaretçinin olmazsa olmazı olan dış seyahatlerin aniden kesintiye uğraması ile yeni iş geliştirme tarafında 2021 ve sonrasını olumsuz etkiyebilecek bir sürecin içine girdik.
Her ne kadar gelişen yeni çevrimiçi platformlarla iletişim kesintisiz sağlansa da bizler için aşı ve tüm dünya nüfusuna uygulanması sağlanmadan, bu alanda çözüme ulaşılmış olmayacaktır.

Son olarak 50 yılı geride bırakmış bir şirket olarak bundan sonrası için hedeflerinizi soralım. Ram'ın gelecek perspektifi nedir?
İngilizce "Ram", "Koç" anlamını taşıyor. Bir defa çok büyük bir sorumluluk taşıyoruz, böylesine itibarlı bir markayı isim olarak taşıdığımız için...
Şirketimiz, kuruluş stratejisi doğrultusunda, sürekli değişim, gelişim sergileyen dinamik ve çevik bir şirkettir. Bir çalışan ve yönetici olarak sürekli yeni pazarları zorlarken ve farklı ürün gruplarının ticaretini yaparken Ram'da çalıştığım 30 yılı aşkın sürenin nasıl geçtiğini anlamadım. İşteki her günümde ilk günümün heyecanını, telaşını ve mutluluğunu yaşıyorum. Beraber çalıştığım arkadaşlarımın da bu motivasyonda olduğunu görünce yarınlar için çok umutluyum.
Artan rekabet, bilgi ve ürüne erişimin teknoloji ile kolaylaşması sonucunda al-sat modeli ticari faaliyetler sürdürülebilirliğini kaybetmektedir. Bu sebeple, Ram'ın katma değer yaratıp, konsolidasyon sağlayacağı projeleri geliştirerek, global ticarette yer edinmeyi hedefliyoruz.
Bunu gerçekleştirmek için, tüm dünyaya yayılan ağımızın yanı sıra sanal platformlar üzerinden iş geliştiriyor, dijital dönüşüm ile altyapımızı ve süreçlerimizi yenileyerek, müşteri memnuniyetini önceliklendiriyoruz.
Ram'ı Topluluğumuza mensup genç arkadaşlarıma tanıtma imkanı verdiğiniz için teşekkür ediyorum.

Kadın göçmenlere yönelik hazırlanan ve ihraç edilen hijyen kitlerinin videosuna ulaşmak için QR kodu okutabilir ya da ***linki*** tıklayabilirsiniz.

Tekerlekler üzerinde bir hastanenin nasıl olduğunu görmek için QR kodu okutabilir ya da ***linki*** tıklayabilirsiniz.

Ram Dış Ticaret 50. yılını, çalışanların oylamasıyla seçilen "50 yıldır sınırların ötesindeyiz" sloganıyla kutluyor.

KOÇTAŞ GENEL MÜDÜRÜ DEVRİM KILIÇOĞLU

"25. YAŞIMIZDA DİJİTAL GÜCÜMÜZLE GELECEĞE ADIM ATIYORUZ"

1996 yılında ilk mağazasını İzmir, Bornova'da açan Koçtaş, bugün 35 ilde, 150 mağazası ve tüm Türkiye'ye hizmet verdiği dijital kanallarıyla 25. yaşını gururla kutluyor. 2021 yılını Koçtaş'ın "teknoloji yılı" olarak konumlandırdıklarını söyleyen Koçtaş Genel Müdürü Devrim Kılıçoğlu, bu yılki tüm yatırımlarının yüzde 30'unu dijitale ayırmayı ve dijital kanalda yüzde 75 büyümeyi planladıklarını ifade ediyor. Kılıçoğlu, Koçtaş'ın 25 yıllık başarı yolculuğunu, şirketin teknoloji dönüşümünü ve gelecek hedeflerini anlattı.

Kurulduğu günden bu yana istihdam yaratarak ülke ekonomisine katkı sağlamayı sürdüren Koçtaş, pazar payını günbegün artırarak tüm paydaşlarıyla birlikte sektörü geliştirmeye devam ediyor. Müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde tutarak dijitalde hızla büyüyor. Bu alanda üst üste yeni projeler ve uygulamalar gerçekleştiriyor, sektöre öncü olarak yenilikler ortaya koyuyor. 2021'de açacağı 100 yeni mağazayla yatırımlarına hız kesmeden devam edecek olan şirketin bu özel yılında, sorularımızı Koçtaş Genel Müdürü Devrim Kılıçoğlu'na yönelttik.

Koçtaş, 25. yaşını, bu yıllar içinde yükselen başarı grafiğiyle gururuyla kutluyor. Şirketin bugün ulaştığı noktayı bizlere özetler misiniz?
Şirketimiz, merhum Vehbi Koç'un vizyoner bakış açısı ve yaklaşımıyla; yapı malzemeleri toptancısı olarak hizmet vermek amacıyla 1955 yılında Koçtaş Yapı Marketleri Ticaret A.Ş. adıyla kuruldu. 1996 yılında perakendeciliğe adım atarak, merhum Mustafa V. Koç'un katılımıyla İzmir Bornova'da ilk Koçtaş mağazamızı müşterilerimize açtık. 2000 yılında ev geliştirme sektörünün dünya çapındaki en büyük üç şirketinden biri olan Kingfisher Grubu'yla ortaklık anlaşması imzaladık ve mağaza sayımızı artırmaya başladık. Mağaza yatırımlarımızla birlikte çoklu kanal stratejisi doğrultusunda e-ticaret alanında www.koctas.com.tr'yi ve Koçtaş mobil uygulamamızı hizmete açtık. Dijital alandaki yatırımlarımıza hız kesmeden devam edip ustalar ile usta arayanların arasında köprü görevi gören, ücretsiz mobil uygulamamız Ustabilir'i kullanıma açtık. Ev geliştirme sektöründe öncü olan, mahalleli

Koçtaş Fix'in ilk mağazasını İstanbul Çekmeköy'de hizmete açarak çoklu kanal yapılanmamızın en önemli bacaklarından birini devreye almış olduk. Perakende teknolojilerimizi kendi iş gücümüzle hayata geçirdiğimiz Koçtaş Ar-Ge Merkezimizi kurduk. Bugüne geldiğimizde perakendecilikteki 25. yılımızda, Edirne'den Artvin'e, Sinop'tan Hatay'a kadar 35 ilde 150 mağazamızla müşterilerimize hizmet verirken dijital kanallarımızla da tüm Türkiye'ye ürün ve hizmetlerimizi ulaştırıyoruz. Sürdürülebilir ve kârlı büyüme hedefi doğrultusunda; teknolojiye, müşteri ve çalışan deneyimine sürekli yatırım yapmayı, istihdam ve ülke ekonomisine katkı sağlamayı, tedarikçilerimizle birlikte sektörü geliştirip pazar payımızı güçlendirmeyi sürdürüyoruz.

2020 yılı tüm dünya için olağanüstü bir yıl oldu. Koçtaş açısından geride bıraktığımız bu zorlu yılı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Pandeminin en olumsuz etkilediği sektörlerin başında perakende sektörü geliyor. 2020 yılı bizim için iyi başlamasına rağmen, mart-nisan döneminde yaşanan kapanmaların sonucunda oluşan yaralar, haziran ayı ile birlikte başlayan yeni normalleşme ile sarılmaya çalışıldı. Gıda, elektronik, ev geliştirme gibi sektörlerde geçen yıla göre az da olsa büyüme olurken; hazır giyim, yeme-içme gibi sektörlerde de daralmalar gördük.

Kasım 2020 sonunda yeniden başlayan ve hâlen devam eden kısıtlamaların sektörü olumsuz etkilediğini söyleyebiliriz. Tüketicilerin mağazalara sadece hafta içi gelebilmesi, ciro kaybından kiralara, vardiya ve tedarik zinciri yönetimine kadar tüm planlamaları güçleştiriyor. Tüm bu olumsuzluklardan dolayı perakende sektöründe mağaza kapanışları başladı. İşletme sermayesi yönetimindeki sıkıntılar nedeniyle de bazı alışveriş merkezleri ve markaların zor durumda oldukları görülmektedir.

Koçtaş olarak bizim de pandemi sürecinde hem müşterilerimizin, çalışanlarımızın ve ailelerinin sağlığını korumak hem de iş sürekliliğini ve istihdamı devam ettirmek önceliğimiz oldu. 2020 yılı bizim için çevik yönetim anlayışının yaygınlaştığı ve olumlu etkisinin görüldüğü, ileri veri analitiği, sürdürülebilir ve kârlı büyümenin temellerinin atıldığı ve işletme sermayesinin çok dikkatli şekilde yönetildiği bir yıldı.

Salgın sürecinin başında zorunlu olmadığımız hâlde mağazaları kapatmamız müşterilerimizin güvenini kazanma noktasında önemli bir adım oldu. Mağazalarımızı açtığımızda da "Sıfır Tolerans" manifestomuz ile hijyen ve iş güvenliği standartlarını en yüksek seviyede uyguladık. Perakendede öncü olan bu uygulamalarımız müşterilerimizden takdir aldı ve sektörde de örnek teşkil etti.

Evinden uzaklaşmak ve toplu taşıma kullanmak istemeyenler, ev ile ilgili ihtiyaçlarını mahallerdeki Koçtaş Fix mağazalarımızdan ve mağazalarımızdaki hızlı sipariş ekranlarından (kiosk) temin ettiler. Bu da bize Koçtaş Fix ile ne kadar doğru bir yatırım yaptığımızı gösterdi. Nisan ayının başında mağazalarımızın kapalı olduğu bir dönemde, "Koçtaş'ı şimdi kursaydık, nasıl yapılandırırdık?" sorusuna her kademeden Koçtaş

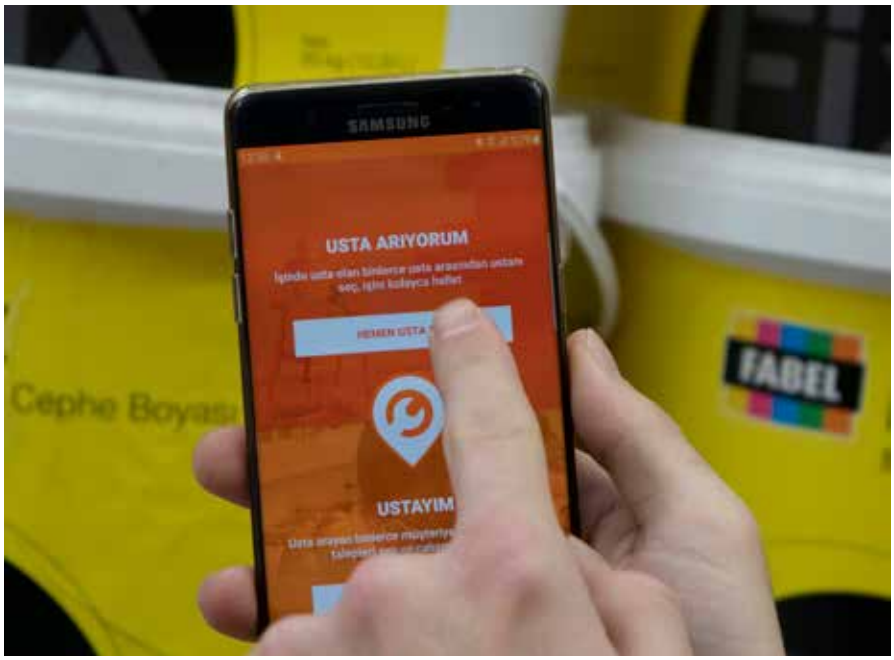
“Ev geliştirme perakendeciliğinin lideri olarak, 2016 yılında Koç Holding’in liderliğinde 'Dijital Dönüşüm' sürecimize start verip, Ar-Ge Merkezimizdeki iç kaynaklarımız ile projelerimizi hayata geçirmeye başlamıştık. Fiziksel mağazalarımızla dijital kanallarımızı entegre etmek için başlattığımız bu yolculukta emin adımlara ilerliyoruz.”

