**BizdenHaberler
SAYI 492**

Bizden Haberler’in değerli okurları,

Ülkemize duyduğumuz inanç ve güvenle, kurulduğumuz günden bu yana hem ekonomik hem de toplumsal alanda değer yaratmak için var gücümüzle çalışıyoruz. Bunun son örneklerinden birini mart ayında duyurduk. Türkiye’de otomotiv sektöründe lider bir rol üstlenen Ford Otosan, ülkemizin bu alandaki en büyük yatırımını başlattı. Ticari araç segmentinde küresel bir oyuncu hâline gelen Ford Otosan’ın Kocaeli Fabrikalarına yapılacak 2 milyar euro’luk (20,5 milyar TL) yatırımla, ülkemizin ilk ve tek elektrikli araç entegre üretim tesisi kuruluyor. İlerleyen yıllarda Türkiye'yi bir batarya üretim merkezine dönüştürebilecek bu stratejik hamleyle oluşacak ekosistem, memleketimizin otomotivdeki rekabet gücüne büyük katkı sunacaktır. Koç Topluluğu olarak, bu vesileyle ülkemizin sanayi tarihine adımızı bir kez daha yazdırmaktan gurur duyuyoruz.

Pandemi, küresel ekonomide büyük tahribat yarattı. Salgını nispeten başarıyla yöneten, değer zincirlerindeki aksamalara hızlı reaksiyonlar verebilen ülkeler, ekonomik açıdan daha az yara aldılar. Dergimizin bu sayısında uluslararası kuruluşların 2021 yılı tahminlerine yer veriyoruz. Geçen yılın baz etkisiyle bu sene önemli büyüme performansları öngörülse de gerçek anlamda bir toparlanma zaman alacak. Yönetim Kurulu Başkanımız Sayın Ömer M. Koç’un da ifade ettiği gibi; aşı milliyetçiliğinin önünün alınması ve az gelişmiş ülkeleri de kapsayacak bir aşılama kampanyasının uygulanması hem insani bir zorunluluk hem de küresel ölçekte hayati ve ekonomik risklerin azaltılması açısından elzem. Bu önemli konu, Koç Üniversitesi’nin değerli öğretim görevlilerinin yayınladığı ve Sayın Ömer M. Koç liderliğinde dünya kamuoyuyla da paylaşılan uluslararası akademik bir çalışmanın sonuçlarında da vurgulanarak ele alınıyor. İş dünyasının aşı milliyetçiliğine karşı sesini yükseltmesinin gerekliliğini Eş Başkanlık görevini üstlendiğim B20 Ticaret ve Yatırım Görev Gücü’nde de vurguluyoruz.

Topluluğumuz, uzun yıllardır toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda önemli çalışmalar yürütüyor. Bizleri, Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) tarafından toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması amacıyla kurulan Nesiller Boyu Eşitlik Forumu’nun liderleri arasına taşıyan bu yaklaşımla, iyi örnekleri hayata geçirmeye devam ediyoruz. Tüpraş’ın İzmit, İzmir, Kırıkkale ve Batman rafinerilerinin üretim sahasındaki vardiyalı kadın çalışanları, “O iş erkek işidir, kadınlar yapamaz” gibi ön yargıları kıran, emsal teşkil edecek projelerle iş yaşamında cinsiyet eşitliğine öncülük ediyor. Türkiye genelindeki yetkili servislerine yönelik “500 Kadın Teknisyen” projesini hayata geçiren Arçelik de pandemi döneminde kadın istihdamına katkı sağlamayı hedefliyor.

Kız çocuklarının eğitimine destek olmak amacıyla gerçekleştirilen “Büyüt Hayallerini” projesi kapsamında hayata geçirilen “İlham Veren Adımlar” kitabında, 40 yazar, hayat hikâyesiyle ilham veren 40 kadını anlatıyor. Bu kadınlardan birisi de yaşamını ailesine, Koç Topluluğu’na ve bu ülkeye adamış olan merhum Suna Kıraç... Bu kitapta, Suna Kıraç’ın kız çocuklarına rol model olacak hikâyesini kızı, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi İpek Kıraç’ın kaleminden okuyoruz.

İçinde bulunduğumuz bu sıra dışı zamanlarda en büyük umut kaynağımız, hiç kuşkusuz çocuklarımız... Onlara aydınlık bir gelecek sunmak, sürdürülebilir bir dünya bırakmak, biz yetişkinlerin temel görevi. Koç Topluluğu, tüm faaliyetlerini, kurumsal değerleri olarak benimsediği bu ilkeler doğrultusunda yürütmeye devam edecektir. Bu vesileyle, yarınlarımız olan çocuklarımızın 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nı kutluyor, ülkemizin kurucusu Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk’ü saygı ve şükranla anıyorum.

Hepinize keyifli okumalar diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Levent Çakıroğlu

**BU SAYIDA**
**4 NELER OLDU**Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç: “Aşıda adaletin sağlanması insani bir sorumluluktur"

Koç Holding, Gençlik Konseyi ile gençlerin sesini yönetime taşıyacak

Yapı Kredi 7. kez sektör lideri

Rahmi M. Koç Müzesi yeniden açıldı

Yeni 5 tonluk Ford Transit "Van" ve "Kamyonet" yollarda

**14 VİZYON**Geçmişte olduğu gibi bugün de Türkiye’nin en büyük otomotiv yatırımı Ford Otosan’dan

Kadın çalışanları Tüpraş’a güç, Türkiye’ye enerji katıyor

Tanı Genel Müdürü Hülya Varlık: “Veriden değer yaratan deneyimlere odaklanıyoruz”

**34 YAKIN PLAN**Pandemi ekonomisinin kazananları ve kaybedenleri

Geleceğimiz için en güçlü yatırım ESG

**42 YAŞAM**23 Nisan ve “Geleceğin Kahramanları”...

Çanakkale Savaşı’nın yiğit çocukları

Sanatta ilham veren kadınlar

**54 KÜLTÜR-SANAT**İmkânsız Eve Dönüş

40. İstanbul Film Festivali

Sanat Yapıtlarının Gizleri

**NELER OLDU?

KOÇ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI ÖMER M. KOÇ: “AŞIDA ADALETİN SAĞLANMASI İNSANİ BİR SORUMLULUKTUR”**

KOÇ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI ÖMER M. KOÇ, AŞI MİLLİYETÇİLİĞİNİN KÜRESEL EKONOMİK MALİYETLERİNE İLİŞKİN KOÇ ÜNİVERSİTESİ AKADEMİSYENLERİ TARAFINDAN HAZIRLANAN RAPORUN SONUÇLARININ AÇIKLANDIĞI TOPLANTIDA KONUŞTU.

Koç Üniversitesi - TÜSİAD Ekonomik Araştırmalar Forumu kapsamında düzenlenen toplantının açılış konuşmasını, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç yaptı.

Pandeminin dünya çapında mevcut eşitsizlikleri göz önüne sermekle kalmadığını, onları daha da derinleştirdiğini ifade eden Ömer M. Koç, “Dünya Bankası, son 20 yılda küresel yoksulluğun ilk kez, hem de önemli ölçüde arttığına dikkat çekiyor. Ne yazık ki şimdi zor koşullar altında yaşayan yaklaşık 120 milyon yeni yoksul var. Araştırmalar pandemi sürecinde kadınların gerek evde gerek iş yerinde erkeklerden daha büyük sıkıntılarla baş etmek durumunda kaldığını gösteriyor. UNICEF raporlarına göre dünya çapında yarım milyar öğrenci en temel hakları olan eğitimden mahrum kaldı. Anlaşılıyor ki insanlık böylesine yıkıcı bir zorluğa karşı hazırlıklı değildi,” diye konuştu.

**Ömer M. Koç: “Pandemi, yıl sonunda az gelişmiş ülkelere özgü bir endemiye dönüşebilir”**

Gelişmiş ekonomilerin aşı yarışında diğerlerine kıyasla çok önde ilerlediklerini belirten Ömer M. Koç konuşmasını şöyle sürdürdü: “Şubat ayı ortası itibarıyla kamuyla paylaşılmış verilere göre yüksek ve yüksek-orta gelir grubundaki ülkeler, yaptıkları ön anlaşmalarla üretilmesi planlanan onaylanmış veya aday aşıların yüzde 70’ini tedarik etmeyi garantilediler. Düşük veya düşük-orta gelirli ülkeler ise üretilecek aşıların şimdilik sadece yüzde 15’i için anlaşmaya varabildiler. Kalan yüzde 15 ise küresel aşı erişim programı olan COVAX tarafından tedarik edilmiş durumda… Bir tarafta tüm nüfusunu 5 kez aşılayabilecek miktarda aşıyı garanti altına alan ülkeler, diğer tarafta sadece COVAX programına güvenebilecek olanlar… Hâl böyleyken, pandeminin bu yıl sonunda az gelişmiş ülkelere özgü bir endemiye dönüştüğünü görebiliriz. Ancak çalışma arkadaşlarımızın raporuna göre gelişmiş ülkelerdeki aşılama yerel talep ve tedarik şoklarının giderilmesine yardımcı olsa da dış ticaret ortağı diğer ülkeler de aşılanmadığı takdirde tüm ekonomiler düşük performans gösterecek. Araştırma, gelişmiş ülkelerin pandemi kaynaklı küresel ekonomik kayıpların yarısına kadarını üstlenebileceği sonucuna da varıyor.”

**“Sağduyunun galip geleceğini umalım”**

Aşıların tedarik ve dağıtımında adaletin sağlanmasının insani bir sorumluluk olduğunun altını çizen Ömer M. Koç, “İnsanlığın bu ortamda mantıklı davranıp davranmayacağını göreceğiz. Sağduyunun galip geleceğini umalım” dedi.

Toplantıda ayrıca, TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Simone Kaslowski ve Dünya Ekonomik Forumu Sağlık ve Sağlık Hizmetlerinin Geleceği Platformu Başkanı Arnaud Bernaert de konuyla ilgili değerlendirmede bulundu.

**KOÇ HOLDİNG, GENÇLİK KONSEYİ İLE GENÇLERİN SESİNİ YÖNETİME TAŞIYACAK**

KOÇ HOLDİNG, İNSAN KAYNAKLARI ALANINDA YÜRÜTTÜĞÜ KÜRESEL ÇALIŞMALARA BİR YENİSİNİ DAHA EKLİYOR. KOÇ TOPLULUĞU’NDA ÇALIŞAN 30 YAŞ ALTI 25 BİN ÇALIŞANI TEMSİL EDEN BİR GENÇLİK KONSEYİ İÇİN HAREKETE GEÇTİKLERİNİ AÇIKLAYAN KOÇ HOLDİNG İNSAN KAYNAKLARI DİREKTÖRÜ ÖZGÜR BURAK AKKOL, GELECEK ROTASINI GENÇ KOÇLULARLA BELİRLEYECEKLERİNİ SÖYLEDİ.

Gençlerin beklentilerini daha iyi anlamak ve geleceğin çalışma şekillerini gençlerle birlikte tasarlamak amacıyla harekete geçen Koç Topluluğu, 30 yaşın altındaki 25 bin çalışanını temsil eden yeni bir gençlik konseyi kurmaya hazırlanıyor. Çalışanlarının yüzde 70’inden fazlası Y ve Z kuşağından oluşan Koç Topluluğu, bu konsey aracılığıyla Topluluk içerisindeki çalışan deneyimi uygulamalarını konu ve persona bazlı ele alan yepyeni ve kalıcı bir iletişim kanalı oluşturmayı hedefliyor. Çevik çalışma prensipleriyle hareket edecek, saha ve ofis çalışanlarının birlikte yer alacağı 30 yaş altı Koçlulardan oluşan 12 kişilik bu konseye, koç ve mentorlar eşlik edecek. Konseye dâhil olacak genç Koçlular, mentorluk ve danışmanlık alma fırsatına ek olarak, dünyanın sayılı kurumlarından, tasarım odaklı düşünme, çevik çalışma modelleri ve 21’inci yüzyıl yetkinlikleri gibi konulara ilişkin gelişim fırsatı da bulacaklar.

Genç Koçlulardan oluşacak konsey, ofis ve saha çalışanlarının gündemindeki konuları tarafsız bir bakış açısı ve aksiyon önerileri ile üst yönetimin gündemine taşıyacak. Konseye dâhil olacak genç Koçlular 1 yıllık süre boyunca her çeyrekte toplanacak. Bu toplantılar aynı zamanda Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörlüğü ve Koç Topluluğu üst düzey yöneticilerinin katılımıyla da desteklenecek. Yılın son çeyreğinde ise elde edilen sonuçlar Koç Holding CEO’su Levent Çakıroğlu’nun da katılımıyla düzenlenecek toplantıda değerlendirilecek.

**Özgür Burak Akkol: “Daha iyi bir gelecek için gençlerin sesini bugünden dinliyoruz”**

Tasarım süreci de dâhil olmak üzere içeriği uçtan uca genç Koçlular tarafından belirlenecek proje hakkında değerlendirmede bulunan Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörü Özgür Burak Akkol, gençlerin heyecanını, cesaretini ve yaratıcılığını öne çıkaracak bu projenin Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörlüğü’nün “Future of Work” vizyonunu daha da ileri taşıyacağını belirterek, “Koç Topluluğu olarak, Forbes tarafından yayınlanan ‘Dünyanın En İyi İşverenleri’ listesinde Ülkemizi gururla temsil ediyoruz. Çalışan bağlılığı skorumuzu son 5 yılda toplam 35 puan artışla neredeyse iki katına çıkardık. Bu ilerleme sayesinde Türkiye, Avrupa ve global normların yanında ‘en iyi işverenler ortalamasının’ da üzerine çıktık. Çalışan bağlılığını daha da yükseltmek, büyük çoğunluğu genç kuşaktan oluşan çalışma arkadaşlarımızın deneyimini iyileştirmek ve geleceğin çalışma modellerini tasarlamak üzere gençlik konseyini hayata geçirmenin heyecanını yaşıyoruz. Bu kapsamda 10 farklı sektörde faaliyet gösteren 40'tan fazla şirketten genç çalışma arkadaşlarımızın iç görülerini ortak bir ses ile duyurarak dünyadaki sayılı uygulamalardan birini gerçekleştireceğiz. Bu proje ile genç kuşağın ihtiyaçlarını daha net anlamayı ve geleceği onların katılımıyla inşa etmeyi hedefliyoruz. Daha iyi bir gelecek için gençlerin sesini bugünden dinliyoruz” dedi.