çalışanının geliştirdiği fikirler ile tüm süreçlerimizi gözden geçirip cevap aradık ve "Sıfır Bazlı Bütçeleme" metodolojisiyle “Koçtaş 2.0” adıyla kapsamlı bir program başlattık. Ortaya çıkan 255 fikir değerlendirilerek 78 tanesi çevik takımların iş planına alındı.
Pandemiyle birlikte hem iş süreçlerinin yalınlaştırılması hem de müşteriye dokunan tüm süreçlerde hız, esneklik ve kolaylık sağlamanın bir kez daha önemi ortaya çıktı. Yıllar önce başlattığımız dijital dönüşüm çalışmalarının ve bu zamana kadar yaptığımız yatırımın meyvelerini bu dönemde aldık. “Ara, Tıkla &Teslim Al” adındaki “Click & Collect” uygulamamızı mağazalarımızın kapalı olduğu dönemde hayata geçirdik. Şirket içi süreçlerimizi dijitale taşıyan birçok proje gerçekleştirdik.
Pandemiyle değişen iş yapış şekilleri nedeniyle tüm ekip ve eko-sistem ile olan iletişim ve etkileşim daha da arttı. Bunun için tüm paydaşlarımızla sürekli görüşerek proaktif aksiyonlar almaya ve tüm sorunlara önden çözümler bulmaya çalıştık.

Koçtaş büyük bir ekosistemin ortasında yer alıyor. Bir yandan müşteri ve çalışan deneyimine yatırım yaparken bir yandan da tedarikçileriyle birlikte büyümeyi hedefliyor. Özellikle pandemi sürecinde bu iletişimin sağlıklı bir şekilde varlığını sürdürebilmesi için neler yaptınız?
Genel müdürlük ve Ar-Ge Merkezi çalışanlarımız 23 Mart tarihinden itibaren uzaktan çalışma sistemine geçti. Koçtaş’ta uzaktan çalışma sistemini Temmuz 2018’de ayda 3 gün olarak hayata geçirmiştik; bu nedenle ön hazırlığımız vardı. “Çalışanlarının mutluluğuna sürekli yatırım yapan marka” olma vizyonuyla pandeminin başından itibaren çalışana dair alınacak tüm kararlarda süreci bünyemizdeki “Çalışan Deneyimi” çevik takımı ile birlikte yönettik.
Pandemi süreci boyunca 2020 yılında 20’den fazla anket, 10 bini aşkın katılım, 10 bini aşkın yorum, 250’den fazla bire bir görüşmeyi dikkate alarak çalışan odaklı aksiyonlar aldık ve sonucunda çalışan bağlılığı skorumuz 80 olarak gerçekleşti. Pandemi koşullarına rağmen önceki yıldan daha fazla bir skor elde etmek, çalışanlarımızdaki memnuniyeti görmek mutluluk verici...
Pandemi sürecinin başından itibaren şeffaf iletişim kurmak adına "Açık Kapı Toplantıları" düzenleyerek eylül ayına kadar haftada bir, sonrasında ayda bir olmak üzere tüm çalışanlarımıza bizzat mevcut gelişmeleri aktardım. Sorularını canlı yayında yanıtlamaya hâlen devam ediyorum.
Pandemi süreci bize bahane değil çözüm üretenin kazandığını, ne olursa olsun bir çözümün ve daha iyisinin bulunabileceğini öğretti. Bu mücadele içerisinde sağladığımız hızlı adaptasyonun, bir süredir üzerinde titizlikle çalıştığımız çevik organizasyonumuz sayesinde mümkün olduğunu belirtmeliyim. Çevik metodoloji, önümüzdeki dönemde de en önemli güçlerimizden biri olmaya devam edecek. Koçtaş’ta çevik yolculuk 2019 yılında başlamıştı. Bugün, 4 tribe altında 20 takımımız çevik metodoloji prensibiyle çalışmalarını yürütüyor.
Bu zor dönemde tedarikçilerimizin de ayakta kalabilmesi için birçok düzenleme yaptık. Tüm paydaşlarımızla çok yakın ilişki kurduk. Üretimin etkilenmemesi ve tedarik zincirinin devam ettirilmesini amaçladık. İthalatta düzenlemeler yaparak yerli tedarikçilerimizi destekleme yönündeki çalışmalarımızı artırdık. Yerli tedarikçilere yönelik çalışmalarımız hızımızı, ürün bulunurluğunu ve esnekliğimizi arttırdı; satın alma maliyet belirsizliğini azalttı. Kalite kontrolden üretim süreçlerine kadar yakın iş birliğimizi sürdürerek, tedarik zincirimizin kırılmamasını sağlamaya çalıştık. Ödemelerimizi de eksiksiz ve vadesinde yaparak, özellikle

KOBİ'lerin desteklenmesi yönünde olumlu çalışmalar yaptık. Yıllar önce tedarikçilerimizi desteklemek adına başlattığımız "Tedarikçi Finansman Projesi"nin bu dönemde oldukça yararını gördük. İthal girdi oranımız, ithal ürün oranımız oldukça düşük seviyelerde... Bu dönemi yerli tedarikçilerimizi destekleyerek geçirmeye gayret ettik. Pandemi kısıtları nedeniyle evlerdeki tadilatların oldukça azaldığı dönemde ustalarımızı da unutmadık. Ustabilir.com'u hayata geçirerek daha çok kullanıcıya ulaşmaya ve de ustalarımıza iş fırsatı yaratmaya gayret ettik. Ustabilir, 2020 yılı içinde Mar-tech Awards ve IDC Türkiye'den iki ödüle layık görüldü, çok mutluyuz.

"Geleceğin Koçtaş'ı projesi kapsamında, mevcut süreçlerimizin analizi, kıyaslamalar, 3 yıllık ihtiyaçların ve beklentilerin analiz süreçleri sonrasında Koçtaş'a özgü bir model oluşturduk."



Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, 34. Üst Düzey Yönetici Toplantısı'nda yaptığı konuşmada, "Stratejik İş Gücü Dönüşümü" konusunda öncü projenin Koçtaş'ta gerçekleştirildiğinden bahsetmişti. 2021'de Koç Topluluğu'nda yaygınlaştırılması hedeflenen bu projenin detaylarını bizlerle paylaşabilir misiniz? Koçtaş bu projeyle neyi başardı?

"Geleceğin Koçtaş"ı olarak adlandırdığımız bu proje ile amacımız; dijitalleşme, otomasyon, çevik, yalın yönetim ve yetkinlik gelişimi (upskill-reskill) fırsatlarını kullanarak, organizasyonda verimliliği artırmak, becerileri geliştirmek ve yeni becerileri kazanmak oldu. McKinsey firması ile birlikte çalıştığımız bu önemli projede yönetim ekibimiz ve 12 kişilik proje takımımız yer aldı ve proje yaklaşık 5 ay sürdü.

Projenin başlangıç noktası Koçtaş'ın büyüme yolculuğu ile birlikte 3 yıllık iş gücü ihtiyacının belirlenmesi oldu. Sonrasında gelecekte ihtiyaç duyacağımız yetkinlik ve beceriler çalışıldı; önümüzdeki dönemde ihtiyacımız olacak yeni roller belirlendi. Şimdi gelişim süreçleri üzerine çalışıyoruz.

2021 yılını Koçtaş'ın "teknoloji yılı" olarak konumlandırıyoruz. Bu çalışmada da bu odağımız ile paralel olarak verimliliği artıracak; çalışan ve müşteri deneyimine olumlu katkı sağlayacak dijitalleşme ve otomasyon fırsatlarını değerlendirdik ve 100'ün üzerinde inisiyatif belirledik; fizibilitelerini de yaparak iş planımıza dâhil ettik.

"Geleceğin Koçtaş'ı" projesiyle birlikte organizasyonun çevik olgunluk seviyesini de değerlendirmiş olduk. Bu değerlendirmeler sonucunda odaklanılması gereken alanlar belirlendi ve çevik dönüşümde yeni yol haritamızı oluşturarak hayata geçirdik.

"Geleceğin Koçtaş'ı" projesi kapsamında mevcut süreçlerimizin analizi, kıyaslamalar, 3 yıllık ihtiyaçların ve beklentilerin analiz süreçleri sonrasında Koçtaş'a özgü bir model oluşturduk. Organizasyonun bugününe ve yarınına yön verecek verimlilik, gelişim, dijitalleşme, yalınlık odaklarında önemli prensip kararlarını oluşturduk. Tüm süreç boyunca hem yukardan aşağı hem de aşağıdan yukarı bir yaklaşım uyguladık. Prensiplerin belirlenmesi, ortak hizalanma ve sahiplenme en önem verdiğimiz konuydu; geldiğimiz noktada da bunu sağladığımızı kurum içi sahiplenme oranında görebiliyoruz. Tabi ki bundan sonraki süreçte uygulama ve yönetim çok önemli olacak. Bunun için de belirlediğimiz prensipler ve inisiyatifler için İK ve IT & Ar-Ge Direktörlerimizin liderliğiyle takibe devam edeceğiz. Dünyadaki ve ülkemizdeki sektör ve en iyi örnek kıyaslamalarının yapıldığı, çok büyük

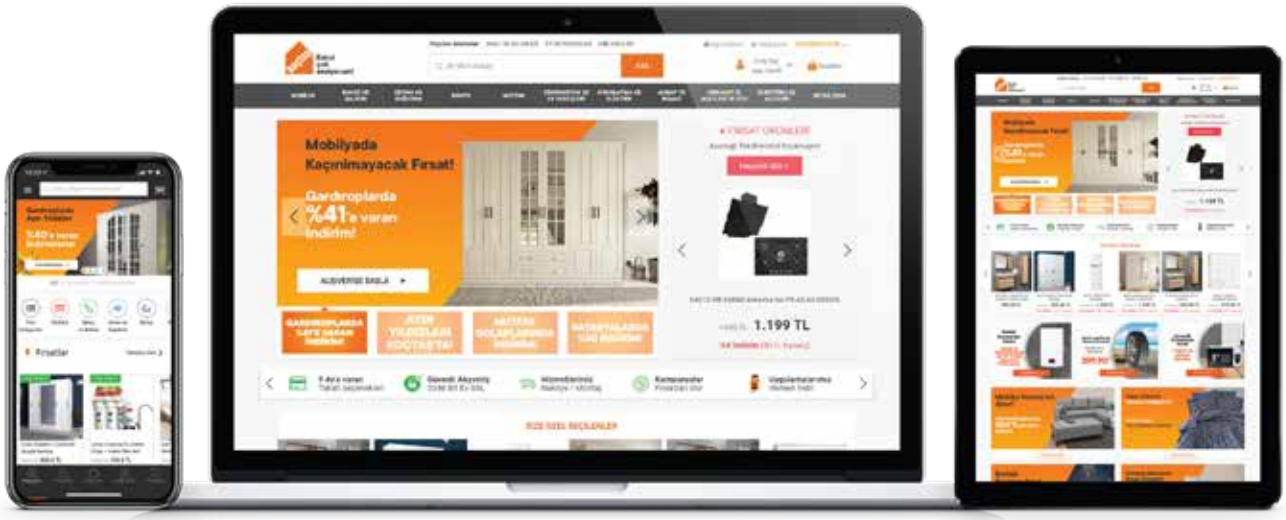
bir veri setinin analiz edilip sonuçlarının değerlendirildiği, danışman ve şirket ayırımı yapılmadan tek ekip olarak çalışıldığı çok yoğun, detaylı ve oldukça keyifli bir proje oldu. Emeği geçen ve bize bu fırsatı sağlayan Koç Holding İK Direktörlüğü'ne ve yönetimine de ayrıca teşekkür ediyorum.

Koçtaş, hızlı ve etkin bir dijital dönüşüm gerçekleştiriyor ve bu dinamik süreç ritmini düşürmeden devam ediyor. 2020 yılında, dijital kanallarda yakalanan büyüme önemli bir ivme kazandı. 2021 yılını Koçtaş'ın "teknoloji yılı" olarak konumlandırdığınızı belirttiniz. Sizden dijital dönüşüm stratejilerinizi ve bu yöndeki uygulamalarınızın şirketteki etkilerini dinleyebilir miyiz?

Dünyada yeni perakendenin ve çok kanallı perakendeciliğin gelişimiyle çok daha fazla sayıda müşteriye dokunulan bir dönüşüm süreci yaşanıyor.
Perakende sektörü dijital dönüşüm yarışında bayrağı taşıyan sektörlerden bir tanesi... Tüm iş yapış biçimleri hızlı bir şekilde dijitalleşiyor ve dijital teknolojiler ekseninde yeniden yapılanıyor.
Covid-19 süreciyle beraber tüm dünyada tüketici davranışları hızla dijitalleşirken, bu süreçte temassız ve güvenilir alışveriş özelliğiyle e-ticarette de ciddi büyümeler yaşandı. Karantina sürecinin başlamasıyla beraber insanların evde geçirdiği süre arttı ve tüketiciler bu sürede hem yaşam alanlarını güzelleştirmek hem de eksikleri gidermek için alışverişe yöneldiler. Daha önce dijital dünyayla ilgisi olmayan bir kesimin de bu süreçte online kanalda aktif rol aldığını söyleyebiliriz. Burada yaşatılan deneyim, kullanıcının sadık bir müşteri mi yoksa tek seferlik bir müşteri mi olacağı konusunda oldukça önemli bir kriter hâline geldi.

"Yıllar önce başlattığımız dijital dönüşüm çalışmalarının ve bu zamana kadar yaptığımız yatırımın meyvelerini bu dönemde aldık."

Ev geliştirme perakendeciliğinin lideri olarak, 2016 yılında Koç Holding'in liderliğinde "Dijital Dönüşüm" sürecimize start verip Ar-Ge merkezimizdeki iç kaynaklarımız ile projelerimizi hayata geçirmeye başlamıştık. Fiziksel mağazalarımızla dijital kanallarımızı entegre etmek için başlattığımız bu yolculukta emin adımlara ilerliyoruz. Müşterimizin hangi alışveriş kanalını tercih ettiği fark etmeksizin alışveriş deneyiminin kusursuz olmasını sağlamak için tüm birimlerimiz entegre bir şekilde çalışıyor. Pandemiyle birlikte dijitalin hayatımızın vazgeçilmezi hâline geldiği bu noktada, hem iş süreçlerinin yalınlaştırılması hem de müşteriye dokunan tüm süreçlerde hız, esneklik ve kolaylık sağlamak her kurumun ana öncelikleri olmalı.
Teknoloji ile birlikte çalışan ve müşteri deneyimine yönelik tüm süreçlerde yalınlık, sadeleşme, hız, uygulanabilirlik üzerine çalışmalarımız bulunuyor. Teknolojiden her alanda sonuna kadar yararlanmak istiyoruz.
Yıllar önce başlattığımız dijital dönüşüm çalışmalarının ve bu zamana kadar yaptığımız 100 milyon TL'lik yatırımın meyvelerini almaya başladık.



Pandemi öncesi online satış oranımız, mağazalarımızda bulunan hızlı sipariş ekranı kiosk dâhil yüzde 8 düzeyindeydi. Pandemi sonrasında bu oran yüzde 9,5'a kadar yükseldi. Mobil, web ve kiosktan oluşan dijital kanallarımızda önceki yıla göre yüzde 70 artış yakaladık. 2021 yılında tüm yatırımlarımızın yüzde 30'unu dijitale ayırmayı ve dijital kanalda yüzde 75 büyümeyi planlıyoruz. Yapmakta olduğumuz yatırımlarla yeni ürün ve hizmet kapasitemizi ve hızımızı artırdığımızı görüyoruz.

KoçDigital ile birlikte devreye aldığınız "Fit120 Stok Yönetimi" Projesi'nin arka planında çok önemli bir veri analizi teknolojisi yer alıyor. Bu projenin detaylarından ve elde ettiğiniz kazanımlardan kısaca bahseder misiniz? Dinamik ürün yönetimi açısından projeden beklentileriniz nelerdir?

Önceliği daima müşterilerinin memnuniyeti olan bir şirket olarak yapılan her çalışma ve geliştirilen her projede odağımıza müşterilerimizi alıyoruz. 2019 yılında devreye aldığımız ve stok yönetimi ile başlayan Fit120 Projesi, proje sırasında tüm süreçlere dokunan bir transformasyona dönüştü. Müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerini çok iyi analiz ederek, yıllardır biriken milyonlarca veriyi analiz ederek karar mekanizmalarımızı oluşturduk. Yeni adıyla Fit100 projesi, stoklardan kaynaklı finansman giderleri, ürün yönetimi, mağaza planlama, fiyatlandırma ve kampanya yönetimi gibi birçok alanda bize ciddi farklılıklar ve faydalar sağladı. Proje aşamasında belirlediğimiz inisiyatifleri geliştirerek ilerlemeye devam ediyoruz. Bu etkili ürün yönetimi Koçtaş'ın iş yapma kültürünün artık ayrılmaz bir parçası... KoçDigital ile birlikte projeye başlamadan önce 159 olan stok gün sayımızı bugün 50 gün azaltarak 109'a taşıdık ve son 10 yılın en düşük seviyesine ulaştık. Önümüzdeki dönemde pandemiye rağmen stok gün sayımızı yıl içinde değişen koşullara karşılık geliştirdiğimiz farklı inisiyatiflerle birlikte 90 güne düşürmeyi hedefliyoruz. Bu, Koçtaş açısından çok önemli bir kazanım... Koçtaş'ın müşteri deneyimini zenginleştirme yolunda analitik katkılarıyla öne çıkan KoçDigital ile birlikte Fit100 projesini hayata geçirmekten son derece memnunuz. Fit100 projemiz süreç iyileştirmeleri, yeni insiyatiflerin devreye alınması ve sistem güncellemelerinin yanı sıra stok yönetimine getirdiği yenilikçi yaklaşım ile de dikkat çekiyor.

2021'in ilk aylarındayız. Pandemi dolayısıyla, çoğu sektörde, yılın geri kalanıyla ilgili net bir öngörüde bulunmak, önceki yıllara oranla daha büyük bir çabayı gerekli kılıyor. Kendi sektörünüz açısından 2021 yılını hem dünya genelinde hem de Türkiye özelinde nasıl değerlendiriyorsunuz?

733 bin dolayında işletmenin faaliyet gösterdiği, 931 milyar TL cirosu ve 2 milyonun üzerinde çalışanıyla perakende sektörü, ülkemizin en önemli sektörlerinden biri...

Pandeminin etkilerinin 2021 yılında da devam edeceği açık... Zorunlu sektörler dışında mağazaların hafta sonu kapalı olması sektörü olumsuz etkiliyor. Bunun hafta içi gibi saatlik kısıtlamalara dönüştürülmesi her açıdan yararlı olacaktır. E-ticarete yönelik ilgi devam edecektir ama bu kanalda da yatırım ve masrafların çok olması nedeniyle kârlılık konusu önemli... Bu yüzden kısıtlamaların devamı şu noktada en büyük risk... Ticaret hayatı kısıtlanıyor, iş yapma zorlaşıyor ve kârlılıklar azalıyor. Bu yüzden devlet teşviklerinin devamı çok kritik bir önem taşıyor. Covid-19'in bir şekilde hayatımızdan çıkmasıyla başta turizm ve perakende sektörü olmak üzere ciddi bir ivmelenme olacağını düşünüyorum.

Pandemiyle birlikte daha önce dijital dünyayla ilgisi olmayan yüzde 22'lik bir kesim ilk defa online kanalda aktif rol aldı. Kargo ve lojistik hizmetleri hiç olmadığı kadar önemli bir noktaya geldi. Müşteri odaklı yaklaşım, hızlı ve sorunsuz teslimat büyük önem kazandı. 2021 yılı da müşterilerin; mağazalara gittiğinde ürün bulunurluğuna daha çok dikkat edeceği, güvenilir markalardan alışveriş yapma isteğinin artacağı, alışverişlerini hızlıca tamamlamak isteyeceği ve sosyal mesafenin devam edeceği bir yıl olacak. Müşteri deneyimi, dijitalleşme, tedarik zinciri, lojistik ağı ve verimlilik çalışmalarının ve yatırımlarının daha da hızlanacağını, bu yatırımlarda geri kalmış markaların ayakta kalamayacağını öngörüyoruz.

Koçtaş olarak 2019 yılında hayata geçirdiğimiz "Sıfır Bazlı Bütçeleme" programı, iş yapış biçimlerimize yenilikçi bir bakış açısı getirdi. "Bu gerçekten gerekli mi?", "Bunu farklı şekilde yapabilir miyiz?", "Neleri bırakmalı ve nereye daha çok yatırım yapmalıyız?" gibi soruları ön kabulsüz bir şekilde sorarak yıllardır alışılagelmiş işleri radikal biçimde değiştirebildiğimizi ve ciddi bir kaynak yaratabildiğimizi gördük. İçinde bulunduğumuz dönemde bu tür projeler şirketlerin hızla gündemlerine alması ve titizlikle üzerinde çalışması gereken projeler...

2021 yılı için en önemli konunun "belirsizliklerin yönetilmesi"

olacağını düşünüyorum. 2020 yılında karşılaştığımız pandemi, büyük bir belirsizlik ortamı doğurdu ve 2021 yılının ilk yarıyılında da bu belirsizliğin devam edeceği aşikâr... Buna rağmen bu belirsizlik ortamı bizlere yeni öğrenimler kazandırdı. En önemli kazanımımız ise verilere dayalı hızlı karar alma yetkinliğimizi ve aksiyona geçebilme kabiliyetimizi artırmak oldu. Belirsizliğin ve risklerin arttığı, iş yapış biçimlerini zorlaştığı bu dönemin, müşterisini iyi tanıyan, işletme sermayesi yönetiminde güçlü, dijital yatırımlarına devam eden, çalışanın gelişimi ve mutluluğuna sürekli yatırım yapan bizim gibi şirketlere, kârlı büyüme açısından birçok fırsatı beraberinde getireceğini düşünüyorum.

Tahmin edilen bu sektör tablosu, Koçtaş olarak sizin planlarınızı nasıl yönlendirdi? Örneğin, 25. yaşını kutlayan Koçtaş'ın 2021 yılı ve uzun vadeli hedeflerini, bu hedefleri doğrultusundaki planlarını ve önceliklerini ana yönleriyle sizden dinleyebilir miyiz?

2020 yılı bizim için "sıfır baz" yılıydı. Yaklaşık 2 yıldır uyguladığımız "Sıfır Bazlı Bütçeleme" programı ile kaynak verimliliğimizi artırdık ve ek kaynaklar yaratabildiğimizi gördük. Sürdürülebilir şekilde mevcut kaynakların verimliliğini artırma, değişen müşteri ihtiyaçları, rekabet koşulları ve dijital dönüşüm esaslarına göre iş yapış şekillerini gözden geçirme ve geliştirme prensibini aktif şekilde uygulayarak Sıfır Bazlı Bütçeleme ile 2019 yılından beri kira hariç toplam masraf bazımızın yüzde 7'si kadar kaynak yarattık.

2021 yılını da yarattığımız Sıfır Bazlı Bütçeleme yaklaşımı sonucu elde ettiğimiz ek kaynaklarla, dijital yatırımlarımıza daha da hız vererek "teknoloji yılı" ilan ettik. Dijital dönüşüm, çoklu kanal yapılanması ve mağazalaşma bir süredir odağımızda olan ve 2021 yılında da yatırım yapmayı sürdüreceğimiz öncelikli alanlarımız... 2021 yılında tüm yatırımlarımızın yüzde 30'unu dijitale ayırmayı ve dijital kanalda yüzde 75 büyümeyi planlıyoruz.