**YAPI KREDİ 7. KEZ SEKTÖR LİDERİ**

YAPI KREDİ, DÜNYANIN ÖNDE GELEN BANKACILIK VE FİNANS DERGİLERİNDEN EUROMONEY TARAFINDAN HER YIL DÜZENLENEN “DIŞ TİCARET FİNANSMANI” ALANINDA YAPILAN ARAŞTIRMA KAPSAMINDA “SEKTÖR LİDERİ” SEÇİLDİ.

Üst üste 7. kez bu ödülün sahibi olan Yapı Kredi, uzun yıllardır devam ettirdiği ödül alma geleneğini sürdürdü. Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı Erhan Adalı, “Yapı Kredi olarak dış ticaret finansmanı alanında öncü ve yaratıcı çözümlerimizle müşterilerimizin hayatındaki sınırları kaldırıyoruz. Uzman kadromuz, geniş muhabir ağımız ve müşteri odaklı yaklaşımımızla uzun yıllardır müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutuyoruz. Katılımcı sayısı açısından en geniş kapsamlı anketlerden biri olan bu araştırmada aralıksız yedi yıldır ‘Dış Ticaret Finansmanı Alanında Türkiye’nin Sektör Lideri’ seçilmenin gururunu yaşıyoruz. Ayrıca bu ödülü, müşterilerimizle kurduğumuz karşılıklı güven ilişkisinin çok önemli bir göstergesi olarak görüyoruz. Böylesine önemli ve prestijli bir araştırmada lider olarak gösterilmek daha fazlasını gerçekleştirmek adına bizlere güç veriyor. Yapı Kredi olarak ülke ekonomisine can veren farklı ölçeklerdeki tüm firmaların ihtiyaç duydukları her alanda daima yanlarında olmaya ve hayatlarını kolaylaştırarak önlerindeki sınırları kaldırmak adına var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz” dedi.

**RAHMİ M. KOÇ MÜZESİ YENİDEN AÇILDI**

PANDEMİ NEDENİYLE BİR SÜREDİR FİZİKİ OLARAK ZİYARETÇİ AĞIRLAYAMAYAN RAHMİ M. KOÇ MÜZESİ, MART İTİBARIYLA KAPILARINI AÇTI. ZİYARETÇİLERİNE, GÜVENLİ BİR ORTAMDA TARİHİN EFSANELERİ ARASINDA GEZİNME FIRSATI SUNAN MÜZEDE, SOSYAL MESAFE VE HİJYEN TEDBİRLERİ UYGULANIYOR.

14 binin üzerinde obje ile her yaş grubuna hitap eden Rahmi M. Koç Müzesi, Covid-19 nedeniyle kapalı olduğu dönemde Google Street View ile gezildi, çevrim içi eğitim çalışmaları devam etti ve sosyal medya hesaplarında paylaştığı güncel içeriklerle kültür ve sanat tutkunlarıyla etkileşimini sürdürdü. Müze, zengin koleksiyonunu sosyal mesafe ve hijyen tedbirlerine uyarak yeniden ziyaretçileriyle fiziki ortamda buluşturuyor.

Müze, 1898 model Malden Buharlı Otomobil’den 1963 model ilk Anadol’a; buharlı gemi makinesi modellerinden Sultan Abdülaziz’in Saltanat Vagonu’na, transit teleskoptan Edison telgrafının patentlenmiş orijinal modeline kadar farklı dönemlerden farklı objelerle endüstri tarihine ayna tutuyor. Nostaljik Sokak’ta yer alan dükkânlar da ziyaretçileri 19’uncu yüzyılda gezintiye çıkartıyor.

Çevrim içi atölyeler devam ediyor

Pandemi nedeniyle geçici olarak çevrim içi düzenlenen atölyelerde de çocuklar sanat ve bilimle buluşmayı sürdürüyor. Mart ayı boyunca gerçekleşecek atölyelerde 5-14 yaş grubu çocuklara tasarımdan yenilenebilir enerjiye, elektrikten iletişim aletlerine kadar farklı alanlarda eğitim veriliyor. Atölyeler öncesinde müzenin ilgili bölümleri çevrim içi gezilebiliyor, çocuklar gördüklerini kendi hayal dünyalarına göre tasarlayarak eğlencenin tadına varıyor.

Çocukların hedef ve davranışlarına uygun olarak hazırlanan atölyeler, her cumartesi saat 13.00’te eğitim kiti eşliğinde ve müze eğitmenlerinin anlatımıyla düzenleniyor. 60 dakika sürecek atölyelere katılım için müzenin Eğitim Bölümü'nü telefonla aramak veya muzeegitimi@rmk-museum.org.tr adresi üzerinden rezervasyon yaptırmak gerekiyor.

**YENİ 5 TONLUK FORD TRANSİT "VAN" VE "KAMYONET" YOLLARDA**

FORD, TRANSİT’İN 5.000 KG AZAMİ YÜKLÜ AĞIRLIĞA SAHİP KAMYONET VE VAN VERSİYONLARINI TANITTI.

Transit’in yeni van ve kamyonet versiyonları, ticari hayatın zorlu, pratiklik gerektiren şartlarına göre tasarlandı. Yeni versiyon araçlar; Ford’un 170 PS 2.0 litre EcoBlue dizel motoruyla, dayanıklılık, performans ve yakıt verimliliğini en üst seviyeye taşıyor. Ayrıca filo çözümleri için isteğe bağlı olarak sınıfının lideri 10 ileri vitesli otomatik şanzıman seçeneğiyle de tercih edilebiliyor. 300 kg ek taşıma kapasitesi, özellikle belediye hizmetleri ve inşaat gibi alanlarda çalışan ağır ticari araç operatörlerin hayatını kolaylaştırıyor. Ford, Transit’in yeni versiyonları ile daha yüksek taşıma kapasitesine sahip ticari araç arayan müşterilerin ihtiyaçlarına yanıt veriyor.

**FORD TRUCKS’TAN STRATEJİK BELÇİKA HAMLESİ**

TÜM AVRUPA’YA YAYILMA HEDEFİYLE PORTEKİZ, İSPANYA VE İTALYA’DA ARKA ARKAYA BAYİ AÇILIŞLARI GERÇEKLEŞTİREN FORD TRUCKS, BATI AVRUPA’DAKİ BÜYÜMESİNİ BÖLGENİN EN ÖNEMLİ PAZARLARINDAN BELÇİKA İLE SÜRDÜRÜYOR.

Ford Otosan mühendislerinin sıfırdan geliştirerek ürettiği “2019 Uluslararası Yılın Kamyonu” (ITOY) ödüllü F-MAX ile Avrupa’dan yoğun talep alan Ford Trucks, Batı Avrupa yayılım planlarında stratejik öneme sahip Belçika pazarına Herman Noyens Trucks NV iş birliği ile giriş yapacak. Konuyla ilgili bir açıklama yapan Ford Trucks Genel Müdür Yardımcısı Serhan Turfan, Ford Trucks’ın uluslararası büyüme yolculuğundaki bu önemli gelişmelere ilişkin değerlendirmesinde şunları kaydetti: “Orta ve Doğu Avrupa'daki genişlememizi 2018'de tamamlamıştık. Batı Avrupa'daki yapılanmamıza ise 2019’da İspanya, Portekiz ve İtalya'daki distribütörlerimizi atayarak başladık. Pandeminin getirdiği olağanüstü koşullara rağmen planlarımızı değiştirmeden Batı Avrupa’da güçlü büyüme hedeflerimizi koruyoruz. Bu kapsamda Belçika pazarına giriş yapmak bizim için kritik önem taşıyor. Ford ile ilişkisi 25 yıla dayanan Belçika’nın köklü kurumlarından Herman Noyens Trucks NV iş birliği ile yapacak olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. İnanıyorum ki, en verimli taşıma çözümleri ile değer yaratma vizyonumuz doğrultusunda Belçika’da kısa zamanda yüzde 5 pazar payına ulaşacağız.”

**OPET BAYİLERİ ON-LINE TOPLANTIDA BULUŞTU**

OPET, HER YIL GELENEKSEL OLARAK DÜZENLEDİĞİ BAYİ TOPLANTISI’NI BU KEZ PANDEMİ KOŞULLARINA UYGUN OLARAK DİJİTAL ORTAMDA GERÇEKLEŞTİRDİ. OPET ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİ İLE BAYİLERİNİN BİR ARAYA GELDİĞİ BULUŞMADA, 2021 HEDEFLERİ ELE ALINDI.

Opet’in 2020 değerlendirmesi ve 2021 yılı hedef ve vizyonunu paylaşmak üzere bir buluşma düzenlendi. Dijital ortamdaki toplantıda konuşma yapan Opet Yönetim Kurulu Kurucu Başkanı Fikret Öztürk, “Opet, bu zorlu dönemi hem müşteri memnuniyetinde hem de istasyon satışlarında lider olarak tamamladı. Markamız adına bu olumlu gelişme için bayilerimize ve çalışanlarımıza teşekkürlerimi sunarım. Bundan sonrası için de liderliği kalıcı hâle getirmemiz çok önemli. Bu nedenle işimize odaklanmamız ve daima ileri bakmamız gerekiyor” diye konuştu.

“Sadece Türkiye için değil, tüm dünya açısından çok zor bir yılı geride bıraktık” diyerek sözlerine başlayan Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Yağız Eyüboğlu ise her açıdan zor geçen bu süreçte Opet’in büyümeyen bir pazarda satışlarını en çok artıran şirket olduğunu, temmuz ve ekim aylarında iki kez perakende pazar payında liderliği elde ettiğinin altını çizdi. Eyüboğlu, “Opet; bayilerinin gücü, Öztürk ailesinin sektörel tecrübesi ve Koç Topluluğu’nun kurumsal gücüyle, akaryakıt sektöründe öncü ve lider oyuncu rolünü sürdürecek” diyerek sözlerini noktaladı.

Toplantının konuk konuşmacısı Amerikan Hastanesi ve Koç Üniversitesi Tıp Fakültesi Enfeksiyon Hastalıkları Bölüm Başkanı Prof. Dr. Önder Ergönül, pandemi süreciyle ilgili detaylı bilgi verdi ve Opet’in Temiz Tuvalet Kampanyası’nın halk sağlığı adına düzenlenmiş çok önemli bir proje olduğunu ifade etti.

**KOÇSAVUNMA SUALTI TELEFONU İHRAÇ EDİYOR**

KOÇSAVUNMA, 2020 YILINDA SUALTI TELEFONUNUN YABANCI BİR DENİZ KUVVETİ GEMİSİNDE KULLANIMINA YÖNELİK SÖZLEŞME İMZALADI. BİR BAŞKA ÜLKE GEMİSİNE İNGİLİZCE MENÜLÜ SUALTI TELEFONU SATIŞINA YÖNELİK SÖZLEŞME DE 2021 BAŞINDA YÜRÜRLÜĞE GİRDİ.

KoçSavunma, geliştirdiği ürünlerle yurt dışı pazarına yönelik adımlar atıyor. KoçSavunma; Echorium Dalgıç Tespit Sonarı Ailesi, Sualtı Tespit ve Konumlandırma Sistemi, Mermi Tarassut Sistemi, Akustik İzleme ve Yakalama Sistemi, Sualtı Ortam Modeli ve Sualtı Telefonu gibi bir dizi ürüne sahip bulunuyor.

Sualtı telefonu; tümü mikro işlemci kontrollü, suüstü/sualtı gemileri arasındaki iletişimi sualtı akustik dalgaları aracılığı ile sağlayan haberleşme sistemi olarak görev yapıyor. KoçSavunma Teknolojileri Yönetici Direktörü Hakan Öktem, salgının yol açtığı zorlu koşullara rağmen Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine ağırlık verdiklerini vurguladı. Öktem, “Bu kapsamda yurt içi ve yurt dışından önemli siparişler aldık ve birçok firma ile yurt dışı temsilcilik sözleşmeleri imzaladık. Böylece 2020 yılını hem yurt içinde hem yurt dışında savunma şirketleri tarafından aranılan çözüm ortağı olarak kapatmanın gururunu yaşıyoruz. Bu verimli dönemin önümüzdeki süreçte de istikrarını koruyacağına inancımız tam” diye konuştu.

**ARÇELİK HASSAS KIYAFETLER İÇİN AIRTOUCH KURUTMA MAKİNESİ ÜRETTİ**

ARÇELİK, HASSAS GİYSİLERİ YILLARCA KULLANMAK İÇİN “NE YAPABİLİRİZ?” SORUSUNDAN YOLA ÇIKARAK AIRTOUCH KURUTMA MAKİNESİ’Nİ GELİŞTİRDİ.

Arçelik, sererek kurutma programıyla hassas giysileri yıpratmadan kurutan AirTouch Kurutma Makinesi ile tüketicilerinin hayatına kolaylık sunuyor. AirTouch teknolojisine sahip ürün tambur hareketleri olmadan, serme yöntemiyle kurutma yaparak “hassas - kurutma makinesinde kurutulamaz etiketi” olan ürünleri bile güvenle kurutabilmenizi sağlıyor. Makine bu özelliği ile en sevilen giysilerin yıpranmasını önleyerek kullanım ömrünü uzatıyor. Özel kanat formu ve hava akış sistemi ile narin giysileri mevcut kurutma makinalarına kıyasla çok daha hassas kurutabilme özelliğine sahip Arçelik AirTouch Kurutma Makinesi, tambur hiç hareket etmeden, kıyafetlerin üzerinden sadece hava geçirilerek kurutma yapmasına olanak tanıyor.