Koçtaş olarak sürdürülebilir ve kârlı büyümeye odaklandığımız bu dönemde teknolojik bir şirkete dönüşüm sürecimize hız verdik. Uzun vadede global ayak izlerini görebilen, çalışan ve müşteri deneyimine her zaman olduğu gibi yatırım yapmayı sürdüren ve bunu sürekli kılan, lojistik platformu yatırımlarını hızlandıran, değer yaratan bir marka olmayı hedefliyoruz.

Koçtaş Fix ile büyümemizi sürdürürken henüz faaliyet göstermediğimiz illerde müşterilerimizin taleplerini değerlendirerek büyük Koçtaş mağazası açılışlarına da devam edeceğiz. 2020 yılında, yeni normal sonrası müşteri ve veri analitiği çalışmaları sonrasında, mağaza bazlı planogram esaslarını uygulayarak 3 bin m² büyüklüğünde ilk "Medium Box" Koçtaş mağazamızı Ankara Bilkent'te açtık. Bu zorlu dönemde hem dijital kanallarımız hem de yaygınlaşan mağaza ağımızla çok daha kolay ulaşılabilir olurken, istihdama ve ülke ekonomisine, yerli tedarikçilerimizin gelişimine de katkı sağlamayı sürdürüyoruz. 2021 yılında 100 yeni mağaza açacağız. 2023 yılına geldiğimizde mağaza sayımızı 3 kat artırarak toplam 600 mağaza ve buna paralel olarak yaklaşık 4 bin çalışanımız ile mevcut ve yeni müşterilerimize en iyi markaları en uygun fiyatlarla sunmaya devam edeceğiz.

Pandemi koşulları sosyal sorumluluk taşıyan bir marka olmanın, topluma katkı sağlayan projeleri hayata

"2021 yılında 100 yeni mağaza açacağız. 2023 yılına geldiğimizde ise mağaza sayımızı 3 kat artırarak toplam 600 mağazaya ulaşmayı hedefliyoruz."

"Adına 'Yanı Başında' dediğimiz programımızla, 2020'de, farklı illerden 7 okulumuza yardım elimizi uzattık. Perakendeciliğe başlamamızın 25. yılında hedefimiz, 25 okulumuzun daha 'Yanı Başında' olmak."

geçirerek ülkemize hizmet etmenin en önemli yatırımlardan biri olduğunu tekrar hatırlattı. Günümüze kadar süregelen yardımlarımızı tek bir çatı altında toplamaya ve odağımızı keskinleştirmeye odaklandık.
"Yaşamın olduğu her yeri geliştirmek ve güzelleştirmek" misyonumuzdan hareketle, ihtiyaç sahibi okulların sınıflarını güzelleştirmek için kolları sıvadık. Adına "Yanı Başında" dediğimiz programımız aracılığıyla 2020 yılında Denizli, Diyarbakır, Eskişehir, İzmir, Mardin Sakarya ve Şanlıurfa illerimizde bulunan 7 okulumuza yardım elimizi uzattık. Perakendeciliğe başlamamızın 25. yılında bu seneki hedefimiz, 25 okulumuzun daha "Yanı Başında" olmak.

Koçtaş Fix'i ve bu format aracılığıyla çoklu kanal yapılanma çalışmalarınızı anlatabilir misiniz?

Mahalleli mağaza formatımız Koçtaş Fix, çoklu kanal yapılanmamızın ve sürdürülebilir kârlı büyüme hedefimizin en önemli bacaklarından biri... Koçtaş Fix mağazalarımızda, en çok satan 5 bin ürünümüz yer alıyor. Müşterilerimize, hızlı sipariş ekranlarımızda bulabilecekleri yürüme bandından oto lastiğe, mobilyadan elektrikli el aletlerine kadar 100 bine yakın ürünü teslim edebiliyoruz. Aynı zamanda mahallelerdeki Koçtaş Fix mağazalarımızla nakliye, montaj gibi tüm satış sonrası hizmetler ve toptan satışlar konusunda müşterilerimize kolaylık sağlıyoruz.
Koçtaş Fix mağazalarımız, büyük formatlı mağazalarımız, mağazalarda yer alan kiosklarımız, Koçtaş mobil uygulamamız, koctas.com.tr ve Koçtaş Çözüm Merkezi'nden oluşan çoklu kanal yapılanmamız entegre bir şekilde çalışıyor. Müşterimizin hangi alışveriş kanalını tercih ettiği fark etmeksizin alışveriş deneyiminin kusursuz olmasını sağlamak üzere tüm birimlerimizle çok büyük bir gayret gösteriyoruz.
Çoklu kanal yapılanmamızın bir çıktısı olarak, bu sene içinde e-ihracat alanında yapacağımız çalışmalar ile global bir şirket olma stratejimizin adımlarını da atmak istiyoruz.
Aynı zamanda B2B ve toptan satış kanalımızda pandemiye rağmen 2020 yılında yüzde 30 büyüdük. Bu alanda ciddi fırsat olduğunu görüyoruz. Kurduğumuz çevik takımla birlikte satın alma, mağaza, dijital pazarlama, e-ticaret alandaki tüm arkadaşlarımızın ortak aklı ve çabasıyla bu alandaki büyümemizi dijital yetkinliklerimizden daha fazla yararlanarak üç basamaklı sayılara ulaştırmayı hedefliyoruz. Planladığımız bu büyüme yolculuğunda, odağına her zaman olduğu gibi müşterilerimizi koyduk. Taleplerini, önerilerini ve şikâyetlerini dinleyerek kalıcı ve sürdürülebilir çözümler ürettik. Sadakat kart programı ile uzun soluklu iş birlikleri oluşturmanın yanında, harcadıkça kazandıran modelimiz sayesinde müşterilerimizin özel hissetmelerini, daha fazla alışveriş ve bizleri ziyaret etmelerini sağladık. Geniş bir ürün gamı yönetimiyle ihtiyaçlarını karşılayacak çözümler geliştirdik. Müşteri satış temsilcilikleri oluşturarak ticaretin devamlılığının yanında samimi bir iletişim ortamı oluşturarak onları daha fazla anlamaya çaba gösterdik.

DEV SERBEST TİCARET ANLAŞMASI DENGELERİ DEĞİŞTİRECEK Mİ?

BİR YANDA COVID-19 PANDEMİSİ DİĞER YANDA ÇİN İLE ABD ARASINDAKİ TİCARET SAVAŞLARI SÜRERKEN DÜNYA EKONOMİSİNDE YENİ BİR PENCERE AÇILDI. HERKESİN GLOBAL EKONOMİDE ASYA'NIN YÜKSELİŞİNİ KONUŞTUĞU BİR SIRADA SEKİZ YILLIK MÜZAKERELERİN SONUCU OLARAK YAPILAN BÖLGESEL KAPSAMLI EKONOMİK ORTAKLIK (RCEP) ANLAŞMASI, DÜNYADA TİCARET DENGELERİNİ DEĞİŞTİRMEYE ADAY...

YAZI
Yasemin Balaban

Geçen yılın sonlarında, herkes COVID-19 aşısı gündemine kilitlenmişken yapılan ticari bir anlaşma dünyanın dengelerini değiştirebilecek güçte. Asya-Pasifik bölgesindeki 15 ülkeyi kapsayan bu serbest ticaret anlaşması, tarihin en büyük ticari anlaşması olarak kayıtlara geçti. Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık (RCEP) anlaşması, Çin'in taraf olduğu ilk anlaşma olması nedeniyle de önem taşıyor.

Müzakereleri 2012 yılında başlayan RCEP, ancak geçen yılın kasım ayında imzalanabildi. 2,1 milyarlık nüfusu, dünya GSYİH'sinin yüzde 30'unu temsil eden bu ticaret ortaklığı, Çin'in de işin içinde olması nedeniyle dünya ekonomik haritasını yeniden çizecek gibi gözüküyor.

Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN) üyeleri olan Brunei, Kamboçya, Endonezya, Laos, Malezya, Myanmar, Filipinler, Singapur, Tayland ve Vietnam'ın yanı sıra Avustralya, Çin, Japonya, Güney Kore ve Yeni Zelanda da RCEP'in ortakları... Böylece ASEAN üyelerinin hepsinin diğer beş ülkeyle bire bir olan ticaret anlaşmalarına RCEP de eklenmiş oldu. Başından beri müzakerelerin içinde olan Hindistan ise 2019 yılında çekildi, ancak yeniden katılabilme olasılığı da bulunuyor.

Çin için yeni bir açılım

Çin bugüne dek genellikle iki-taraflı ticaret anlaşmalarını tercih ederken, RCEP ile ilk defa bölgesel çok taraflı bir anlaşmaya imza atmış oldu. Bu şekilde Batı'da çok taraflılığın zayıfladığı bir dönemde, Çin'in ve bölge ülkelerinin bu hamlesi Asya yeniden yükselirken önemli bir adım olarak değerlendiriliyor. Bununla birlikte Çin, Japonya ve Güney Kore üçlü bir serbest ticaret anlaşması için 2012'den bu yana görüşmelere devam ediyor.

2012 yılında çıkış noktası itibarıyla ticaret standartlarının uyumlulaştırılmasını hedefleyen anlaşma, nihai hâliyle üyeler arasında ticari engelleri kaldırmayı, tarifeleri yüzde 96 oranında bertaraf etmeyi ve maliyetleri azaltmayı vaat ediyor. Anlaşma gereğince ülkeler gelecek yıllarda aralarında uygulanan gümrükleri kademeli olarak düşürecek; ortak ticaret kuralları sayesinde lojistik kolaylaştırılacak. Anlaşma; ticaret, hizmetler, yatırımlar, e-ticaret, telekomünikasyon ve telif hakları gibi alanları kapsıyor.

RCEP'TEN SATIR BAŞLARI

- Dünyanın en büyük serbest ticaret anlaşması. Yeni ticari blok, ABD – Meksika – Kanada ortaklığından ve Avrupa Birliği'nden daha büyük olacak.
- Müzakereler 2012 yılında başladı. 46 müzakere ve 19 bakanlık düzeyinde görüşmenin ardından 15 Kasım 2020'de imzalandı.
- Anlaşmaya 15 ülke imza attı. Bu ülkelerin toplam nüfusu ise 2,1 milyar.
- Üye ülkeler toplam 26,2 trilyon dolarlık GSYİH ile dünyanın yüzde 30'unu oluşturuyor.
- RCEP Çin, Japonya, Güney Kore ve Endonezya gibi Asya'nın büyük ekonomileri arasındaki ilk serbest ticaret anlaşması.

Bununla birlikte Peterson Institute for International Economics uzmanlarına göre anlaşmaya taraf ülkeler 2030 yılında ulusal gelirlerine 186 milyar dolar eklerken GSYH'lerini yüzde 0,2 artıracak. Bu çerçevede Çin'in gelirini yaklaşık 85 milyar dolar, Japonya'nın 48 milyar dolar ve Güney Kore'nin 23 milyar dolar artıracağı hesaplanıyor.

İlişkiler yeniden şekilleniyor

Bu anlaşma Çin'in de dâhil olması yüzünden en önemlisi olsa da bölgedeki ilk anlaşma değil. Daha önce Trans-Pasifik adıyla müzakerelerine başlanan, daha sonra ABD'nin çekilmesiyle adı değişen Kapsamlı Yenilikçi Trans Pasifik Ortaklık Anlaşması (CPTPP) 30 Aralık 2018'de imzalandı. Meksika, Japonya, Yeni Zelanda, Kanada, Avustralya, Singapur, Brunei, Şili, Malezya, Peru ve Vietnam'ı içine alan bu anlaşmayla başlayan süreç yeni bir açılımla devam ediyor.