**TÜRKİYE’NİN EN TEKNOLOJİK YERLİ MARKASI ARÇELİK**

NIELSENIQ TÜRKİYE VE PAZARLAMASYON İŞ BİRLİĞİ İLE GERÇEKLEŞTİRİLEN TECH BRANDS TURKEY’DE TÜRKİYE'NİN EN TEKNOLOJİK YERLİ MARKASI ARÇELİK OLDU.

NielsenIQ Türkiye, dijital bir yöntemle çevrimiçi anket uygulayarak, 26 kategoride Türkiye'nin en teknolojik markalarını belirledi. Araştırma Aralık 2020'de, Türkiye temsili 12 ilde, İstanbul, Ankara, İzmir, Tekirdağ, Bursa, Adana, Kayseri, Samsun, Trabzon, Erzurum, Malatya, Gaziantep illerinde, kadın-erkek, 15-64 yaş arası, 1000 kişi ile gerçekleştirildi. 26 kategoride açık uçlu sorular ile yapılan araştırmada, Türkiye'nin en teknolojik markaları soruldu. Bununla birlikte, genel kategori olarak Türkiye'nin en teknolojik yerli markası da bu araştırma ile ortaya çıktı. Pandemi döneminde, ihtiyaçlara hızlı ve atik yanıt veren markaların başarılı olduğu sonucunun görüldüğü ankette, Arçelik, “Türkiye'nin En Teknolojik Yerli Markası” ve “Covid-19 Döneminin En Teknolojik Markası” seçildi. Yapılan ankette, “En Teknolojik Akaryakıt Markası” ise Opet oldu.

**ARÇELİK "İSTİHDAMDA CİNSİYET EŞİTLİĞİ" ZİRVESİ**

ARÇELİK, BİRLEŞMİŞ MİLLETLER KADIN BİRİMİ (UN WOMEN) İŞ BİRLİĞİYLE DÜZENLEDİĞİ ZİRVE İLE PANDEMİ DÖNEMİNDE DAHA DA ARTAN KADIN İSTİHDAMI SORUNUNA ÇÖZÜM OLABİLECEK ÇALIŞMALARINA DİKKAT ÇEKTİ. ZİRVEDE KONUŞMA YAPAN KOÇ HOLDİNG DAYANIKLI TÜKETİM GRUBU BAŞKANI FATİH KEMAL EBİÇLİOĞLU, “YÖNETİM KURULUNDA KADIN ORANIMIZI EN AZ YÜZDE 30 SEVİYESİNDE TUTMAYI TAAHHÜT EDİYORUZ” DEDİ.

Gazeteci Şirin Payzın’ın moderatörlüğünde online olarak gerçekleştirilen zirvenin ilk oturumunda Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu ve Birleşmiş Milletler Kadın Birimi Türkiye Programlar Yöneticisi Zeliha Ünaldı, toplumsal cinsiyet eşitliği alanında küresel ölçekte çalışmalardan önemli başlıklar paylaştı. Koç Topluluğu olarak, meslek ve iş gruplarıyla ilgili “erkek işi-kadın işi” ön yargısını ortadan kaldırma hedefinde olduklarını söyleyen Ebiçlioğlu, “Üretimde, mühendislik alanında liderlik pozisyonlarında daha fazla kadın çalışanımız olsun istiyoruz. Koç Holding Yönetim Kurulu’nda en az yüzde 30 oranında kadın üye bulundurma taahhüdümüzü topluluk şirketlerimize de genişletmeyi hedefliyoruz” dedi. Zeliha Ünaldı ise, “Geleceğin mesleklerinde kadınlar ve erkekler için eşit yer açmaya yönelik özel politikalar ve uygulamalar geliştirmek, kadınların ekonomik olarak güçlenmesine, şirketlerin rekabet edebilirliğinin artmasına ve toplumsal cinsiyete dayalı kalıp yargıların olumlu yönde dönüşmesine katkı sağlayacaktır” diye konuştu.

Arçelik zirvede, Türkiye genelindeki yetkili servislerinde kadın teknisyen istihdam etmeyi hedefleyen “500 Kadın Teknisyen” projesini duyurdu. Zirvede konuşma yapan Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer, “500 Kadın Teknisyen projemizi pandemi döneminde hayata geçirmemizin en önemli nedenleri arasında kadın istihdamına katkı sağlamak yer alıyor. Toplumsal cinsiyet konusundaki kesin hükümleri kırmak istiyoruz. İlk etapta 500 kadın teknisyen hedefiyle yola çıktık. Hâlihazırda 274 kadın teknisyen seviyesine ulaşmış durumdayız. Türkiye’nin dört bir köşesinde 600 yetkili servisimiz bulunuyor. Tüm yetkili servislerimizde kadın teknisyen istihdam etmeyi hedefliyoruz” dedi.

**İLHAM VEREN BİR KADIN: SUNA KIRAÇ**

İSTANBUL VAKFI BÜNYESİNDE HAYATA GEÇİRİLEN “BÜYÜT HAYALLERİNİ” PROJESİNİN İLK AYAĞI OLAN, “İLHAM VEREN ADIMLAR” KİTABI RAFLARDAKİ YERİNİ ALDI. KİTAPTA 40 YAZAR, ARALARINDA SUNA KIRAÇ’IN DA YER ALDIĞI 40 İLHAM VEREN KADINI ANLATTI.

Kız çocuklarının eğitimine destek olmak amacıyla hayata geçirilen “Büyüt Hayallerini” projesi kapsamında “İlham Veren Adımlar” kitabının tanıtımı yapıldı. İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkanı Ekrem İmamoğlu ve projeye öncülük eden eşi Dilek İmamoğlu tarafından yapılan tanıtıma, kitabın yazarları arasında yer alan Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi İpek Kıraç da katıldı.

Proje kapsamında elde edilecek gelirle, çocuklar için bilim, kültür ve sanat hizmeti alabilecekleri tam donanımlı bir merkezin yanı sıra kütüphanelerin kurulmasının ve eğitimleri için ihtiyaç duydukları ekonomik kaynakların yaratılmasının hedeflendiği belirtildi.

Adalet Ağaoğlu, Leyla Gencer, Mihri Müşfik, Nene Hatun, Türkan Saylan, Yıldız Kenter gibi iz bırakan kadınların hayat öykülerinin yer aldığı kitapta İpek Kıraç, annesi Suna Kıraç’ı anlattı.

**İpek Kıraç, bu kitapta annesi Suna Kıraç’ın ilham veren hikâyesini yazdı. İşte o yazıdan bazı satırlar...**

Henüz sabah daha çok erkendi ve minik Suna'nın uyanması gerekmiyordu. Evde yaşanan telaş onu heyecanlandırmış olmalı ki gece de pek uyuyamamıştı: Ablası Sevgi okula başlıyordu.

Başlangıçta Suna’nın heyecanına annesi bile bir anlam veremedi. “Suna’cığım, etrafta koşuşturmayı bırakır mısın, ablan Sevgi’yi okula hazırlamam lazım” diye nazikçe uyardı. Suna ise büyük bir hayal kırıklığına uğramıştı. Gözleri yaşlı annesine baktı, “Ya ben? Ben de okula gitmek istiyorum, ben de yeni şeyler öğrenmek istiyorum!” diyerek hüzünle köşesine çekildi. Annesi Sadberk Hanım şaşkına dönmüştü ama şaşırmamıştı. Suna meraklı bir çocuktu; okumak, öğrenmek, sormak, sorgulamak istiyordu. Daha da önemlisi, eğitimin ve bilginin hayatın zorluklarına karşı ne kadar önemli bir araç olduğunu küçük yaşta fark etmişti.

Aradan günler geçti… Suna’nın hüznü, ablası Sevgi her sabah okula gittiğinde günden güne katlandı. Anne yüreği Suna’nın bu kadar üzülmesine dayanamadı ve ablası Sevgi’nin öğretmeninden kısa süreliğine Suna’nın da ablası ile okula gidip gelebilmesi için izin istedi. Suna, hayatının ilk eğitim mücadelesini vermiş ve kazanmıştı. Artık sabahları ablası ile birlikte okula gidecekti. “Çocuktur, kısa sürede hevesini alır, yorulur ve sabahları erkenden uyanıp okula gitmek istemez” diye düşünülen Suna, öğrenme aşkı, azmi ve çalışkanlığı ile öğretmeninin de dikkatini çekti. Ablası ile okula gidip gelmeye devam eden Suna, öğretmeninin tavsiyesi üzerine yaşıtlarından önce ikinci sınıfa geçerek okul hayatına resmî olarak başladı.

Küçük yaşta başından geçen bu olay, Suna’nın gelecekteki hayatına dair ailesi ve arkadaşlarına önemli ipuçları verdi. Hayalleri uğruna mücadele etmekten ve yapılamaz denilenleri azim ve çalışkanlığı ile hayata geçirmekten vazgeçmeyecek bir iş kadını ve eğitim gönüllüsü olacağını daha küçük yaşlarda belli etmişti.

Okula gitmek için annesini ikna eden, sonrasında ise çalışkanlığı ile okula devam etmesinin faydalı olacağını öğretmenine gösteren Suna, bu erken yaştaki eğitim macerası ile yetinmedi. Kendisini eğitim, iş ve sosyal hayatı boyunca sürekli geliştirdi. İyi bir eğitimin önemini küçük yaşlarda kavrayan Suna, yıllar geçtikçe yalnızca kendisi için değil, tüm çocukların iyi eğitim alması için mücadele edecek bir eğitim gönüllüsü oldu. Her çocuğun eşit eğitim fırsatlarından yararlanması için mücadele edecek kendisi gibi eğitim gönüllülerinden oluşan bir organizasyonun hayalini kurdu.

Tıpkı küçücük yaşında hayalini kurduğu okula başlama macerası gibi, hayallerinin peşinde koşma azmi ve çalışkanlığı ile Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı’nı kurarak, günümüze kadar neredeyse üç milyon çocuğun eğitimine katkı sunacak bir yapının temelini attı.

Suna’nın çocukluğunda başlayan eğitim mücadelesi, milyonlarca çocuğun eğitimine destek olan birçok eğitim kurumu ve gönüllüler ordusu vasıtasıyla hâlen devam ediyor. Sen de hayallerinin peşinde koşmaktan, mücadele etmekten ve hayallerini hayata geçirmek için azimle çalışmaktan hiç vazgeçme.

Kim bilir, belki sen de minik Suna gibi küçük yaşlarda tohumlarını attığın hayallerinin, heybetli ve rengârenk meyveler veren ağaçlara döndüğünü göreceksin…

**VİZYON**

**GEÇMİŞTE OLDUĞU GİBİ BUGÜN DE TÜRKİYE’NİN EN BÜYÜK OTOMOTİV YATIRIMI FORD OTOSAN’DAN**

Geçtiğimiz yıl 60. yaşını kutlayan Ford Otosan, kurulduğu günden bu yana Türkiye'nin yarınlarına olan inançla hayata geçirdiği girişimlere bir yenisini daha ekledi. Kocaeli Fabrikalarında gerçekleştirmeyi öngördüğü 2 milyar euro’luk (20,5 milyar TL) yeni yatırımının en önemli fazını duyuran Ford Otosan,

Türkiye otomotiv tarihinin en büyük yatırımını başlatmış oldu.

Geçtiğimiz yıl 60. yaşını kutlayan Ford Otosan’ın dev bir yatırım hamlesinin hayata geçirileceğini açıklamıştı. 16 Mart 2021’de ise Ford Otosan, Avrupa’nın en büyük ticari araç üretim üssü olan Kocaeli Fabrikalarında gerçekleştirmeyi öngördüğü 2 milyar euro’luk (20,5 milyar TL) yeni yatırımının en önemli fazını duyurdu.

Ford Otosan’ın elektrikli ve bağlantılı yeni nesil ticari araç projelerini hayata geçireceği, önümüzdeki 10 yılı kapsayan yatırımın vizyonu Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Cumhurbaşkanı Yardımcısı Fuat Oktay, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Çevre ve Şehircilik Bakanı Murat Kurum, Hazine ve Maliye Bakanı Lütfi Elvan, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Ford Otosan Yönetim Kurulu Başkanı Ali Y. Koç, Ford Avrupa Başkanı Stuart Rowley, Koç Holding CEO’su Levent Çakıroğlu, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Cenk Çimen, Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün ve Ford Otosan Genel Müdür Baş Yardımcısı Dave Johnston katılımları ile gerçekleştirilen toplantıda açıklandı.

**Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan: “Türkiye'yi batarya üretim merkezlerinden biri yapacağız”**

Ankara’daki Cumhurbaşkanlığı Külliyesi’nde düzenlenen Ford Otosan Gelecek Vizyon toplantısında konuşan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Ford Otosan ile Ford Avrupa arasında yapılacak satın alma sözleşmesinin imza törenine şahitlik ettiklerini ve böylelikle Türkiye'yi küresel rekabette ileriye taşıma, teknoloji ve üretim üstüne dönüştürme yolunda önemli bir adım daha atmış olacaklarını belirterek, sözlerine şöyle devam etti: “Bu topraklarda üretim yapan, istihdam sağlayan, ülkemizin gücüne ve potansiyeline inanan tüm yatırımcılara sahip çıkmaya devam ediyoruz. Bugünkü imza töreni, devletimizin yatırımlarla ilgili kuşatıcı ve destekleyici tavrının en güzel örneğidir. Ford Otosan hâlihazırda Türkiye'deki otomotiv üretiminin ve ihracatının yüzde 25'ini gerçekleştirerek 12 bin 500 insanımıza istihdam sağlıyor. Yüzde 70'i bulan yerlilik oranı ve yüzde 90'a varan ihracat oranı ile firmamız, ülkemizin kalkınmasında çok kritik rol oynuyor. Türkiye otomotiv sanayinin elektrikli ve bağlantılı araçlarla dönüşmesini sağlayacak bu yatırımla Ford Otosan araştırma-geliştirme, ihracat üretim ve katma değer etkisi 10 yıla yayılacak büyük bir vizyon ortaya koymaktadır. Proje tamamlandığında Ford Otosan'ın 440 bin olan üretim kapasitesi 650 bine yükselecek, Kocaeli'nde üretilip Avrupa'ya ihraç edilen ticari araçlarla Türkiye'nin liderliği daha da perçinlenecektir."