Peterson Institute for International Economics'in "East Asia Decouples from the United States: Trade War, COVID-19, and East Asia's New Trade Blocs" (Doğu Asya ABD'den Uzaklaşıyor: Ticaret Savaşı, COVID-19 ve Doğu Asya'nın Yeni Ticari Blokları) başlıklı raporunda şu ifadeler yer alıyor: "Derinleşen ABD-Çin ticaret savaşı ve COVID-19 ile artan milliyetçi tepkiler, küresel ekonomik ilişkileri yeniden şekillendiriyor. İki yeni mega bölge ticaret anlaşması olan CPTPP ve RCEP, Doğu Asya bölgesindeki ekonomik bağlara yeniden odaklanılmasını sağlayacak önemli gelişmeleri oluşturuyor. Bir zamanlar anlaşmalar için kritik ülkeler olarak görülen ABD ve Hindistan her ikisinde de yer almadı. Bu anlaşmalar Çin, Japonya ve Güney Kore için özellikle büyük faydalar sağlarken ABD ve Hindistan için kayıp olacak. ABD-Çin ticaret savaşlarının 2030 yılına kadar yıllık 301 milyar dolar global kayıp yaratacağını hesaplıyorduk. Yeni anlaşmalar, ABD ve Çin dışındaki ülkeler için savaşın etkilerini dengeleyecek. Ticaret savaşı, Doğu Asya'yı güçlendirdiği için RCEP'i özellikle değerli kılıyor. Karşılıklı ilişki, üyeler arasındaki ticareti 428 milyar dolar artırırken üye olmayanlar arasındaki ticaretin 48 milyar dolar azalmasına yol açıyor. Bu değişimler bölgesel bağları 1990'larda önerilen kurumsal düzenlemelere doğru yakınlaştırıyor ve Çin, Japonya ve Güney

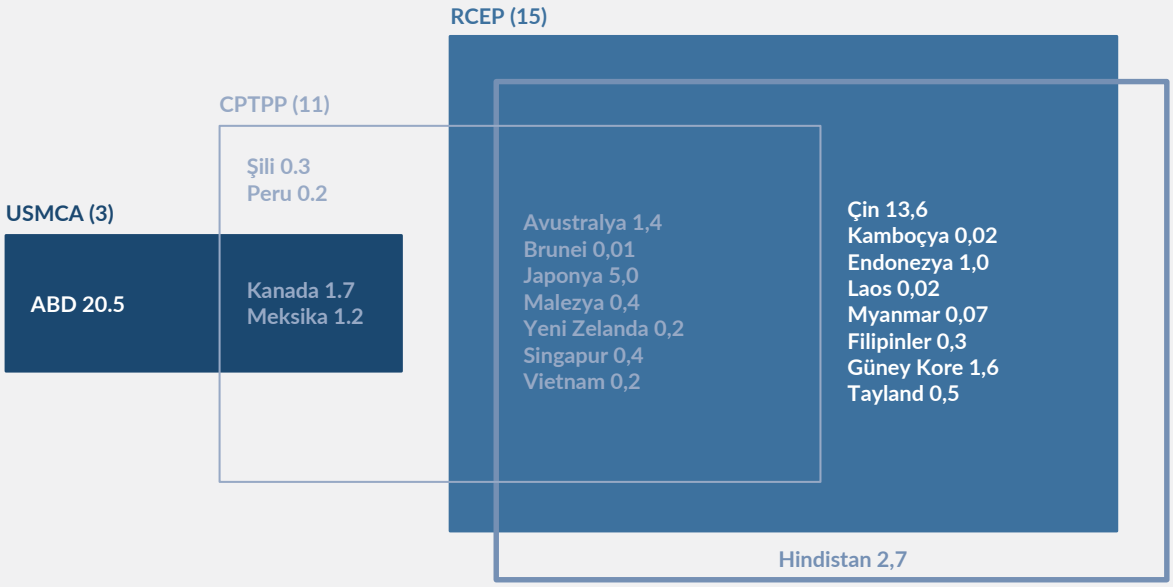
Kore arasında iş birliğini daha fazla teşvik ediyor."
Pandeminin küresel ekonomi üzerindeki en olumsuz etkilerinden biri tedarik zincirindeki sıkıntılar oldu. Ülkelerin ham madde ya da ara ürün açısından birbirine bağımlı olması, en ufak aksamada üretimleri ve son ürün arzını doğrudan etkiledi. RCEP'in sekiz yılın ardından tam da pandeminin ortasında imzalanmasında bu sıkıntıların aşılması çabasının etkili olduğu düşünülüyor.

Bölgedeki yabancı şirketler için de önemli

RCEP anlaşması, kuşkusuz bölgede yatırımı olan ya da bu ülkeler ile dış ticaret ilişkisi içinde bulunan şirketleri de yakından ilgilendiriyor. Bu doğrultuda 18 Ocak'ta Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) tarafından düzenlenen "Yeniden Asya, Türkiye'nin Asya Ülkeleri ile Ticaretinin Geliştirilmesinde Yeni Perspektifler" toplantısında Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın değindiği konulardan biri de RCEP oldu.
Salgın sonrası dönemde özellikle bölgesel çapta ticaret anlaşmalarının daha fazla telaffuz edileceğinin, ekonomik bloklaşmaların ön plana çıkacağı yeni bir döneme girileceğinin öngörüldüğünü belirten Pekcan, RCEP ile kurulan serbest ticaret rejiminin, kapsamlı bir içerikle faaliyete geçtiği anda dünya nüfusu ve üretim hacminin yaklaşık yüzde 30'unun bulunduğu bir ekonomik alan oluşturacağını ve yaklaşık 20 yılda gümrük vergilerinin sıfırlanmasının planlandığını hatırlattı. Pekcan, bakanlık olarak RCEP

Küresel tedarik zincirinde pandemiyle birlikte yaşanan sıkıntılar, birçok ülkeyi farklı çözümler aramaya yöneltti. RCEP Anlaşması bu çerçevede üye ülkelerin önünde yeni kanallar açabilir.

Amerika, Asya ve Pasifik'teki bölgesel ticaret anlaşmaları
(Üye ülkelerin 2018 yılı GSYİH'leri, trilyon dolar)



CPTPP: Kapsamlı Yenilikçi Trans Pasifik Ortaklık Anlaşması
RCEP: Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık
USMCA: ABD-Meksika-Kanada Anlaşması

Kaynak: Peterson Insitute for International Economics; Haziran 2020

Joschka Fischer

Almanya'nın eski dışişleri bakanlarından Joschka Fisher'a göre yeni serbest ticaret anlaşması, jeopolitik dengeleri etkileyecek.

Anlaşması'nın Türkiye'ye olası etkileri ile barındırdığı tehdit ve fırsatları yakından izlediklerini, aynı zamanda DEİK bünyesindeki ilgili 7 iş konseyi ve ASEAN Çalışma Grubu ile istişarelerini yürüttüklerini anlattı.

ABD olumsuz etkilenecek

Asya-Pasifik bölgesinde oluşan yeni ticari blok, dünyanın en büyük ikinci ekonomisi hâline gelen, şimdilerde liderliğe oturup oturmayacağı tartışılan Çin'in elinin ne kadar güçlendiği tartışmalarını da gündeme getirdi. Çoğu uzman, ABD'yle savaşta bu ülkenin öne geçtiğini düşünüyor. ABD'nin eski başkanlarından Barack Obama'nın büyük önem verdiği Trans-Pasifik Anlaşması'ndan Donald Trump'ın ülkesini çekmesiyle oluşan boşluğu RCEP'in doldurduğu, öne sürülen argümanlardan biri... Bu anlaşmanın Çin'in elini daha da güçlendiren bir hamle olduğu düşüncesi de yaygın destek görüyor. Birçok uzman Obama'nın öngörüyle başladığı işi Trump'ın kesip atması yüzünden ABD'nin RCEP anlaşmasından zarar göreceği yorumunu yapıyor.

Almanya'nın eski dışişleri bakanlarından Joschka Fischer da Project Syndicate tarafından dağıtımı yapılan makalesinde Çin'in kriz yılından güçlenerek çıktığını söylüyor. 1 Aralık 2020 tarihli "Çin 2020'yi Kazandı" başlıklı yazısında Fischer, "Radikal önlemleri kullanan Çin'in otoriter tek partili devleti, hızla COVID-19'u kontrol altına aldı ve ekonomiyi yeniden yoluna sokarak, neredeyse tamamen normal hayata dönmesini sağladı" diyor. ABD'yle ticaret savaşından da az zararla çıktığına işaret eden Fischer, Trump 2019'da gümrük vergilerini artırınca Çin'in ABD'den 200 milyar dolarlık alım sözü vermesini hatırlatıyor. RCEP'i Çin'in kendisini dünyanın en büyük serbest ticaret bölgesinin merkezine yerleştirecek bir ticaret anlaşması olarak tanımlayan Fischer, şunları söylüyor: "Yeni bir serbest ticaret bölgesi ile yeni jeopolitik gerçekler gelecek. Çin, Pasifik bölgesindeki konumunu güçlendirecek."

Biden'ın yaklaşımı önemli

Anlaşmanın en önemli tarafının Çin'in katılımı olduğunu söyleyen, olumsuz taraflarına dikkat çekerek çok taraflı ticaret sistemini zayıflatabileceği uyarısını yapanlar da var. Kore Üniversitesi ekonomi profesörlerinden, Asya Kalkınma Bankası'nın eski baş ekonomisti ve Güney Kore eski başkanlık danışmanlarından Lee Jong-Wha, anlaşmanın sınırları olduğundan bahsediyor. Project Syndicate tarafından dağıtımı yapılan, "The Limits of RCEP" (RCEP'in Sınırları) başlıklı makalesinde "Katılımcı ülkeler için bile büyük ekonomik faydalar sağlamayacak" diyen Jong-Wha, RCEP'in çok taraflılığı canlandırmayacağına dikkat çekiyor. Aksine, ticaretin serbestleştirilmesine yönelik bir iştahı yansıtmasına rağmen, bölgesel ticaret bloklarının çoğalmasıyla çok taraflı ticaret sisteminin zayıflayabileceğine işaret eden profesör, böyle blokların zorunlu olarak imzacı olmayanları dışladığını hatırlatıyor. "Dünyanın geri kalanı katkıda bulunmalı ve ABD öncülük etmeli" diyen Jong-Wha, Biden'ın çok taraflı bir sistem için çok ihtiyaç duyulan reformları destekleyerek tamamen farklı bir yaklaşım benimsemesi gerektiğini söylüyor. Yeni

Lee Jong-Wha

Asya Kalkınma Bankası'nın eski baş ekonomisti Lee Jong-Wha, RCEP benzeri anlaşmaların dünyadaki çok taraflı ticaret sistemini zayıflatabileceği endişesini taşıyor.

FOTOĞRAF: ASEAN

RCEP anlaşmasına imza atan ülkelerin liderleri, pandemi başlamadan hemen önce Tayland'da bir araya gelmişti.

ABD başkanının, çok taraflılığa açık bir bağlılık ifade ettiğini, ancak Çin'e karşı sert olacağını da belirttiğini hatırlatan Jong-Wha, bunun RCEP ve daha geniş anlamda çok taraflılık için ciddi riskler doğurduğunu öne sürüyor ve şunları söylüyor: "Trump yönetimi altında ortaya çıkan Çin-Amerikan ticaret çatışması, sadece her iki taraf için değil, aynı zamanda küresel ekonominin geri kalanı için de son derece zararlı oldu. ABD kendi iyiliği için Çin'in kaçınılmaz ekonomik ve teknolojik yükselişini sınırlamaya çalışmaktan vazgeçmeli ve bunun yerine ülkeyi pazarlarını daha da açmaya ve küresel kural ve normlara uymaya ikna etmeye odaklanmalı. Bu ancak ABD, müttefikleriyle ilişkilerini güçlendirir ve Dünya Ticaret Örgütü gibi kurumlara bağlılığını derinleştirirse mümkün olacaktır."

Çin, 2020 yılının son günlerinde Avrupa Birliği ile de yeni bir anlaşma yaptı. Bu anlaşma, AB'nin Çin ile ekonomik ilişkileri modernize etme yönündeki en kapsamlı girişimi.