**"Ford Otosan ihracatını 13 milyar dolara çıkartacak"**

Bu yatırımın yan sanayiye ciddi katkılar yapmasını, burada ilave 15 bin kişilik dolaylı istihdam gerçekleştirilmesini beklediklerini vurgulayan Erdoğan, sözlerine şu ifadelerle devam etti: "Ford Otosan yeni yatırımlarıyla ihracatını yıllık 5,9 milyar dolardan 13 milyar dolara çıkartacak. Şu an aramızda bulunan Ford Avrupa Başkanı Sayın Stuart Rowley, bu tesiste üretilecek araçları, Avrupa pazarında satmak üzere bizlere alım tarihi veriyor. Sahip olduğu ihracat kapasitesiyle bu yatırım, cari dengemize de çok ciddi katkı sağlayacaktır. Yatırımın aynı zamanda Türk mühendislerine elektrikli araçlar ve batarya konusunda tasarım geliştirme ve yazılım gibi alanlarda ciddi kabiliyetler de kazandıracağına inanıyorum. Otomotiv sektörünün geleceğine Türkiye'de yatırım yapan Ford Otosan'ı şahsım, milletim adına yürekten tebrik ediyorum."

**Ali Y. Koç: “Ülkemiz için çok çalışmak, istihdam yaratmak önceliğimiz oldu”**

Dijital ortamdan da canlı yayınlanan toplantıda konuşan Ali Y. Koç ise Koç Topluluğu’nun yolculuğunun, Cumhuriyet'in kuruluş yıllarında başladığını ve Topluluğun o günden bu yana, her şartta, her dönemde ülkesiyle kader birliği yaptığını söyledi. Ali Y. Koç, konuşmasına şu sözlerle devam etti: “Ne güzel bir tesadüftür ki bu yatırım neticesinde üreteceğimiz ilk aracı inşallah Cumhuriyetimizin 100’üncü yılında banttan indireceğiz. Ulu Önder Atatürk’ün koymuş olduğu ‘Muassır medeniyet seviyesinin üstüne çıkma hedefi’ doğrultusunda; Cumhuriyetimizin kalkınma, ilerleme, büyüme ve uluslararası rekabette üstün olma mücadelesinde hep ön saflarda olmak için yılmadan çalıştık. Kurucumuz merhum Vehbi Koç'un ‘Ülkem varsa, ben de varım’ şeklinde ifade ettiği düstur, bu yolculukta rehberimiz oldu, önümüzü aydınlattı ve rotamızı belirledi. Geçmişimiz de, geleceğimiz de bu topraklarda dedik. Kurulduğumuz yıl olan 1926’dan bu yana ülkemizin ekonomik ve toplumsal kalkınmasını bir bütün olarak gördük. Ülkemiz için çok çalışmak, yatırım yaparak istihdam yaratmak, Ar-Ge ve inovasyona dayalı, katma değeri yüksek işler yapmak, ihracat yapmak, toplumsal sorumluluklarımızı yerine getirmek ve vergi ödemek en önemli önceliklerimiz oldu. Şirketlerimiz, çalışanlarımız, iş ortaklarımız, tedarikçilerimiz, bayi ve servis ağımızla, ekonomimizin dinamosu olmak hedefine yürekten inandık ve bunu gerçekleştirmek için var gücümüzle çalıştık.”

**“Türk otomotiv sektörünün bugüne kadarki en büyük yatırımını gerçekleştirdik”**

Bundan 7 yıl önce, Ford Otosan’ın Türk otomotiv sektörünün en yüksek üretim kapasitesine ulaşmasını sağlayan Yeniköy Fabrikası’nın açılışında yaptığı konuşmada, Koç Topluluğu olarak geçmişten bugüne kısa vadeli dalgalanmalar yerine, uzun dönemli hedeflere odaklanmaya özen gösterdiklerini ve tarihin en büyük yatırımı ile ülkenin geleceğine yatırım yapmaya devam edeceklerini söylediğini hatırlatan Ali Y. Koç, “Sözümüzde durduk ve 2 milyar euro’luk, Türk otomotiv sektörünün bugüne kadarki en büyük yatırımını gerçekleştirdik” dedi.

Ali Y. Koç, “Bu süreçte devletimizin gücünü ve bu yatırıma olan inancını hep arkamızda hissettik. ‘Proje Bazlı Devlet Yardımı’ mekanizmasıyla Ford Otosan’a kıymetli destek ve teşvikler sağlandı. Sanayi ve Teknoloji Bakanımız Sayın Mustafa Varank ve Çevre ve Şehircilik Bakanımız Sayın Murat Kurum’un, zorlukları kolay kılan destekleri ve önümüzü açan yardımları olmasaydı, bu kadar kısa sürede, böylesine büyük bir yatırımın prosedürlerini tamamlamamız asla mümkün olamazdı” diye konuştu.

Konuşmasında, Koç ile Ford Motor Company’nin iş birliğinin Topluluğun kuruluş yıllarına, neredeyse bir asır öncesine dayandığından bahsederek, Ford Otosan’ın tarihine değinen Ali Y. Koç, sözlerini şöyle sürdürdü: “Bayilik olarak başlayan ilişkimizin en önemli dönüm noktalarından biri 1956 yılında gerçekleşiyor. Bu tarihte, ‘Koç Grubu’nun Dünyada Montaj Hakkına Sahip İlk Ford Bayisi’ olmasını sağlayan sözleşme imzalanıyor. 1960 yılında İstanbul’daki fabrikamızda otomobil ve kamyon, 1961 yılında ise ticari araçlarımızın öncüsü olan ilk minibüsü üretmeye başlıyoruz. O günden 1996 yılına kadar Otosan, ülkemiz koşullarında büyük adımlarla büyümesini sürdürüyor. 1996 yılında girdiğimiz Gümrük Birliği, Türk sanayisi için adeta bir milat oluyor. O dönemde, çoğunlukla yerel pazar için üretim yapan otomotiv sektörümüzün Avrupalı firmalarla rekabet şansının olmadığı ifade ediliyordu. Otomotiv işlerimizin geleceğini belirlemek adına uluslararası danışmanlık şirketlerine hazırlattığımız raporlar da bu durumu teyit ediyor ve Otosan’ın Avrupa ile rekabete dayanamayacağını öngörüyordu. Kısacası bu sektörden çekilmemiz tavsiye ediliyordu. O esnada, şirketimizdeki 3 bin 400 çalışanımızla 43 bin araç üretiyorduk. Toplam ciromuz 850 milyon dolar civarındaydı. Otosan olarak 667 araç ihraç ediyorduk ve bunun toplam değeri ise 16 milyon dolardı. Ama hem Koç Topluluğu hem Ford Motor Company Türkiye’ye güvenmeye devam etti. Danışmanların ve hatta bazı hissedarlarımızın bize önerdiğinin aksine Otosan’ı kapatmak yerine, büyütmeye karar verdik.”

**“Ford Motor Company’nin küresel üretim merkezlerinden biri hâline geldik”**

Ali Y. Koç, bu kararda en büyük payın ise engin deneyimi ve vizyonuyla Rahmi M. Koç’a ait olduğunu söyleyerek, “Bütün kapatma telkinlerine tek başına direnerek Ford Otosan’ın bu günlere ulaşmasında kritik bir rol oynamıştır. Kendisine saygı ve şükranlarımızı iletiyoruz. Bu kararlılığın neticesinde, 1997 yılında Ford Motor Company ile anlaşarak ve Otosan’da eşit ortaklık kurduk. Böylece ismimiz ‘Ford Otosan’ oldu. Bu anlaşma ile birlikte şirketimizin, sadece ismi değil, ufku değişti. Ford Motor Company’nin küresel üretim merkezlerinden biri hâline geldik” diye konuştu.

Ford Otosan’ın geçmişte fabrika yatırımı için verdikleri arazi kararına da değinen Ali Y. Koç, “Ortağımızla birlikte, ticari araçlar üretmek üzere kapasitemizi 100 bin araca çıkarmak için gerekli yatırımları yapmayı kararlaştırdık. Ancak İstanbul’daki bugün Akasya olarak bilinen Kadıköy’deki fabrikamız gerek kapasite, gerek lojistik açısından yeterli değildi. Kocaeli’nde SEKA’ya ait ve tamamen bataklık olan boş bir arazi yatırım için bize tahsis edildi ve o alanın tamamı bugün Kocaeli’nin en değerli sanayi bölgelerinden birine dönüştü” dedi.

**“En derin kriz zamanlarında, 2001’de, Gölcük Fabrikası’nın açılışını yaptık”**

O yıllarda Türkiye, tarihinde yaşadığı en derin ekonomik krize doğru sürüklenirken, Nisan 2001’de 650 milyon dolar yatırımla Gölcük Fabrikası’nın açılışını yaptıklarını ifade eden Ali Y. Koç, “Temmuz 2002’de ise yeni fabrikamızda ürettiğimiz ticari araçlarımızı Avrupa’ya ihraç eden ilk gemilerimiz yola çıkmıştı bile” dedi. Konuşmasında yıllar içinde fabrikada üretilen araçlara da vurgu yapan Ali Y. Koç, şunları söyledi: “Sadece bizim fabrikamızda üretilen Connect isimli aracımız, banttan indikten bir yıl sonra Avrupa’da ‘Yılın Ticari Aracı’ ödülünü kazandı. 2009 yılına geldiğimizde artık dünyanın 5 kıtasında 60’tan fazla ülkeye ticari araç ihraç ediyorduk. Aynı yıl otomotivin anavatanı olan ABD ve Kanada’ya otomotiv ihraç etmeyi başaran ilk Türk firması olduk. Kocaeli’de üretilen bu araçlarımız, 1 yıl sonra ise Kuzey Amerika’da, yılın ticari aracı ödülünü kazandı. 2011-2014 yılları arasında yaptığımız 1,6 milyar dolar yatırım ile üretim kapasitemizi 140 bin araçtan 415 bin araca yükselttik” diye konuştu. Yeniköy’deki fabrikanın açılışının ise Mayıs 2014 tarihinde yapıldığını hatırlatan Ali Y. Koç, “2016 yılına geldiğimizde Türk otomotiv sektörü açısından bir ilki daha gerçekleştirdik. Yüzde 100 Ford Otosan mühendisliği ile bütün fikri ve sınai hakları tamamen bize ait olan, yeni nesil Ecotorq kamyon motorunun seri üretimini başlattık.”

**“Ford Otosan artık küresel bir güç”**

Ford Otosan’ın artık küresel bir güç olduğunu ifade eden Ali Y. Koç, sözlerini şöyle sürdürdü: “Zamanında kapatılması düşünülen şirketimizde, bugün itibariyle çalışan sayımız 12 bine ulaşmıştır. Zamanında 667 olan ihracat rakamımız, 335 bin seviyelerine yükselmiştir. Toplam ihracatımız pandemi öncesinde yaklaşık 6 milyar dolar, toplam ciromuz ise yaklaşık 7 milyar dolar seviyesine erişmiştir. Şu anda Ford Otosan, Avrupa’daki en büyük ticari araç üretim üssüdür ve güçlü bir küresel aktör hâline gelmiştir.”

Koç Topluluğu ve Ford arasındaki karşılıklı güvene dayanan köklü ortaklığın simgesi olan Ford Otosan’ın, “ilk”leri başarmaya ve değer üretmeye devam ettiğini anlatan Ali Y. Koç, bunu şöyle anlattı: “Bugün bir aracı sıfırdan, motoru da dâhil olmak üzere; komple tasarlayacak, geliştirecek ve üretecek yetenek ve altyapıya sahip tek kurumuz. Son 6 yıldır hem mal hem de mühendislik hizmetleri ihracatında Türkiye şampiyonuyuz. Ford Otosan mühendisleri tarafından geliştirilen ve Eskişehir Fabrikamızda üretilen F-MAX, 2019 senesinde Avrupa’da ‘Uluslararası Yılın Kamyonu’ ödülünü kazanmıştır. Kocaeli’de ürettiğimiz Türkiye’nin ilk hibrit elektrikli ticari aracı Custom ‘2020 Uluslararası Yılın Ticari Aracı’ ödülüne layık görülmüştür. Kısacası, Türk mühendisleri ve işçisinin kabiliyetleri sayesinde bayrağı en yüksekte taşımanın gururunu yaşıyoruz.”

|  |
| --- |
| **ARAÇ ÜRETİM KAPASİTESİ 650 BİN ADEDE ÇIKACAK, 18 BİN KİŞİYE İSTİHDAM SAĞLANACAK**Ford Otosan’ın elektrikli ve bağlantılı yeni nesil ticari araç projelerini hayata geçirmek amacıyla duyurduğu yatırım kapsamında; Kocaeli Fabrikalarındaki çoğunluğu ihracata yönelik olan ticari araç üretim kapasitesinin 650 bin adede çıkmasının yanı sıra 130 bin adetlik batarya montaj kapasitesine ulaşılacak. Ford Otosan tarafından gerçekleştirilen doğrudan 12 bin kişiyi aşkın istihdam ilave 3 bin kişi ile 15 bin kişiye yükselecek. Bununla birlikte, yan sanayide oluşacak ilave 15 bin kişilik istihdam öngörüsü ile toplam 18 bin kişilik yeni iş imkânı yaratılmış olacak. Yatırım tamamlandığında Türkiye’nin elektrikli ticari araç üretimindeki öneminin artması, aynı zamanda Ford’un elektrikli ticari araç üretim üssüne dönüşmesi hedefleniyor. Tam elektrikli yeni nesil Transit Custom modeli ve Volkswagen’in 1 tonluk ticari aracı Ford Otosan tarafından Kocaeli’de üretilecek. |