Hindistan katılmadı

Müzakerelerin başından beri sürecin içinde olan Hindistan, 2019 yılında ortaklığa girmekten vazgeçti. Gerekçe ise Çin'in ucuz mallarla ülkeye girmesinden duydukları endişeydi. Hindistan, RCEP üyesi olan Japonya, Güney Kore ve ASEAN ile daha önce serbest ticaret anlaşmaları imzalayıp, bunlardan fayda da sağlamış olmasına rağmen eleştirilerin odak noktası ülkenin verdiği dış ticaret açığı ve Çin'den gelen denetimsiz ithalat ürünleri oldu.
Bu ülkeler Hindistan'da üretim yapmayı reddederken Hindistan Dışişleri Bakanı Subrahmanyam Jaishankar ise ticaret anlaşmalarının sanayileşmenin azalmasına yol açtığını söylüyordu. Hintli çiftçilerin Avustralya ve Yeni Zelanda'daki rekabet kapasitesi yüksek çiftliklere karşı çaresiz kalma korkusu da anlaşmadan çekilmenin nedenlerinden biriydi.
Ancak anlaşmada Hindistan için kapıların açık bırakılması nedeniyle bu durumun önümüzdeki dönemde değişmesi ihtimal dâhilinde

Çin, AB ile de yeni bir anlaşma yaptı

Diğer yandan geçen yılın önemli uluslararası ekonomik gelişmelerinden bir diğeri de Çin ve Avrupa Birliği (AB) arasında yapılan yatırım anlaşması oldu. Comprehensive Agreement On Investment (CAI) isimli, 2014 yılından beri görüşmeleri sürdürülen anlaşma, 30 Aralık 2020 günü sonuca bağlandı. Söz konusu anlaşma, AB'nin Çin ile ekonomik ilişkileri modernize etme yönündeki en kapsamlı girişimi olma niteliğini taşıyor. Anlaşma kapsamında, Avrupalı şirketlerin Çin pazarına girmesinin kolaylaşması öngörülüyor. Aynı zamanda birlikte daha adil rekabet şartları ve yeni iş fırsatları mümkün kılınacak. Görüşmeler sonunda yayınlanan bildiride Çin'in AB yatırımcıları için eşi görülmemiş seviyede piyasa erişimi taahhüt ettiğine işaret edilerek Çin kamu şirketlerine açık yükümlülükler getirildiği, zorla teknoloji transferi ve diğer piyasa bozucu uygulamaları yasakladığı, kamu desteklerini daha şeffaf hâle getirdiği vurgulandı.
Uzmanlar Çin'in tarihindeki en büyük imtiyazı bu anlaşmayla AB'ye verdiğine dikkat çekerken burada siyasi bir strateji olduğunun, kendisine karşı yapılacak ittifaklar için önlem aldığının altı çiziliyor. Birbiri ardına gelen bu anlaşmalar, küresel ekonominin yeni bir çağa girdiğinin de işareti. Pandemiden sonra oluşacak yeni dünya, küresel ticaret tarafında da bambaşka bir tablo oluşturacak gibi gözüküyor.

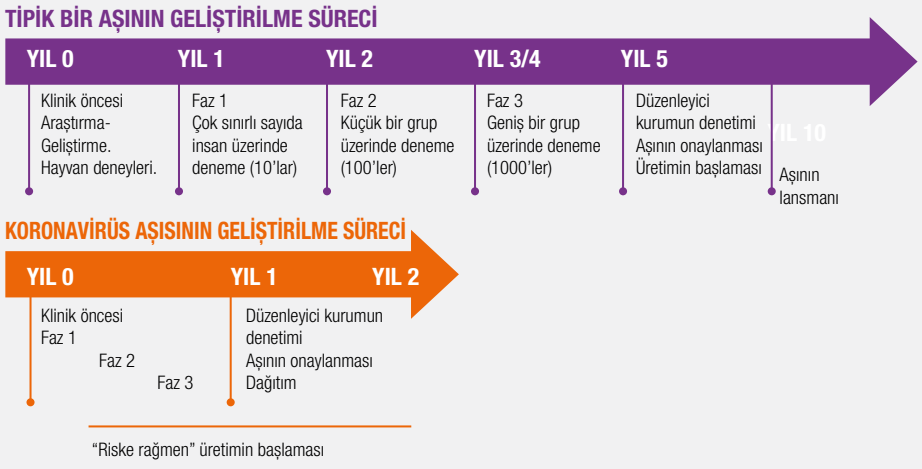
TARİHİN EN BÜYÜK AŞI KAMPANYASI ETKİLİ OLACAK MI?

Pandemiye karşı geliştirilen aşılar, geleceğe dönük umut yarattı. Bir yıldan kısa sürede gelen bu başarının arkasında tüm dünyanın seferber olması yatıyor. Virüsün yeni varyantlarına paralel olarak akıllardaki sorular çoğalsa da küresel ölçekte aşılama başladıktan sonra gelen ilk veriler olumlu... Ancak pandeminin tam anlamıyla geride bırakılması için uluslararası iş birliğinin güçlendirilmesi ihtiyacı, kendini giderek daha fazla hissettiriyor.

YAZI
Yasemin Balaban

Covid-19 aşıları birçok ülkede uygulanmaya başlandı. Bu geleceğe dair umut sağlarken aşıların yeni varyantlar karşısındaki etkisi merakla izleniyor.

Dünya tarihinde hiçbir aşı bu kadar heyecanla beklenmemişti. Hiçbir aşıya bu kadar talep olmamıştı. Aylardır milyarlarca insanın dikkatle takip ettiği Covid-19 aşıları uygulanmaya devam ederken hem umutlar hem soru işaretleri artıyor: Aşı gerçekten işe yarayacak mı? Bizi ne kadar süreyle koruyacak? Beklenmedik yan etkilerle karşılaşılır mıyız? Uygulanmaya başlanan aşılar, yeni varyasyonlar karşısında etkili mi? Normal hayatımıza ne zaman dönebileceğiz? Tüm dünyada bireylerin gündeminde bu ve benzer sorular yer alıyor. Bilim insanlarının yoğun çabalarına rağmen, her gelişmenin çok yeni olması nedeniyle bunların neredeyse hiçbirine şu anda mutlak yanıtlar bulunamıyor. Ancak aşı programları birçok ülkede devam ederken bugüne kadar yaşananlardan ortaya çıkan ipuçları, geleceğe umutla bakmamızı sağlıyor.



Kaynak: Vaccines Centre of Excellence, Ipsos; Kasım 2020

Tarihî seferberlikle gelen aşılar

Geleceğe dair umut beslememizin arkasındaki en önemli nedenlerden biri, Covid-19 aşı çalışmalarının arkasındaki tarihî seferberlik. Salgın resmî olarak ilan edildiğinde tüm dünyayı umutsuzluğa sürükleyen konulardan biri, aşı çalışmalarının normalde onlarca yıl sürmesiydi. Ancak düşünülenin aksine, kimse bu kadar kısa sürede Covid-19 için bir aşı geliştirilmesini beklemezken daha bir yıl dolmadan birçok aşı yaygın olarak uygulanmaya başladı. Peki, bu nasıl oldu?

Bunun bir nedeni, koronavirüsün SARS ve MERS gibi hastalıklara da sebep olan tanıdık bir virüs ailesinden gelmesi ve bu nedenle bilim insanlarına yabancı olmamasıydı. Ancak daha önemli bir neden, durumun aciliyeti nedeniyle hükûmetlerin ve finansörlerin araştırma projelerine hem finansal hem de bürokratik olarak hızla destek vermesiydi. Devletlerden ve özel sektörden sağlanan nakit akışı, aşı geliştiren bilim insanlarının önceki çalışmalardan daha büyük riskler almasını ve dolayısıyla daha hızlı bir süreci beraberinde getirdi.

Yeni teknolojiyle virüsün genetik dizilimine ilişkin çalışmaların hızlanması ve bilim insanları arasındaki hızlı bilgi paylaşımı, aşıların geliştirilmesinde büyük yarar sağladı. Bununla birlikte araştırmacılar, geleneksel aşı geliştirmede klinik denemelerin aşamaları sırayla yürütülürken, Covid-19 aşılarının birinci faz denemelerinin sonuçlarından itibaren üretilmeye başlamasının süreci hızlandırdığına dikkat çekiyor. Ayrıca bir çalışmaya katılımcı bulmak normalde haftalar veya aylar sürdüğü hâlde çok kısa sürede yeterli sayıda gönüllü sayısına ulaşılmasının öneminin altını çiziyorlar.

Birçok ülkede aşılama başladı
Bu büyük seferberlikle üretilen aşılar, 70'ten fazla ülkede hızla uygulanmaya başladı. ABD gibi yüksek miktarda sipariş veren ülkelerde stadyumlar gibi büyük alanlar aşılama için tahsis edilerek milyonlarca vatandaş aşılandı. Türkiye'de de sağlık çalışanlarından başlanarak yürütülen aşı kampanyası, uygulanmaya devam ediyor. Adet olarak en fazla aşı uygulayan ülkeler arasında ABD ve Çin başı çekerken 100 kişi başına aşı oranı açısından İsrail, Birleşik Arap Emirlikleri, İngiltere ve ABD başı çekiyor.
Aşılamalar sonrasında, beklenenin ötesine geçen yan etkilerin rapor edilmemesi ise sevindirici bir gelişme oldu. Sağlık Bakanlığı Toplum Bilimleri Kurulu üyesi Prof. Dr. Mustafa Necmi İlhan, binlerce kişiye uygulanmasının ardından Türkiye'de yapılan aşılamalarda çok ciddi yan etkiler görülmediğini açıklayarak, "Şu ana kadar en çok aşı yapılan yerde kızarma, ağrı, rahatsızlık hissi olduğu, bir kısım arkadaşlarımızda ise aşıdan sonra biraz hâlsizlik hissi olduğu, baş ağrısı hissettiklerini söyleyebiliriz. Onun dışında çok ciddi bir yan etki kayıtlarda görünmüyor" dedi.
Yan etkilerin yanı sıra aşıların koruyuluğu da merak edilen bir başka nokta. Faz 3 çalışmalarında en fazla yüzde 95'e kadar etkili olduğu rapor edilen farklı aşıların koruyucuğuna dair daha fazla somut veriye ihtiyaç duyduğumuz açık. Aşıların tam performansı sağlayabilmesi için, ikinci doz aşılamaların yaygın olarak yapılmasını beklememiz gerektiği ise uzmanlar tarafından dile getirilen bir başka argüman. Sinovac CEO'su Yin Weidong'un Ocak ayında Brezilya basınına yaptığı "Coronavac, hastaneye yatışları yüzde 100 önlüyor" şeklindeki açıklaması, bu açıdan umut verici. Her aşının her bireyde mutlak bir koruma sağlamayacağı zaten biliniyor. Aşıların en azından hastalığın hafif atlatılmasını sağlaması, vefat sayılarının azalması, birçok ülkede önemli bir sorun olan hastanelerdeki yığılmaların azalması, bugünkü zorlu durumda iyimserlik sağlayan etkenler olacak.

Aşı tedariğinde sıkıntı
Kuşkusuz, pandeminin önünün kesilmesinin en önemli yolu, tüm dünyada yaygın aşılamanın hayata geçirilmesi. Ancak aşı tedariğinde yaşanan sıkıntılar nedeniyle tüm dünya nüfusuna uzanan bir aşılama kampanyasının uygulanmasının önündeki engeller varlığını koruyor. Bloomberg'in yaptığı analize göre, en yüksek adette aşı siparişi veren ABD'de bile aşılama mevcut hızda devam ettiği taktirde, nüfusun yüzde 75'ine iki doz aşı yapılması 10 ay sürecek. ABD'de aşı konusunda en yetkili isimlerden olan Ulusal Alerji ve Enfeksiyon Hastalıkları Enstitüsü Direktörü Anthony Fauci, ülkede hayatın normal akışına dönmesi için nüfusun yüzde 70 ila 85'inin aşılanması gerektiğini belirtiyor. Diğer ülkeler için de uzmanlar benzer oranlar dile getiriyor.