**“Türkiye’nin ilk ve tek elektrikli araç entegre üretim tesisi hâline gelecek”**

Kocaeli Fabrikalarının Türkiye’nin -batarya dâhil - ilk ve tek elektrikli araç entegre üretim tesisi hâline geleceğini belirten Ali Y. Koç, dünyanın içinde bulunduğu belirsizlik ortamına rağmen gerçekleştirilen yatırımın önemine ise şu sözleriyle değindi: “Özellikle belirtmek isterim ki pandeminin yarattığı belirsizlik ortamında ve herkesin yatırımdan uzak durduğu bir dönemde, tarihimizin en büyük otomotiv yatırımını yapıyor olmak Topluluğumuzun ve ortağımız Ford Motor Company’nin ülkemize olan inancının en büyük ispatıdır. 10 yıl sürecek bu yatırımı ileriye dönük stratejik bir hamle olarak görüyoruz. Ortaya çıkacak büyük katma değerin yanı sıra oluşturacağımız ekosistemle de memleketimizin otomotivdeki rekabet gücünün önemli ölçüde artmasına hizmet edecek olmak bizleri onurlandırıyor. Bu vesileyle, asırlık iş ortağımız Ford Motor Company’e; ülkemize ve Koç Topluluğu’na duyduğu güven, uzun vadeli bakış açısı, bugüne kadar yaptığı eşsiz katkı ve yatırımlar nedeniyle teşekkürlerimizi sunuyoruz.”

|  |
| --- |
| **FORD AVRUPA BAŞKANI STUART ROWLEY:****“TÜRKIYE’DE BAŞARDIKLARIMIZDAN GURUR DUYUYORUZ”**Toplantıda Ford Avrupa Başkanı Stuart Rowley de bir konuşma yaptı. Ford ve Türkiye arasındaki ilişkinin temellerinin neredeyse 100 yıl öncesine dayandığını ifade eden Rowley, “Bugün geldiğimiz noktada Ford Otosan, Türk otomotiv sektörünün öncü şirketi ve global otomotiv endüstrisinin en başarılı ve köklü ortak girişimlerinden biri olmaya devam ediyor. Ford olarak, Koç Topluluğu ile ortak girişimimiz Ford Otosan ile bugüne kadar Türkiye'de başardıklarımızdan gurur duyuyoruz. Bundan sonrasında da bu başarılara yenisini eklemeye hazırız” diye konuştu. |

**“Uzun vadede bu ülkeye yatırım yapan herkes kazanır”**

Sözlerini iş dünyasına bir çağrıda bulunarak sonlandıran Ali Y. Koç, Türkiye’nin, tarihsel birikimi, yetişmiş insan kaynağı, Ar-Ge kabiliyetleri, ekonomik potansiyel, eşsiz jeostratejik konumu ve teşvik sistemiyle dünyanın önemli fırsatlar sunan ülkelerinden biri olduğunu söyledi. Türkiye’yi kısa dönemli analizlerle anlamaya çalışmanın büyük bir yanılgı olduğunu belirten Ali Y. Koç, “Uzun vadede bu ülkeye yatırım yapan herkes kazanır. Ekonomimizin en zor dönemlerinde dahi bu ülkeye yatırım yapmaktan çekinmeyen Topluluğumuzun ve bize güvenen uluslararası ortaklarımızın başarısı herkese ilham vermelidir. Biz Koç Topluluğu olarak, bugüne kadar olduğu gibi, var olduğumuz müddetçe, ülkemize güvenmeye ve ülkemizle birlikte büyümeye devam edeceğiz! Azmimizi de gücümüzü de ülkemizden alıyoruz! Dünyada değişimin giderek hızlandığını, belirsizliklerin arttığını, rekabetin zorlaştığını ve dolayısıyla gidecek daha çok yolumuzun olduğunu biliyoruz. Ama zorluklar sadece coşkumuzu ve inancımızı arttırır! Yeni yatırımımızın ülkemize, otomotiv sektörümüze hayırlı uğurlu olmasını diliyorum” dedi.

**Volkswagen’in ticari araç modeli Kocaeli’de üretilecek**

Ford Otosan Kocaeli Fabrikaları, ilk etapta 2022 yılı itibarıyla Ford’un tam elektrikli ilk ticari aracı E-Transit’in Avrupa'ya yönelik seri üretimini gerçekleştirecek ve bataryalarını da Kocaeli’de temin edecek. Böylece, Kocaeli’de Türkiye’nin ilk ve tek elektrikli araç entegre üretim tesisi kurulmuş olacak.

Ford Otosan, 2023 yılının ilk yarısı itibarıyla ise "Yeni Nesil Transit Custom" ailesinin dizel ve şarj edilebilir, hibrit elektrikli PHEV (Plug-In Hybrid) versiyonları ile tam elektrikli ilk versiyonunu da üretmeye başlayacak. Ayrıca Ford ve Volkswagen’in stratejik ortaklığı kapsamında yeni nesil Volkswagen 1 tonluk ticari araç modeli de Ford Otosan tarafından Kocaeli’de üretilecek. 1,4 milyar euro tutarındaki proje fazı ile Ford Otosan’ın 1 tonluk orta ticari araç kapasitesinin 405 bin adede yükselmesi planlanıyor.

Bu stratejik yatırım öngörüsü ile; hâlihazırda sadece araç değil mühendislik ve teknoloji ihracatında yıllardır liderliği elden bırakmayan Ford Otosan, ülke ekonomisine katkı ve daha fazla “katma değerli” ihracat için global rekabet avantajı sağlayacak ileri teknolojiler üzerinde çalışma fırsatı bulacak. Ford Otosan mühendisleri de yetkinliklerine elektrikli araçlar ve batarya konusunda tasarım, geliştirme ve yazılım başta olmak üzere kritik yetkinlikleri ekleyecekler. Ayrıca, yan sanayi ekosistemi de gelişerek geleceğin otomotiv dünyasına hazır hâle gelecek ve global birçok markaya hizmet verebilecek konuma ulaşacak.

**KADIN ÇALIŞANLARI TÜPRAŞ’A GÜÇ, TÜRKİYE’YE ENERJİ KATIYOR**

Enerji sektöründe eşitlikçi ve kapsayıcı bir iş ortamı oluşturma vizyonuyla faaliyetlerini sürdüren Tüpraş; İzmit, İzmir, Kırıkkale ve Batman'daki rafinerilerinin üretim sahalarındaki vardiyalı kadın çalışanlarıyla enerji sektörüne ve Türkiye’ye örnek oldu. “Eşitlik için Enerjimiz Bitmez” mottosuyla kadın erkek omuz omuza çalışmayı ilke edinen Tüpraş’ın üretim sahalarındaki kadınların varlığı, bu eşitliği gözler önüne seriyor.

İzmit, İzmir, Kırıkkale ve Batman'daki rafinerilerinin üretim sahalarında vardiyalı kadın çalışanlar istihdam eden Tüpraş, 2 yıl önce ilk kez Batman’da vardiyalı kadın operatör ve teknisyenleri bünyesine kattı. Bugün 4 rafinerisinde de kadın saha çalışanları, erkeklerle omuz omuza çalışarak görevlerini sürdürüyor.

**“Türkiye’nin enerjisini kadın ve erkek çalışma arkadaşlarımızla beraber üretiyoruz”**

Tüpraş Genel Müdürü İbrahim Yelmenoğlu, faaliyet gösterdikleri, ağırlıklı olarak erkek egemen görülen enerji sektöründe eşitlikçi ve kapsayıcı bir iş ortamı oluşturmak hedefiyle hareket ettiklerini belirterek şunları ifade etti: “Ne mutlu bize ki Türkiye’nin enerjisini kadın ve erkek çalışma arkadaşlarımızla beraber üretiyoruz; gücümüzü kadın erkek omuz omuza çalışmaktan alıyoruz. Bizler, hiçbir işin cinsiyeti olmadığını, işlerin ancak uzmanı olabileceğini iyi biliyoruz. Bu ilkelerle hareket eden bir toplumun her alanda kalkınacağına içtenlikle inanıyoruz. Bu inançla, çalışmalarımızı her alanda ‘Eşitlik için Enerjimiz Bitmez’ diyerek sürdürecek, Ülkemizin enerjisini birlikte üretmeye devam edeceğiz.”

**“HeForShe hareketini destekliyoruz”**

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları’ndan 5’incisi olan “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği”ni de destekleyen çalışmaları hem iş yerlerinde hem de toplumsal alanda sürdürdüklerini ifade eden Yelmenoğlu: “Parçası olduğumuz Koç Holding’in 2015 yılında çizdiği yön doğrultusunda toplumsal cinsiyet eşitliğinin destekçisi ve takipçisiyiz. Birleşmiş Milletler (BM) Kadın Birimi UN Women’ın, toplumsal cinsiyet eşitliğinin gerçekleşmesi çabalarına erkeklerin katılımını sağlamak amacıyla yürüttüğü ve Koç Holding’in Küresel Etki Liderleri arasında yer aldığı HeForShe hareketini destekliyoruz. Faaliyet gösterdiğimiz enerji sektöründe eşitlikçi ve kapsayıcı bir iş ortamı oluşturmak hedefiyle hareket ediyoruz. 2017’den bu yana, toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı iş yerlerinin oluşturulması için farkındalık artırma, strateji ve iş birlikleri geliştirme amacıyla oluşturulan BM Kadının Güçlenmesi Prensipleri’nin imzacı kuruluşları arasında yer alıyoruz. Toplumsal cinsiyete duyarlı iş yeri uygulamalarını hayata geçirirken aynı zamanda kadının ekonomik güçlenmesine katkıda bulunuyoruz” dedi.

**“2020’de işe alımlarımızın yarısı kadınlardan oluştu”**

“Bugüne kadar rafineride kadın mühendislerimiz hep vardı ancak sahada vardiyalı kadın çalışanlarımızın da işe başlaması, hem sektörümüz hem de şirketimiz adına öncü ve örnek bir uygulama oldu” diyen Yelmenoğlu, erkek egemen bir iş kolu için bu cesur adımı atmaktan büyük mutluluk ve gurur duyduklarını söyleyerek şöyle devam etti: “2008 yılından bugüne Tüpraş’ta kadın çalışan sayısını yüzde 78 oranında artırdık. 2008 yılında işe alınanların yüzde 30’u kadın iken, 2020 yılında ise işe alımlarımızın neredeyse yarısı kadınlardan oluşuyor. Bugün itibarıyla toplam çalışan sayımızın yüzde 10’u kadın... Ancak ofislerimizde bu oran yüzde 30’u bulmuş durumda. Ar-Ge bölümümüzün yüzde 67’si ise kadınlardan oluşuyor. Yönetim kademelerinde kadın çalışan oranımız yüzde 24 seviyesinde, yetenek havuzumuzun ise yüzde 45’ini kadın çalışanlar oluşturuyor. Üretim sahasında görevli, vardiyalı kadın saha çalışanlarımızın sayısını artırmayı, projemizin kapsamını daha da genişletmeyi, ustabaşılık gibi kıdemli saha pozisyonlarında da orta vadede kadın çalışanlarımızın olmasını amaçlıyoruz.”

**Tüpraş’ın kadın kahramanları**

Üretimde ve bakımdaki kadın saha operatör ve teknisyenleri; kara dolum ünitesi, tanker dolum adaları, araç-sürücü son kontrolleri, kantar operasyonları, vana operasyonları gibi görevlerde, enstrüman bakımı kapsamında da sahadaki bakım, tamirat, kontrol gibi farklı alanlarda sorumluluk alıyorlar. Onlar erkek egemen denilen enerji sektörünün kadın kahramanları…

Dünya genelinde en yüksek riskli ve tehlikeli bulunan rafinaj sektöründe Türkiye’nin enerjisini üretmek için hiç durmadan, kadın- erkek omuz omuza çalışıyorlar. Sektörün erkek işi algısını ters yüz edip ezber bozan kadınların hikâyelerini kendilerinden dinleyelim…

**Nazire Kolci**

**İzmit Rafinerisi Bakım Müdürlüğü / Enstrumancı**

**“Asla umutsuzluğa kapılmadım”**

“Belirli teknik seviyeye ulaşıp misyonumu tamamladığında, kadınların bu alanda çalışmasına destek olacak her türlü oluşumlarda aktif rol almak istiyorum. Zorlandığım zamanlar evet oldu ama asla umutsuzluğa kapılmadım. Çünkü gerek ailem gerekse çalışma arkadaşlarım, ustabaşılarımız bu işi başarabileceğimiz konusunda bize her zaman destek oldular.”

**Gamze Albayrak**

**İzmit Rafinerisi Bakım Müdürlüğü / Enstrumancı**

**“Babam, rol modelimdi”**

Benim rol modelim babamdı. Küçük yaşlardan beri elektriğe olan merakımı, babam görmezden gelmeyip beni yüreklendirdi. "Kız çocuğu elektrikçi mi olacak?" mahalle baskılarına rağmen hep yanımdaydı.

**Nuran Koç**

**İzmit Rafinerisi Kalite Sistemleri Müdürlüğü / Laboratuvar Teknisyeni**

**“Daha güçlü bir birey olmak beni motive ediyor”**

Tek başıma hem kendimi geliştirmek, hem de ekonomik özgürlüğümü kazanmak ve ülkemde üretime katkı sağlayan güçlü bir birey olmak beni motive ediyordu. Alanımda uzman olmak ve daha güçlü, daha başarılı bir kadın olmak istiyorum.

**Ezgi Özdamar**

**İzmit Rafinerisi Teknik Emniyet ve Çevre Müdürlüğü / İş Güvenliği Enspektörü**

**“Ustam 'Kızlarıma seni anlatacağım’ dedi"**

Yaptığım iş esnasında eski çalıştığım iş yerimde unutamadığım bir anım vardı. 12 metre yüksekliğinde bir tanka tırmandığım esnada aşağıda bir ustanın beni izlediğini fark ettim. Ben tanktan inene kadar bekledi, merdivenin başından hiç ayrılmadı ve sonra gözleri dolu dolu, ağlamaklı kızlarına beni anlatacağını söyleyerek “Üşüdün, sana bir çay doldurayım” dedi. Kolay olduğunu söylemek zor açıkçası ama baktığımda ne kadar yol kat ettiğimizi görüyorum.