En yüksek siparişi veren ülkelerden biri olan ABD'de aşılama mevcut hızda devam ettiği taktirde, nüfusun yüzde 75'ine iki doz aşı yapılması 10 ay sürebilir.

FARKLI TEKNOLOJİLER, FARKLI AŞILAR

Covid-19 aşıları arasında yeni bir teknolojiye dayanan kategorilerden biri RNA tabanlı aşılar. BioNtech-Pfizer iş birliğiyle üretilen aşı ve Moderna'nın aşısı bu kategoride. Bu aşıların en büyük avantajı, virüslerin sadece genetik sekansı kullanılarak geliştirildiği için çok hızlı bir şekilde ve yüksek miktarda üretilebiliyor olması, dezavantajı ise dağıtım ve depolama esnasında ihtiyaç duyulan soğutma gereksinimi.
Covid-19 aşılarında bir diğer kategori ise viral vektör tabanlı aşılar. Daha önce çiçek aşısında kullanılan bu tekniğin etkinliğinin yüksek olduğu biliniyor. Viral vektör aşıları, üretim aşamasında canlı bir hücreye ihtiyaç duyulduğu için ham madde gereksinimi iki katına çıkıyor. Bu kategoride yer alan aşıların önemli bir avantajı, normal saklama koşullarında uzun süre bozulmadan dayanabilmesi. Sputnik V ve Oxford/Astrazeneca aşıları, bu kategoride yer alıyor.
Türkiye'de de kullanılan ve Çinli Sinovac tarafından geliştirilen aşı ise inaktif aşılar kategorisinde yer alıyor. Bu aşıların en önemli avantajı, denenmiş ve güvenli olarak bilinen bir tekniğe dayanması ve bağışıklık sistemi zayıf insanlarda bile kullanılabiliyor olması.
Aşı yarışında bir başka kategoriyi de protein bazlı aşılar oluşturuyor. Novavax, Medicago, ve Anhui Zhifei Longcom bu kategoride öne çıkan aşılar.

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Genel Direktörü Tedros Adhanom Ghebreyesus

Dünya Sağlık Örgütü Genel Direktörü Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, "Aşıların bazılarına umut getirmesine rağmen, dünyanın zenginleri ve yoksulları arasındaki eşitsizlik duvarında başka bir tuğla hâline gelme tehlikesiyle karşı karşıyayız" diyor.

Verilen yüksek miktarlı siparişler nedeniyle aşılama konusunda önde gitmesi beklenen Avrupa Birliği'nde (AB) ise aşı tedariği konusunda önemli sıkıntılar yaşanıyor. Ocak ayı sonunda da bu nedenle önemli bir kriz yaşandı. Birlik, Ağustos 2020'de AstraZeneca'dan 400 milyon doz aşı sipariş ederek, şirkete geliştirme ve üretim faaliyetleri için 336 milyon euro avans verdiğini açıklamıştı. Ancak lojistik ağında yaşanan sorunlar nedeniyle mart ayı sonuna kadar sadece 31 milyon aşı teslim edebileceğini açıkladı. Bunun ardından birlik içindeki bazı ülkeler farklı şirketlerden aşı tedariği arayışına girdi. Yine de en başta aşının büyük bir hızla geliştirilmesinin arkasındaki etkenlerin aşı tedariğine de ivme kazandıracağı düşünülüyor. Aşı üreticilerinin desteklenmesi, üretim ve teslimattaki sıkıntıların aşılması için tüm dünyada ilgili kurumlar ellerinden geleni yapıyor.

Aşının tüm dünyaya ulaştırılması

Diğer yandan aşı tedariğinin artırılmasından da önemli bir sorun var. Bu da aşının tüm dünyaya eşit şekilde dağıtılmasını sağlamak. Birçok zengin ülke aşılama konusunda mesafe kat ederken dünyada aşılamanın henüz başlayamadığı ülkeler de var. Ocak ayının ikinci yarısında Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 148. Yönetim Kurulu toplantısında yaptığı konuşmada DSÖ Genel Direktörü Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, aşıların tüm ülkelere eşit ve adaletli dağıtılması için küresel dayanışma çağrısında bulundu. Covid-19 salgınının Çin'in Vuhan kentinde patlak vermesinin ardından geçen bir yıldan kısa zamanda "güvenli ve etkili" Covid-19 aşılarının bulunmasının büyük başarı olduğunu vurgulayan Ghebreyesus, "Ama şimdi, aşıların bazılarına umut getirmesine rağmen, dünyanın zenginleri ve yoksulları arasındaki eşitsizlik duvarında başka bir tuğla hâline gelme tehlikesiyle karşı karşıyayız" uyarısında bulundu ve düşük gelirli ülkelere aşı sağlamayı bir misyon olarak önüne koyan Covid-19 Aşıları Küresel Erişim Programı'na (COVAX) destek istedi.

2020 yılı sonunda COVAX'ta yaklaşık 2,4 milyar dolarlık fon toplandı ve 2021 yılında 1 milyar kişiye uygulanacak miktarda aşı siparişi verildi. Ancak programın devamı için 5 milyar dolarlık daha fona ihtiyaç duyulduğu tahmin ediliyor.

Herkes için bitmezse asla bitemez

Pandemide yaşanan son gelişmeler, aslında COVAX'ın ne kadar önemli olduğunu farklı bir cepheden de ortaya koyuyor. Koronavirüsün art arda farklı ülkelerde ortaya çıkan varyantlarının tüm dünyaya yayılması, bu küresel sorunun küresel ölçekte çözülmesi gerektiğini açıkça gösteriyor. Bir başka deyişle, aşılamanın yapılmadığı bir ülkede ortaya çıkabilecek yeni bir varyant, yeniden tüm dünyayı tehdit eder hâle gelebilir. Zira yüksek miktarlarda aşı siparişi veren ülkeler, aslında şu anda bu aşıların İngiltere'de, Brezilya'da ve

Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF) Direktörü Henrietta H. Fore

TÜRK DOKTORLARIN BÜYÜK BAŞARISI

"Yeni görevimiz bu virüsü yenmek. Bu, insani bir görev." Ocak 2020'de ekibini toplayıp bu çağrıyı yapan Prof. Uğur Şahin ve yıllardır birlikte çalıştığı eşi Dr. Özlem Türeci, Covid-19 aşısı konusunda dünyada öncü rol üstlenerek tarihe geçti. ABD merkezli Pfizer ile birlikte geliştirdikleri koronavirüs aşısında yüzde 95 oranında başarıya ulaştığı açıklanan BioNTech şirketinin kurucuları, uzun yıllardır kanser üzerinde yaptıkları çalışmaları hemen Covid-19'a yönlendirerek bu kadar hızlı ve başarılı sonuçlar aldı.
Uğur Şahin, bir Alman dergisine verdiği demeçte, Ocak 2020'de Wuhan'daki salgını duyduğunda eşine "Nisan ayında buradaki okulları kapatmaları gerekecek" dediğini anlatıyordu. Almanya Mart 2020'de karantinaya girerken BioNTech, "Işık Hızı" adı verilen ve 500 bilim insanının dâhil olduğu bir araştırma programı üzerinde çalışmaya çoktan başlamıştı. Bu programda beş bağışıklık reaksiyonunu test edecek 20 adet aşı adayı bulunuyordu. Yeni aşıda kullanılan mRNA teknolojisi üzerinde 25 yıldır çalışan çift, zaten üzerinde uzmanlaştıkları bu teknolojiyi yeni tip koronavirüse yönlendirmek konusunda da hızlı davranarak başarılı oldu. Bugün BioNTech-Pfizer iş birliğiyle üretilen aşı, birçok ülkede yaygın olarak uygulanıyor.

Yüksek miktarda aşı siparişi veren ülkeler, şu anda bu aşıların yeni varyantlar karşısında etkili olup olmayacağı sorusuyla karşı karşıya. Bu durum gelecekte de geçerli olacağı için tüm dünyada eş zamanlı aşılama daha da önem kazanıyor.

Güney Afrika'da ortaya çıkan varyantlar karşısında etkili olup olmayacağı sorusuyla karşı karşıya. Bambaşka bir varyantın ortaya çıkması ve mevcut aşıların etkisiz hâle gelmesi, ihtimal dâhilinde...
Dünyanın önde gelen bilim dergilerinden New Scientist'in 8 Şubat'ta yayımladığı analiz yazısına göre Oxford-Astra Zeneca aşısını geliştiren uzmanlar, Güney Afrika varyantı karşısında etkili olabilecek bir aşının sonbahar aylarına kadar geliştirilebileceğini düşünüyor. Farklı aşıların yeni varyantlar karşısında farklı oranlarda koruyuculuk sağladığı açıklanırken ve çoğunun İngiltere varyantına karşı etkili olduğu öne sürülürken gelecekte çıkabilecek yeni varyantların aşı kampanyalarının etkinliği konusunda yarattığı risk, önemli bir mesele...
Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF) Direktörü Henrietta H. Fore de Dünya Ekonomik Forumu'nun sitesinde yazdığı 3 Şubat tarihli makalede bu konuya dikkat çekiyor. "A vaccination race between nations can have no winners" (Milletler arasında aşı yarışının kazananı olamaz) başlıklı makalesinde Fore, "Bu pandeminin üstesinden asla tek başına gelinemez. Ancak hepimiz için geride kaldığında gerçekten geride kalacak" diyor ve şunları söylüyor: "Birçok aşı düzenleyici kurullardan onay alırken zengin ülkeler bir arz fazlasına doğru gidiyor gibi gözüküyor. Yüksek miktarda aşı satın alan daha zengin ülkeleri, bunların bir kısmını COVAX kanalıyla bağışlamaya davet ediyoruz. Pandeminin bitmesi için gerçek anlamda iş birliğine ve kolektif bir çabaya ihtiyacımız var. Kolektif hedeflerimize ulaşmamız için gerekli kaynakları yaratmalıyız. Bunu şimdi yapmalıyız. Şu anda bir araya gelelim ve dünyanın neresinde bulunduklarından bağımsız olarak tünelin sonundaki ışığın her ülke, her toplum, her aile için parlamasını sağlayalım." Fore, aşılara dair yapılan onlarca tartışma arasında en önemli noktaya parmak basıyor.

"KENDİN YAP" AKIMI PANDEMİYLE YÜKSELİŞTE

Ekmek, tişört, ev aksesuarı, mobilya ve daha nicesi... Normalde hazır satın almaya alışık olduğumuz birçok ürünü evde üretmek aslında çok zor değil. 1900'lerde başlayan ve Martha Stewart gibi ünlülerin popülerleştirdiği "do it yourself" (DIY-kendin yap) akımı, pandemiyle birlikte giderek daha çok yaygınlaşıyor. Bu trende katılanlar ise hem bir ürün yaratmanın heyecan ve mutluluğunu yaşıyor hem de ev bütçesine katkıda bulunuyor.