**Gülşen Dal**

**İzmir Rafinerisi Üretim Müdürlüğü / Operatör**

**“İstediğimizi başarabiliriz”**

Kadınların isteyip de başaramadığı bir şey olduğunu düşünmüyorum. Her kadın güçlüdür ve çalışıp kendi ayakları üzerinde durduğunda çok daha güçlü olur. Hem bireysel hem de toplumsal olarak aydınlık ve daha sağlam bir gelecek için çalışmamız ve güçlü olmamız şart.

**Fatma Nur Haskılıç**

**Kırıkkale Rafinerisi Üretim Müdürlüğü / Operatör**

**“Hedefim, ilk kadın baş operatör olmak”**

İlk kadın saha operatörü olarak çalışıyorum. İlk kadın baş operatör olmayı hedefliyorum.

**Helin Gayretli Keskin**

**Batman Rafinerisi Üretim Müdürlüğü / Operatör**

**“Her iş sektöründe eşit istihdam sağlanmalı”**

Çalışan kadın olmak, ekonomik özgürlüğünü eline almış, aile bütçesine katkı sağlayan öz güvenli kadın olmaktır. Her kadın kendine inanarak, kendinden emin adımlar atmalıdır. Hayatın her alanında bir sürü sorumluluk yüklenmiş kadınların yapamayacağı bir şey yoktur. Bu nedenle her iş sektöründe kadınlara adil ve eşit bir şekilde iş istihdamı sağlanması çok önemlidir.

**Merve Göçer Elden**

**Kırıkkale Rafinerisi Üretim Müdürlüğü / Operatör**

**"Gücümüzü, kadın erkek birlikte çalışmaktan alıyoruz"**

Erkek egemen bir sektörde çalışmak zor gibi görünebilir ancak bu ön yargıyı yıkmak beni güçlü hissettiriyor. Eşit bir gelecek için toplumsal cinsiyet eşitliğini destekliyoruz ve gücümüzü, kadın erkek omuz omuza birlikte çalışmaktan alıyoruz.

**Büşra Demir**

**Batman Rafinerisi Üretim Müdürlüğü / Operatör**

**“Başaracağınıza inanmalısınız”**

İlk adımı atmak çok önemli. O ilk adımı attıktan sonra seveceğiniz mesleği, başaracağınıza inanıyorsanız korku ve endişeleriniz kendiliğinden kayboluyor.

**Zeynep Toksal**

**Kırıkkale Rafinerisi Üretim Müdürlüğü / Operatör**

**“İlk kez asfalt tankeri dolumu yapmak benim için heyecanlı bir deneyimdi”**

Asfalt tankeri dolumu yaptığımız sırada arkadaşımla birlikte asfalt tankerinin kaynama yaptığını fark ettik ve hemen dolumu durdurarak tankeri emniyetli bir alana çektirdik. Gerekli tedbirleri aldık ve taşmasını engelledik. İlk defa yaptığım için çok heyecanlanmıştım. Bu benim için bir deneyim oldu.

**Rabia Hatun Kacar**

**Kırıkkale Rafinerisi Üretim Müdürlüğü / Operatör**

**“Kalıplaşmış düşünceleri değiştirdik”**

Kendine inanan ve güvenen kadın her işte başarılı olur. Kalıplaşmış bazı düşünceleri değiştirdiğimizi düşünüyorum. Bu başarının keyfi paha biçilemez.

Tüpraş, üretim sahalarında kadınların varlığını göstererek, kadınların mesajlarını 8 Mart Dünya Kadınlar Günü videosu aracılığıyla tüm ülkeyle de paylaştı. Her seviyede ve görevde kadın çalışanlarının sayısını önümüzdeki yıllarda da artırmayı planlayan Tüpraş, sektörde bu alanda öncü ve eşitlikçi olmayı sürdürecek.

|  |
| --- |
| **TÜPRAŞ, FENERBAHÇE VE** **BM KADIN BIRIMI “EŞITLIK İÇIN ENERJIMIZ** **BITMEZ” ETKINLIĞINDE BULUŞTU**Tüpraş, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü’nde, toplumsal cinsiyet alanında küresel iş birliği yürüttüğü Fenerbahçe Spor Kulübü ve Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) ile birlikte “Eşitlik İçin Enerjimiz Bitmez” etkinliği düzenledi. Tüpraş Genel Müdürü İbrahim Yelmenoğlu ev sahipliğinde çevrim içi olarak gerçekleştirilen etkinlikte iş birliğinin paydaşları 8 Mart Dünya Kadınlar Günü’nde eşitlik için buluştu.Birleşmiş Milletler Kadın Biriminin bu yıl, Dünya Kadınlar Günü’nü “kadınların liderliği ve eşit katılımı” teması çerçevesinde kutladığını belirten Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) Türkiye Programlar Yöneticisi Zeliha Ünaldı, kadınların ekonomik güçlenmesinin ve toplumsal cinsiyete duyarlı iş yeri uygulamalarının önemini anlattı. Fenerbahçe Yönetim Kurulu Üyesi Simla Türker Bayazıt ise, “Geçtiğimiz 3 yılda Fenerbahçe Spor Kulübü olarak daha iyi bir dünya, daha iyi bir gelecek için kadın erkek eşitliği konusunda hayata geçirdiğimiz adımlarla sporda ve toplumda öncü ve örnek olduk. Sporda çalışan ve üreten kadınlara yer açmak, yol göstermek bizim en büyük gayelerimizden biriydi. Bir nebze de olsa buna katkı sağlıyorsak ne mutlu bize” diye konuştu. |

**TANI GENEL MÜDÜRÜ HÜLYA VARLIK:**

**“VERİDEN DEĞER YARATAN DENEYİMLERE ODAKLANIYORUZ”**

CRM ve veri yönetiminde markalara çözümler sunan Tanı, genç dijital dünyada Türkiye’de sektörün öncülerinden olması nedeniyle büyük deneyime sahip bir marka... 2020 gibi mücadele dolu bir yılda, ürün ve projeleriyle ulusal ve uluslararası 13 ödül alan Tanı’nın genel müdürü Hülya Varlık’a göre bu başarının merkezinde, zamanın gerektirdiği dönüşümü hızla yapan ekibi, müşterileri ve değerli iş ortakları yer alıyor. Varlık ile CRM’in geleceğini, data yönetimini, değişen müşteri trendlerini, yapay zekânın etkilerini ve şirket hedeflerini konuştuk.

Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), dijitalleşmeyle birlikte çok daha komplike bir hâl aldı. Güçlü bir CRM, markaları rekabette büyük ölçüde öne çıkarıyor. Tanı, bu alanda sunduğu, derin deneyiminden, veri ve teknolojiden güç alan çözümleriyle, hizmet verdiği markalar için artı değer yaratıyor. Topluluğumuzun kurucusu Vehbi Koç’un “Müşterilerimiz velinimetimizdir” yönlendirmesinin, Tanı’nın özündeki ışık olduğunu ifade eden Genel Müdür Hülya Varlık; şirketin çalışmalarını, başarılarını ve projelerini anlattı.

**Tanı; markaların müşteri sadakati ve müşteri deneyimini müşteri verisi ile uyumlu yönetmelerini sağlayan çözümler sunan bir şirket... Başka sektörlerle kıyaslandığında "oldukça genç" denebilecek olan bu sektörde Tanı 18 yıllık deneyime sahip... Tanı ve sektör 18 yıl içinde nereden nereye geldi?**

Tanı’da, hizmet verdiğimiz firmalara rekabet avantajı sağlayan derin bir CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) bilgi birikimi var. Bu birikim 18 yılı aşkın süredir 20’yi aşkın sektöre dokunarak, Türkiye’nin en köklü CRM şirketi olmanın sorumluluğuyla tüm paydaşlarımıza ve topluma değer yaratan çalışmaları hayata geçirilerek kazanıldı. Bugün Tanı’nın sunduğu veriden değer yaratan hizmetler, iyi bir müşteri deneyiminin ve dijitalleşen dünyanın olmazsa olmazı konumunda.

Tabii bu 18 yılda pazardaki ihtiyaçlar ve teknolojik gelişimle, Tanı da gelişti. Paro ile başlayan yolculuğumuzda, tamamen müşteri firmalarımızın ihtiyaçlarına dönük Butik CRM hizmetleri de vermeye başladık. Bugün ise Paro ve Butik CRM hizmetlerimizi sürdürürken; CRM deneyimimizi aynı zamanda ürünleştiriyoruz. Daha önceleri sadece mağaza kasaları ile entegre çalışırken, bugün omnichannel’ı destekleyen çözümler sunuyoruz. Müşteri verisi analitiği çalışmalarımızda yapay zekâ/makine öğrenmesi bazlı kişiselleştirilmiş çalışmalarla katma değer sağlayıp verimi de artırıyoruz. Bağımsız bir araştırmaya göre, Chippin ile Türkiye’de mobil network sadakat programlarında, kullanıcıları içinde en çok sevilen uygulamanın sahibiyiz.

İlk dönemlerimizde pazarda bu alanda adım atan sayılı marka vardı. Bu açıdan Tanı’nın kuruluşu, Topluluğumuzun vizyoner yaklaşımının da bir göstergesi. Topluluğumuzun, müşteri odaklı yaklaşımının özünü ortaya koyan, Sayın Vehbi Koç’un “Müşterilerimiz velinimetimizdir” yönlendirmesi, Tanı’nın özündeki ışık. Tanı gibi zamanının ötesinde atılan vizyoner adımlarda, süreç boyunca istikrarlı olarak vizyonun desteklenmesi, ana başarı faktörlerinden.

Markaların sadakat programları ve Paro kanalıyla, önce üzerinde analiz yapılabilecek izinli müşteri veri tabanları oluşmaya başladı. İlk zamanlarda, firmalar adına gerçekleştirdiğimiz özel hedef kitleli kampanyaların toplam sayısı yılda 150 adedi zor buluyordu. Markalar, salt kitlesel pazarlama faaliyetlerine alışıktı ve ince ince çalışılmış hedef kitlelerdense, çoğu zaman kitlesel iletişime yönelebiliyorlardı. Bugün ise hedef kitleli kampanyalarımızın rakamı yılda 8.000’i aştı.

Bugün bir markanın tek başına her şeyi çözmekten ziyade, müşterisine bütünsel deneyim sağlamak, yeni müşteri kazanmak için dijital ekosistemlerin parçası olması da önemli. Kolay ve çağdaş entegrasyon yöntemleriyle (API) destekli yapılar, bu esnekliği sağlamak için değerli. Tanı’nın 18 yıllık geçmişinin önemli bir parçası da marka network’leri ve onları destekleyen teknolojik altyapısı. Birlikte çalıştığımız markaların iş birliklerini, ortak programlarını da kolaylıkla hayata geçiriyoruz. Hatta, bugün istenirse, aracınızla ilerlerken, sürüş sürenizden yorgunluğunuzu tahmin edip en yakın restoranı size söyleyerek, önden çorbanızı sipariş etmenizi sağlayabilecek ve hatta uzaktan mobil ödemenizi yapabilmenize olanak sunacak, sadakat puanlarınız varsa, hemen onları da hatırlatıp kullandıracak yapıları geliştirmek mümkün.

Tanı’da analitik çalışmalar ilk kurulduğu günden beri var oldu. Bununla birlikte teknolojik gelişmelerle ileri analitik yetkinliklerimizi ve verinin ortaya koyduğu hikâyeyi anlatan veri görselleştirme yetkinliklerimizi artırmaya odaklandık. Bu yaklaşımla kişiselleştirme, kampanya tahminlemeleri, bayi analizleri, kötü niyetli kullanımların tahminlenmesi, satış tahminleri gibi pek çok analitik çalışmayı makine öğrenmesi algoritmaları ile hayata geçiriyoruz.

Yine mobil sadakat dünyasında mobil ödemenin öne çıkacağını ön görerek, pazardan önce bu alanda girişimler yaptık. Bugün kurum içi girişimimiz Chippin mobil ödemeye dayalı sadakat programımızla, 20.000’e varan noktada müşterilerimizle buluşuyoruz. Chippin 2019 yılında sektöre dair dışarıdan bağımsız yapılan “Ketchup Loyalty Türkiye’nin Sadakat Programları Araştırmasında” en sevilen, vazgeçilemeyen mobil sadakat uygulamaları alanında ilk sırada yer almıştı. Araştırmanın 2020 sonuçlarında da başarılı dijital çözümler, âşık olunan marka, hayatı kolaylaştırmak, satın almada etki, tavsiye edilme gibi başlıklarla alanında kullanıcıları içinde birinci olduğu haberini aldık.

**Tanı, CRM ve veri yönetiminde markalara çözümler sunuyor. Teknoloji geliştikçe ve veriler arttıkça, bu dataların yönetimi daha komplike bir hâl alıyor. Bu noktada, markalara çözümler sunarken hangi temel unsurlara öncelik veriyorsunuz?**

Pazarlama ve teknoloji birimleri için kompleks bir müşteri deneyimi ve veri dünyası var. Pazarda gördüğümüz en büyük yanılsama, işin strateji ve deneyim tasarımı boyutuna bakmadan, yola doğrudan bir teknoloji seçimi ile çıkmak. Günümüzde dijitalleşme, teknolojik gelişmeler, müşteri tercih ve beklentilerindeki değişim, veri ve kanal çeşidinin katlanarak artması ve büyük veri ile yönetilen işin boyutu da dönüştü. Bir müşteri, bir markanın pek çok farklı kanalında tamamen kendisine özgü bir müşteri yolculuğu yaşayabiliyor. Markalar, öncelikle iş stratejileri ve onları destekleyecek, CRM ve veri stratejilerini değerlendirmeden, yola doğrudan bir teknoloji seçimi ile çıkabiliyor. Sonuç olarak pazarda, satın aldığı teknolojiyi tam olarak kullanamayan markalar görebiliyoruz.

Her markanın iş hedefleri ve stratejileri, müşteri deneyimi hayalleri farklı. Biz öncelikle marka ile iş stratejileri ve bunu destekleyecek CRM stratejisi nasıl olmalı sorusu ile başlıyoruz. Müşteri deneyim yolculuğu nasıl dönüşecek? Bunu destekleyecek programlar, süreç ve veri kaynakları neler? KPI’lar Temel Performans Göstergeleri) nedir? Müşteri temas noktaları, kanalları nasıl? Hangi veriler ile beslenmeli? Elde olan veri bize ne söylüyor? Veri nasıl zenginleşecek gibi CRM ve veri yönetimi stratejilerine dönük konulara öncelik veriyoruz. Akabinde hayata geçirmek için adımları tasarlayıp, yola çıkıyoruz. Süreçte, iş birimleri ve teknoloji birimleriyle ortak bir çalışma yürütülmesi, en sağlıklı sonuçları veriyor.

**Uzun yıllardır bu sektörde görev yapmış bir yönetici olarak, dünyada data yönetiminde şimdinin trendleri ve gelecek için öngörülen teknoloji çözümleri için neler söyleyebilirsiniz?**

Müşteri verisi yönetiminde ihtiyaç duyulan, gerçek zamanlı olarak firmanın tüm kanallarını besleyen, müşteriyi kendisine has özellikleri ile tekil bir birey olarak 360 derece ifade eden ve marka ile ilişkisini yansıtan, kanallara aksiyon konusunda ileri analitik algoritmalarla yön veren, güvenilir müşteri verisi platformlarının (CDP) oluşması. Dijital kimliklerimiz, artık fiziksel tanışma olmadan önce tanışabiliyor. Birey ya da kurum olarak, bıraktığınız her “iz”, bir “veri” yaratıyor. Dolayısıyla şirketlerin, büyük veriyi hem hukuksal süreçlere/kişisel haklara saygı göstererek, hem de değerli içgörüler çıkartılabilecek, anlık aksiyonlara imkân verecek bir kaynak olarak yönetmesi gerekiyor. Yapay zekâ/makine öğrenmesi modelleri gerek müşteriyi tanıma, tekil yönetme ve gerekse kişiselleştirme ve deneyim yönetiminde çok daha etkin olmaya başladı ve giderek de artacak.

Veri boyutundaki hızlı artışa cloud avantaj sağlarken, hukuki yapının atlanmaması gerekli. Veri güvenliği, bir diğer kritik konu. Bu noktada blockchain’in kaliteli ve güvenilir veri yönetimine etkisini de dikkate almakta fayda var.

Dijital dönüşümde, veri okuryazarlığı kararların veriye dayanması firmalar için elzem. Verinin demokratikleşmesi, bilgi güvenliği tedbirleri dâhilinde ihtiyacı olan birimlerin veriye erişebilmesi gerekli. Verinin hikâyesini karar vericilerin önüne daha kolay anlaşılır ve onları veri ile çalışmaktan korkutmayacak, kullanıcı deneyimi keyifli, sonuçları hızlı görebilecekleri çözümlerin önümüze çıkacağını düşünüyorum. Biz de ürünlerimizde bu yaklaşımla, son kullanıcıda veri analitiği bilgisi gerektirmeyen kolay arayüzleri hedefliyoruz.

Veri yönetiminde öne çıkan bir diğer konu ise dijital ekosistemler, veri ekosistemleri. Yasal mevzuatlar el verdiği ölçüde birlikten kuvvet doğuran bu yapılar, müşteriyi tanımak, müşteriye erişim ve markalar arası bütünleşik deneyim tasarımları için oldukça kritik. Open API (Uygulama Programlama Arayüzü) yapıları bugün, iş birliği ile dijital iş modellerinin zenginleşmesine olanak sunuyor. Tüketici izinleri dâhilinde, akıllı ev, bağlantılı araçlar ve akıllı şehir gibi uygulamalardan beslenen ekosistemlerdeki IOT (Nesnelerin İnterneti) verilerinin de müşteri deneyimini desteklemesi ve yeni iş modellerinin ortaya çıkması da giderek artacak konular. Bununla birlikte, müşteri izinlerinin toplanmasındaki zorluklar ve regülasyonlarla, ekosistemlerde anonim veri ile sağlanabilecek çözümlere dair de bir trend görülüyor.

**Yapay zekânın insanlığın önünde birçok yeni olanak yarattığı genel kabul görüyor. Makine öğrenmesi ve yapay zekâdaki ilerlemeler, tüketici deneyimine nasıl yansıyor? Siz bu yeni teknolojilerden nasıl yararlanıyorsunuz?**

Teknolojinin gelişimi ile son yıllarda yapay zekâ/ makine öğrenmesi ile hizmetlerimizi zenginleştirip kuvvetlendirdik. İyi bir müşteri deneyiminde, müşteriyi tanımak, marka ile yaşadıklarına ve yaşayabileceklerine hâkim olmak, ne zaman ne istediğini, nasıl bir içerikle, hangi kanaldan kendisine sunulsa daha çok etkileşime geçeceğini tahminlemek çok değerli. Yapay zekâ/ makine öğrenmesi bu alanda çözüm oluyor. Tabii sağlıklı ve izinli veriyi sağlamamız kaydıyla. Son yıllarda yapay zekâ/ makine öğrenmesi ile gerçekleştirdiğimiz birkaç örnek çalışmaya değinmek isterim. Bunlardan ilki, “Kişiselleştirilmiş Akıllı Kampanya Motoru ve Kampanya Bütçe Optimizasyonu.” Opet ile müşterilerin geçmiş alışverişleri, müşteri bilgileri, rakiplerin kampanyaları, kampanya bütçe kısıtları, ilgili dönem, hava durumu gibi verilerle beslenen makine öğrenmesi modelleri ile tamamen kişiselleştirilmiş müşteri stratejileri ve kampanyaları oluşturuyoruz. Geçmişte yine analitik modellerle çalışan kampanyalara kıyasla yüzde 20’leri aşan ciro artışları ve ortalama 1,5 kat daha iyi kampanya geri dönüşleri sağlıyoruz.

Bir diğer çalışmamız ise “Fraud Yönetiminde Makine Öğrenmesi.” Tanı olarak sadakat programı ve kampanya yönetimi hizmetlerinde kötüye kullanımları önlemeye yönelik hizmetler de sunuyoruz. Geçtiğimiz yıl bu hizmetlerimizde Makine Öğrenmesi kullanılan “Fraud Skorlama” yapısını da devreye aldık. “Bayi ve Lokasyon Bazlı İleri Analitik Çalışmaları” da yine önemli faaliyetlerimiz arasında. Bu çalışmamız, Arçelik ile bayi lokasyon belirlerken veri ve analitiğe dayalı kararlar alınmasına yardımcı oluyor, manuel süreçleri ortadan kaldırarak yüzde 95 oranında zaman tasarrufu sağlıyoruz. Son örnek olarak “Chatbot”u söyleyebilirim. Chatbot kapsamında, Opet ile çağrı merkezinde bazı süreçlerin, derin öğrenme kullanarak geçmiş veriden öğrenen akıllı Chatbot ile yürütülmesine yönelik pilot çalışmalarımız sürüyor.

Görsel ve özellikle ses tanıma ve sesle hizmet de odaklanılması gereken konular. Genç nesil için ses, müşteri deneyiminin önemli bir parçası. Sesli asistanlar bugün giderek yayılıyor. Bir vadede, yapay zekâ, düşüncelerimizden etkileşime geçtiğimiz dijital ekosistemlerle bizleri buluşturacak.

**Pandemi ile birlikte alışveriş alışkanlıklarında ve tüketim trendlerinde de 2020 yılında önceki yıllara göre önemli farklılıklar görüyoruz. Veri analizinde uzman bir şirketin yöneticisi olarak tüketici davranışlarında pandemiyle gündeme gelen değişikliklerin hangilerinin kalıcı olacağını düşünüyorsunuz?**

Pandemi, bir anda radikal bir değişimi getirdi. Dijital kanallardan alışverişin, mobil, dijital çözümlerin, eve dönük hizmetlerin, hijyen çözümlerin öne çıktığı bir dönem yaşıyoruz. Fiziksel teması minimize eden temassız ödeme ihtiyacı, paraya veya pos’a dokunmama, keza hijyen malzeme kullanımlarındaki artış dikkat çekiyor. Dijital kanallardan iletişim, sosyal medya zaten öne çıkmıştı, pandemi ile dijitale kayan alışverişle çok daha arttı. Bu durum tüketicilerin marka sadakatlerini de etkileyen nitelikte. Eskiden bir başka markayı denemek için mağazaya gidip gezmek gerekirken, tüketiciler şimdi farklı markaları denemenin çok daha kolay olduğunu gördü. Online deneyimin kolaylığını yaşayan müşteriler için online ve mobil kalıcı birer ilave kanal niteliğinde. Bu durum daha da fazla omni müşteri demek. Pandemi döneminde tüketicinin nabzını ölçmek üzere Chippin kullanıcı bazımızda düzenli anketler yapıyoruz. Online alışverişi deneyimleyenlerin kalıcı olacağını, bu anketlerde de görüyoruz. Chippin’de son yaptığımız anketimize 13.000 kullanıcı katıldı. Ankete göre, gıda dışı sektörlerde de yüzde 85’lik oranla online kanala eğilimin artmış olduğu ortaya çıktı.

Önceden de artış trendinde olan mobil ödeme, pandemi ile sıçradı. Bu durumu Chippin işlem tutarlarındaki yüzde 81 seviyesindeki artışla da deneyimliyoruz. Fintech dünyasının gelişimi ve süper app’lerle, sıçrama, artan etkide devam edecek. Bir diğer öne çıkan konu da akıllı harcama yaklaşımı. Ekonomik ihtiyaçlarla pandemi sonrasında da sürecektir. Online mağazalarda AR/VR ve yapay zekâ destekli kişiselleştirilmiş deneyim ile rekabetten ayrışma fırsatı var. Teknoloji maliyeti azaldıkça, mağazaların dijital kanaldaki kolaylıkları sağlayan fijital (phygital) yapıya geçişlerinin artmasını da bekliyorum.

**Pandeminin müşteri sadakatine de yansımaları oldu. Pazarlama uzmanları, tüketicilere bu zor dönemde kendilerinin yanında olduğunu hissettiren markaların pandemi döneminin kazananları olacağına dikkat çekiyor. Bu açıdan, sizin gözlemleriniz ve ölçümleriniz neler gösteriyor?**

İçinden geçilen dönemde sağlanan çözümler çok değerli. Hayata geçirdiğimiz çözümlere müşterilerimizden ve bayilerimizden aldığımız teşekkürler de bizleri mutlu etti. Bahsettiğim gibi dijital kanallara kayan satın alma davranışı, sosyal medya ve diğer dijital kanallarda geçirilen zaman ve dijital reklamlardaki artış, müşterilerin farklı markaları denemesini kolaylaştıran nitelikte. Bununla birlikte müşterinin yanında olan, gerek dönemin müşteri ihtiyaçlarını adresleyip gerekse çalışanlarının, müşterilerinin, toplumun bu dönemi sağlıklı atlatmasına dönük çözümler sunan duyarlı markaları sahiplendiklerini de gözlemliyoruz.

Son tüketici ürünümüz olan Chippin’de yaşadığımız gelişme de bu durumu yansıtıyor. Chippin, paraya veya posa dokunmadan, temassız ödeme limitine takılmadan tüm banka kartları ile mobil ödeme imkânı sunuyor. Chippin’de dönemin en çok etkilenen sektörlerini, özel kampanyalarla destekledik. Chippin kullanıcılarının, işlem tutarlarında yüzde 81’lik artış olurken, alışveriş deneyimi ardından yorum veya puanlama yapan kullanıcıların memnuniyet oranı da yüzde 96 olarak ölçümlendi. Bu anlamda bizi mutlu eden hikâyeler de var. Bir kullanıcımız anneler gününde, annesine hediye göndermek istiyor, kısıtlamalar sebebi ile zorluk yaşıyordu. Chippin sayesinde uzaktan, telefon ile ödeme yaparak, Arçelik bayisi tarafından annesine hediyesini gönderebilince, müşterimiz bizler için paha biçilmez değerde bir yorum bıraktı: “Şahane kolay ve şahane hızlıydı, Akçakoca’daki Selçuklar Ticaret; Covid19 sebebi ile anneme, anneler günü hediyemi götürmek için verdiğiniz desteğe çok teşekkür ederim.”

**Farklı sektörlerden müşterilere hizmet sunuyorsunuz. Böylelikle, müşteri yönetimi konusuna çok daha geniş açıdan yorumlayabilme imkânına sahip olmaktasınız. Bu anlamda, müşteri davranışları sektörlere göre ayrılıyor mu?**

Her sektörün müşteri etkileşimi, deneyim yolculuğu kendine özel. Kanallar ismen benzese de deneyim farklı. Biz de sunduğumuz hizmetlerde bunu gözetiyoruz. Tanı’nın hizmet alanlarından birisi “Butik CRM”. Bu şekilde adlandırmamızın nedeni deneyim yolculuğunun, CRM uygulamaların sektöre, hatta markaya özel olması. CRM/dijital dönüşüm sürecinin müşteri boyutunu birlikte yönettiğimiz müşterilerimize, a’dan z’ye tamamen Butik CRM hizmetlerimizi sunuyoruz.