YAZI
Yasemin Balaban

Pandemiyle birlikte pek çok şeyi dışarıya çıkmadan, evde hâlletmek artık daha fazla tercih ediliyor. Virüs kapma endişesiyle marketten aldıkları tüm ambalajlı ürünleri dezenfekte etmeye başlayan birçok kişi, bazı ürünleri de evde nasıl yapabileceği üzerine kafa yoruyor. Hayatında daha önce yemek yapmamış olanlar bile bu beceriyi edinmeye başlarken mutfakta biraz daha cesaretli olanlar kendi ekmeğini pişirmeye başladı bile. Hatta işi daha ileri götürüp evde pide, pizza, lahmacun yapanlar dahi var.
Salgın nedeniyle güçlenen "kendin yap" eğilimi, aslında çok daha eskilere giden, etik ya da minimal yaşama felsefesiyle gündeme gelen ve son yıllarda popülerleşen bir akım. İngilizce "do it yourself" kelimelerinin baş harflerinden oluşan DIY, yeni dönemde evde daha fazla vakit geçirmeye başlayanlar için bazen tasarruf bazen de hobi amaçlı olarak hemen herkesin gündemine girdi. Uzmanların veya profesyonellerin doğrudan yardımı olmadan bir şeyler inşa etme, değiştirme, süsleme veya onarma yöntemi olarak tanımlanan DIY, 1900'lerin başında batıda tasarruf ve ev idaresi amacıyla ortaya çıktığı düşünülen ve 1950'lerde bir terim olarak İngilizcede yaygın kullanıma giren bir yönelim. Hem eğlence hem de tasarruf amacıyla küçük el sanatları, ev bakım ve onarımı faaliyetlerini kapsayan bu kavram, zamanla çok daha geniş bir beceri alanına yayıldı. Basit tamir işleriyle başladıktan sonra herhangi bir eğitim olmaksızın yeni ürünler tasarlama, yaratıcı projeler geliştirme noktasına uzandı. Ve giderek birçok kişi fikirleri, tasarımları, teknikleri, yöntemleri ve bitmiş projeleri birbirleriyle çevrimiçi veya şahsen paylaşarak sosyal ağlar yaratmaya başladı.
Kuzey Amerika'da, 1902'de kurulan Popular Mechanics ve 1928'de yayımlanmaya başlayan Mechanix Illustrated gibi dergiler, okuyucular için yararlı pratik beceriler, teknikler, araçlar ve materyaller konusunda bilgiler sundu. Birçok okuyucu kırsal veya yarı kırsal bölgelerde yaşadığından, materyallerin çoğu çiftlikteki veya küçük bir kasabadaki ihtiyaçlarla ilgiliydi. 1950'lerden sonra, bu eğilim giderek felsefi bir içerik kazanırken sanatçılar, kendi kendine yapmanın önemine işaret ederek seri üretime ve kitlesel kültüre karşı cephe almaya başladılar. 1960'larda ve 1970'lerde kitaplar ve TV şovları ortaya çıkmaya başladı. Bugün de hâlâ yayınlanan ve Martha Stewart'ın sunduğu programlar, bunlardan en bilinenlerinden biri... Özellikle kadın izleyicilere hitap eden TV programında örgü ve dikişten evdeki atık malzemeleri geri dönüştürmeye kadar pek çok konuda uygulamaya yer veriliyor.

Dijital çağla birlikte daha fazla insan, yaptıklarını ve fikirlerini birbiriyle paylaşıp diğerlerine ilham vermeye başladı. Youtube ve Instagram gibi platformlar, yapılanları paylaşma ve başkalarına tekniklerini gösterme konusunda fırsatlar yarattı.

İnternet çağıyla iyice yaygınlaştı

Dijital çağla birlikte daha fazla insan yaptıklarını ve fikirlerini birbirleriyle paylaşıp diğerlerine ilham vermeye başladı. Youtube veya Instagram gibi platformlar, insanlara yaptıklarını paylaşma ve başkalarına tekniklerini kendi evlerinde nasıl uygulayabilecekleri konusunda rehberlik verme fırsatı sundu. Hatta Pinterest, özellikle bu alanda kaynak arayanlar için en geniş sosyal ağlardan biri olarak ortaya çıktı. ABD'de yaygın olarak kullanılan Hometalk Platformu da dünyanın en büyük online DIY topluluklarından biri... Binlerce proje ve fikre ev sahipliği yapan sitede inşaattan badanaya, geri dönüşümden el işlerine kadar pek çok DIY projesine ulaşılabiliyor. Üyeler, yapmak istedikleri iş için soru sorup diğer üyelerle fikir alışverişinde bulunabiliyor. Wikihow da en popüler ve yaygın bir diğer DIY platformu. Karın bölgesindeki yağlardan bir uzmana başvurmadan kurtulmanın yollarından, kuruyan orkide çiçeğini canlandırmaya kadar pek çok "nasıl yapılır" çözümüne yer verilen platform da etkileşimli bir şekilde her geçen gün

içeriğini zenginleştiriyor. Bunlar dışında hem Türkçe hem de İngilizce hemen her konuda DIY fikirlerine yer veren binlerce blog ve web sitesi ortaya çıktı.

Pazarlama trendlerini de etkiliyor

DIY pazarlama dünyasının da radarında. Kişiselleştirme ve farklılaştırma eğilimi yüksek olan Y kuşağı, eskiden büyükannelerin ve orta yaşlı ev kadınlarının uğraşı olarak görülen bu alana daha fazla eğilirken pazarlamacılar da işin nabzını tutuyor.

Robyn Lindars, netbase.com sitesinde temmuz ayında yayımlanan "DIY Trend Offers New 'Ins' for Retail Brands" başlıklı makalesinde DIY eğiliminin markaları nasıl etkilediğini anlatıyor. Ikea, Home Depot ve Lowe's gibi ev dekorasyon ve tadilat markalarının aktif olarak çevrimiçi fikirler paylaştığından bahseden Lindars, e-ticaretin DIY'in popülerliği sayesinde 2020'de yüzde 18 artacağını, "kendin yap" için öngörülen yıllık büyüme oranının ise yüzde 4 olduğunu belirtiyor. Statista'nın Haziran 2020 tarihli araştırmasına göre 2017'de 63,7 milyon dolar olan DIY pazarının 2020'de 82,8 milyon dolara ulaşacağı, 2024'te ise 97 milyon dolara yaklaşacağı düşünülüyor.

Tahminlere göre DIY pazarı 2020 sonunda 82,8 milyon dolara ulaşacak. Bu ilgiyi gören birçok firma da farklı ürünler için kitler hazırlayıp piyasaya sürmeye başladı.

KENDİ TİŞÖRTÜNÜZÜ TASARLAYIN

Çocuklara eğlenceli ve öğretici vakit geçirtmek ya da çok özel ve kişisel bir eşya ortaya çıkarmak istiyorsanız, internette binlerce fikir ve uygulamaya ulaşmak mümkün. Wikihow'da yer alan kendi tişörtünüzü tasarlamanızı sağlayacak tarif, bunlardan sadece biri.

Piyasada siyah-beyaz resim ya da renkli ve sticker şeklinde transfer kâğıdı bulunabiliyor. Her iki kâğıt türünde de sıcak ütü, tişört üzerinde gezdirilerek baskı alınıyor. Öncelikle ister kendi tasarımınız, isterseniz de hazır olarak internette bulacağınız herhangi bir tasarımı seçin. Seçtiğiniz resmi, transfer baskı kâğıdı üzerine lazer yazıcıyla basın. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli şey; desen veya yazıyı ekranınızda ayna yansıması oluşturacak şekilde yani ters olarak hazırlamanız.

Daha sonra sert ve düzgün bir zemin üzerine beyaz renk bir tişört yerleştirin ve tişörtün içine de baskı yapacağınız yüzeyden daha büyük olacak şekilde karton parçası yerleştirin. Bu şekilde ütüleme işlemi yaparken, baskının tişörtün alt zeminine geçmesini engellemiş olacaksınız. Transfer kâğıdını arka yüzeyi size bakacak şekilde, tişört üzerine dikkatlice yerleştirin. Her ihtimale karşın, bir bez veya tülbent parçasını transfer kâğıdının üzerine koyun.

Isı derecesini buharsız şekilde maksimum seviyesine getirdiğiniz ütünüzü tişört üzerindeki transfer kâğıdının üzerinde yaklaşık 30 saniye kadar gezdirin. Ütü işlemi bitince tişörtün sıcak olan yüzeyini soğumaya bırakın.

Pandemiyle hız kazandı

Pandemi ise zaten var olan bu akıma hız kazandırdı. Batıda pek çok ülkede firmalar müşterilerine hazır kitler sunmaya başladı. ABD'de Pasta Evangelist's markası makarna yapımı, Baskin-Robbins adlı bir firma ise dondurma kitlerini piyasaya sundu.

Lindars'ın söz konusu makalesinde, pandeminin bu pazara etkisi de konu ediliyor. New York merkezli sanat ve boya mağazası Clare'in satışlarında mart ayı ortasından temmuza kadar yüzde 50 artış gerçekleşirken, çevrimiçinde aktif olan firma, kullanıcı tarafından oluşturulan Instagram içeriğinden de fayda gördü. Bu yolu izleyen Lowes da çocuklar ve sanat konusunda tamamen "kendin yap" projeleri için web sitesinde bir alan açmış durumda. Örneğin, kullanıcılarına çocuklarına verecekleri malzemelerle kendi dolaplarını tasarlamalarını öneren hesabında şirket, "tamamen kendin yap" yaklaşımına hitap ediyor. Ikea da "Life Hacks" adı altında Instagram'da "kendin yap" projelerine yer veriyor. Wayfair, çevrimiçi deneyimlerini çeşitli DIY maceralarıyla gösteriyor.

Üretme heyecan ve gururu

İster kamera tripodları, ister bahçe bankları veya yüzlerce başka ev aksesuarı olsun, birçok kişi için bir ürünü kendi elleriyle yapmak gurur ve sevinç kaynağı. Bazı insanlar için günlük stresten kurtulma yolu olan "kendin yap"ta bir diğer motivasyon kaynağı da ne kadar yaratıcı ve becerikli olduğunu başkalarıyla paylaşmak. Kuşkusuz sosyal medya da bunun için en iyi araçlardan biri. Üstelik paylaşımlar arttıkça bu trend başkalarını da etkileyerek bu akıma katılanların sayısının artmasına sebep oluyor. İster son zamanlarda popüler hâle gelen kendi tişörtünü tasarlamak, ister bir kitaplık yapmak olsun; bunların nasıl yapılacağını öğrenmek de malzemeleri bulmak da artık çok kolay. Geriye sadece etrafınıza bakmak ve neye ihtiyacınız olduğuna karar vermek kalıyor.

ZEVK MESELESİ

6 HAZİRAN 2021'E KADAR

Pera Müzesi'ndeki sergi, 19. yüzyıldan bu yana anlamı değişikliğe uğrayan "kitsch" kavramının günümüz görsel kültürüyle kurduğu yakın ilişkiye ve beğeninin şekillenmesindeki kritik rolüne odaklanıyor.

ANTİK ÇAĞ'DA BALIK, BALIKÇILIK VE BALIK HİKÂYELERİ

1 ARALIK 2021'E KADAR

AKMED Kaleiçi Müzesi'nde gerçekleşen sergi, ziyaretçilerini tarihin derinliklerindeki denizlerde yolculuğa çıkarmayı, onları Antik Çağ'daki deniz canlılarıyla tanıştırmayı hedefliyor.

(ELEKTROİZOLASYON) BİLİNMEYEN PARAMETRE KAYIT-DIŞI

25 MART'TAN İTİBAREN

Arter'deki sergi, doğaçlamaya dayalı, performatif bir üretim sürecini yansıtan heykel, yerleştirme, fotogravür, serigrafi, film sekansı ve metinlere yer veriyor.

ZEVKLER VE RENKLER

4 HAZİRAN 2021'E KADAR

Pera Müzesi Öğrenme Programları, "Zevk Meselesi" adlı sergiye paralel olarak farklı yaş gruplarına yönelik keşiflerle dolu, eğlenceli çevrimiçi atölyeler ve turlar düzenliyor.

DÜNYA DİYE BİR YER

31 MART 2021'E KADAR

Selma Gürbüz'ün İstanbul Modern'de gerçekleşen sergisi sanatçının son 35 yıldır devam eden sanatsal üretimine birtakım tematik duraklar çerçevesinde bakıyor.

İZLER

25 MART'TAN İTİBAREN

Arter'de yeniden sergilenmeye başlanacak üç kanallı video yerleştirmesinde Aladağ, çocukluk ve ilk gençlik yıllarını geçirdiği Stuttgart kentini performansın hem sahnesi olarak kullanıyor hem de öznesi olarak harekete geçiriyor.