**Opet ve Tanı’nın geliştirdiği “Kâhin” müşterilerin alışveriş potansiyellerini tahmin ediyor, onlara özel kampanyalar tasarlıyor. Kâhin, aynı zamanda birkaç ödüle de layık görüldü. Kâhin’in ortaya çıkış hikâyesini sizden dinleyebilir miyiz?**

Kâhin önce, “Tanı Akıllı Kampanya Motoru”nun içinde kullanılan müşteri harcama tahmin modeli olarak doğdu ve ürünün 2018’de İngiltere’de DataIQ Ödülü’ne ve Martech’de En İyi Yapay Zekâ Kullanımı Ödülü’ne hak kazanmasında rol oynadı. Daha sonra gelişip, Kâhin adıyla ürünleşti, 3 ödül daha kazandı. Opet ile 2017’den bu yana yapay zekâ/makine öğrenmesi çalışmaları yapıyoruz. Analitik ekibimizin Opet CRM ekibiyle çalışmalarıyla ilk olarak “Tanı Akıllı Kampanya Motoru” doğdu. Makine öğrenmesi tabanlı bu model, hangi müşteriye, hangi kampanya teklif edilirse, ne kadar ilave ciro kazandıracağını tahminleyen, müşteri bazlı stratejiler ortaya koyan bir model. Model, 2020’de yurt dışında STEVIE’de 2’nci de oldu.

“Akıllı Kampanya Motoru” ile firma verileriyle yapılabilecek tüm kişiselleştirmeleri yapıyor ve etkilerini kampanya geri dönüşlerinde görüyorduk. Ancak eksik kalan bir konu vardı, o da tüketicilerin davranışlarını etkileyen rakip kampanyalardı. Biz de “Akıllı Kampanya Motoru”muzdaki Harcama Tahmin Modeline, bugün dijitalde herkesin görebileceği rakip markaların kampanyalarını da veri olarak dâhil ederek, modelimizi daha da geliştirip, müşterinin gelecek dönemdeki harcamasını tahminleme başarısından dolayı “Kâhin” ismini verdik. Kâhin sayesinde kontrol grupları ile kıyasladığımızda, kampanya başarısında yüzde 10, birim maliyet başına elde edilen ciroda yüzde 5 artış ve ilave yaratılan ciroda 2,5 milyon TL artış ile hedefimize de ulaşmış olduk. Bu başarı, bizlere Türkiye’nin öne çıkan 3 değerli platformunda ödül de kazandırdı.

**2020 gibi zor bir yılda aldığınız önemli ödüllere yenilerini eklediniz. Bu başarının arka planında neler var?**

2020 yılında CRM, ileri analitik ve Chippin faaliyetlerimiz ulusal ve uluslararası 6 platformda, 13 ödüle layık görüldü. Bu başarı, zamanın gerektirdiği dönüşümü hızla yapan ekibimizin, müşterilerimizin ve değerli iş ortaklarımızın eseri. İleri analitik (yapay zekâ/makine öğrenmesi), iş zekâsı, Fraud, Chippin, yeni CRM ürünlerimiz ve kampanya çözümümüz ile kazandığımız bu ödüllere, 2021’in başında bir yenisi daha eklendi. Arçelik’le geliştirdiğimiz Locum (Location Uplifting Machine) ile en iyi yapay zekâ kullanımı alanında Martech’de, bir ödüle daha hak kazandık. Çalışmaların dış platformlarda da değer ve beğeni görmesi, hepimizi çok mutlu ediyor. Müşterilerimizle ortak inancımız ve onların bir parçası gibi çalışan çevik takımlarımızla çalışmaları gerçekleştiriyoruz. Bu ortak odak, yeniliklere açıklık ve inanç da beraberinde ödüller getiriyor. Müşterilerimize, ekibimize ve iş ortaklarımıza gönülden teşekkürler.

**Tanı olarak hedefleriniz ve bu doğrultuda attığınız adımlar hakkında neler söyleyeceksiniz?**

Tanı, Türkiye’nin en köklü CRM şirketlerinden. Veriden değer yaratma misyonumuzla, firmalar ve müşterileri arasında zenginleşen köprüler kuruyoruz. Hedeflerimiz için 4 alana odaklanmış durumdayız. Bunlardan ilki; Butik CRM ve ileri analitik. Markaların ihtiyaçlarını bütünsel olarak çözdüğümüz Butik CRM hizmetlerimizde hedefimiz, müşterilerimizin dijital dönüşüm yolculuklarında müşteri deneyimi, ileri analitik ve CRM teknolojileri konusunda yüksek performanslı ve yenilikçi çözümlerle onları ve hizmetlerimizi daima ileriye taşımak. Topluluk markalarımız yanı sıra Avrasya Tüneli, Vakko, Özhan Marketler, MediaMarkt, Samsun Yurt Savunma gibi Topluluk dışı müşterilerimize de hizmetler sunuyoruz.

Bir diğer hedef alanımız, CRM Ürünleri. Birikmiş CRM deneyimimizi daha geniş müşteri bazına yaygınlaştırmak, yeni pazarlarda konumlamak amacıyla ürünleşme stratejisi izliyoruz. Bu yaklaşımla Dataccord merkezi müşteri ve çalışan izin yönetimi ve Cambaz CRM ürün ailesini geliştiriyoruz. Cambaz, ihtiyaca göre kullanılabilecek alt modüllerden oluşuyor. Geçtiğimiz yıl, Topluluk içi markalarımız yanı sıra Derimod, Fenerbahçe, Samsun Yurt Savunma, HDI Sigorta, Oruçoğlu gibi Topluluk dışından müşterilerimizin de kullanmaya başladığı ürünlerimizde, büyüme hedeflerimiz doğrultusunda yatırımlarımızı devam ettiriyoruz. Üçüncü hedef alanımız Paro. Ortak sadakat programımız 12,5 Mio izinli müşteri bazı ile markalarımıza hizmet sunuyor. Dördüncü hedef noktamız ise Chippin. Mobil ödemeye dayalı sadakat programımız Chippin, bugün Arçelik, Beko, Koçtaş, Opet, Setur, BrooksBrothers, Selamlique, Yapı Kredi Leasing gibi Topluluk markalarımız yanı sıra CarrefourSA, Korkmaz, İpekyol, Touristica, Gülaylar gibi Topluluk dışı yüzlerce markada geçerli ve üye sayısı ise 500.000 mertebesinde. Chippin’in yarattığı müşteri memnuniyeti ile yatırıma devam edip büyütmeyi hedefliyoruz.

Hedefimiz bugüne kadar hizmet yaklaşımımızla biriken deneyimimizden, CRM, müşteri analitiği ve dijital ekosistemler konusunda başta ülkemizde ve giderek uluslararası pazarda öne çıkan ürünler, platformlar ortaya koymak. İleri analitik modellerimizin yurt içi ve yurt dışı pazarlarda erişimini artırmak üzere teknoloji firmaları ile iş birlikleri geliştiriyoruz. Örneğin, KoçSistem partnerliğimizin kazandırdığı iş birliği sayesinde, Microsoft Azure platformunda Customer Insight ile entegre çalışan Customer 360 Analytics ürünümüz ile yurt içi ve yurt dışında birçok firmanın Tanı’nın birikimi ile oluşturulmuş İleri Analitik modellerimizle kolayca buluşmasını sağlayacak adımlar attık. Yenilikleri denemeyi seven, sürekli öğrenmeye açık, hesaplı risk alan, sorumluluk sahibi, genç fikirli ekibimizle yürüttüğümüz çalışmalarımızda, çeşitlilik ve çok sesliliğe değer veriyoruz. Veriden değer yaratan deneyimlere odaklanıyoruz.

**YAKIN PLAN**

**PANDEMİ EKONOMİSİNİN KAZANANLARI VE KAYBEDENLERİ**

Küresel salgının yıkıcı etkisi, ayrım gözetmeksizin her ülkeyi vurdu. Darbeden gelişmiş ülkeler de nasibini aldı. Ancak aşılamaların yaygınlaşması ve ekonomilerin salgınla başa çıkmayı öğrenmesi sayesinde toparlanmalar başladı. Sürpriz ise yıkıntıların arasından başarıyla çıkanlar olmasıydı.

Bundan bir yıl önce Dünya Bankası, Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü (OECD) gibi uluslararası kuruluşların temsilcileri, 2020 yılında küresel ekonominin Büyük Buhran’dan bu yana en büyük ekonomik çöküşü yaşayacağı tahmininde bulunmuştu. Dünya ekonomisinin yüzde 3,4 oranında daraldığı dikkate alınırsa, bu öngörüler ne yazık ki doğrulandı. Bu görünümün arkasında ise Covid-19 pandemisinin ekonomide çok fazla alanı, birçok sektörü vurması vardı. Normal bir ekonomik gerilemede inşaat, sanayi gibi sektörler etkilenirken genellikle hizmet sektörü ayakta kalır. Oysa bazı istisnalara rağmen hizmet sektörleri de talep daralması yaşadığı için darbe büyük oldu. "Normal" operasyonlar pandemi sırasında müşteriler ve personel için aniden güvensiz hâle geldiğinden karantina sırasında bazı sektörler neredeyse durdu. Tüm ülkelerin ekonomik olarak büyük ölçüde içe dönmesi, tedarik zincirlerini de bozdu ve sanayi sektörlerinde de ciddi sıkıntılar yaşandı.

Dünya Bankası’nın yaptığı değerlendirmede 2020 yılında küresel ekonomik faaliyetteki çöküşün, gelişmiş ekonomilerde daralmanın aşırı olmaması ve Çin’deki güçlü toparlanma nedeniyle tahmin edilenden biraz daha az şiddetli olduğu öne sürülüyor. Bununla birlikte, çoğu yükselen piyasa ve gelişmekte olan ekonomi için etki beklenenden daha sert oldu.

**Geri kalmış ülkelere darbe**

Salgında en şiddetli darbeyi kuşkusuz en yoksul ve kırılgan ekonomiler aldı. Dünya Bankası bünyesindeki Uluslararası Kalkınma Ajansı’nın (IDA) tahminine göre Covid-19 nedeniyle yoksul sayısının 119-124 milyon civarında artması bekleniyor. Bu kesim için en büyük sıkıntıyı ise gıda güvenliği oluşturuyor. Ajansa göre gıda güvenliği krizleri açısından en büyük risk altında olan ülkeler Afganistan, Burkina Faso, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Etiyopya, Haiti, Nijer, Nijerya, Somali, Güney Sudan, Sudan, Yemen ve Zimbabwe. Ada ülkeleri gibi küçük devletler de hem vergi gelirlerindeki düşüşler, hem doğal afetler hem de turizm gelirlerindeki kayıplar nedeniyle zor günler yaşıyor. Örneğin, St. Lucia ve Maldivler gibi ekonomisi turizme bağımlı adalarda, toplam üretimin sırasıyla yüzde 17 ve 19 oranında daraldığı görülüyor. Dünyanın gelişmiş ekonomileri de büyük çöküşten kendini kurtaramadı. Bunların başında ise İspanya geldi.

OECD’nin Mart 2021’de yayımladığı Ekonomik Görünüm Raporu’nda yer alan verilere göre 2020’de gayrisafi yurt içi hasılası (GSYH) en çok düşen G20 ülkesi, yüzde 11 ile İspanya. Turizmin anahtar sektör olduğu bu ülke, yılı -çoğu turizm ve otel sektöründen olmak üzere- yarım milyondan fazla ek işsizle kapatırken, 755 bin kişi de hükûmetin izin programından yararlanmaya devam ediyordu. Ülke, 2,7 milyondan fazla vaka ve 57 binden fazla ölümle Avrupa’daki en yüksek enfeksiyon oranlarından birine sahip olarak salgından ağır şekilde etkilendi.

**Latin Amerika’nın yara alan ülkeleri**

OECD verilerine göre ekonomisi yüzde 10,5 oranında daralan Arjantin de yılı ağır bir tabloyla kapattı. Salgında ağır darbe alan bölgelerden biri olan Latin Amerka’nın diğer ülkelerinde de ekonomik veriler iç açıcı değil. Meksika yüzde 8,5, Brezilya ise yüzde 4,4 oranında daralma yaşadı. Global Times’ta yer alan “Will Latin America Lose The Next Decade Due To The Pandemic?” (Latin Amerika Pandemi Nedeniyle Gelecek 10 Yılı Kaybedecek mi?) başlıklı analizde de bu kıtanın zor durumu gözler önüne seriliyor. Wang Youming imzalı yazıda pandeminin ani patlak vermesinden önce, Brezilya ve Arjantin dâhil olmak üzere büyük Latin Amerika ekonomilerinin 2008 küresel mali krizinden tam olarak çıkmamış olduklarına dikkat çekiliyor. Analizde şu ifadelere yer veriliyor: “Salgın başladığında hâlâ zorlu mali sorunlarla mücadele ediyorlardı. Daha da kötüsü, virüsün yayılmasını kontrol etmeye yönelik ani karantina önlemleri, hâlihazırda zorda olan ekonomik toparlanmaya fren yaptırdı. Dünyadaki sınır kontrolleri, uçuşların askıya alınması ve sosyal mesafe önlemleri, endüstriyel üretim zincirlerini, tedarik zincirini ve bölgedeki normal ticareti ciddi şekilde kesintiye uğrattı. Latin Amerika ve Karayipler Ekonomik Komisyonu'nun (ECLAC) yakın tarihli bir raporunda, bölgesel GSYİH’nin 2020’de yüzde 7,7 oranında daraldığının tahmin edildiği ve bunun muhtemelen son 120 yılın en kötü ekonomik krizini yaratacağı öne sürüldü.”

|  |
| --- |
| **ÖNE ÇIKAN ALTI ÜLKE**Morgan Stanley Yükselen Piyasalar Başkanı ve Baş Küresel Stratejisti Ruchir Sharma, The Times of India’da yer alan “Five Winners of the Post-Pandemic Global Economy, and a Dark Horse” (Pandemi Sonrası Küresel Ekonominin Beş Kazananı ve Bir Kara At) başlıklı makalede pandemide kazanan ve kaybeden ülkeleri analiz ediyor. Daha önce “The 10 Rules of Successful Nations” (Başarılı Milletlerin 10 Kuralı) adlı bir kitap yazan Sharma, analizinde ülkeleri “10 Kural” ekseninden değerlendiriyor ve altı ülkeye dikkat çekiyor: Ülkeleri güçlü bir iç pazar (ya da olağandışı ihracat gücü); salgını iyi yöneten hükûmet, devlet borçları ve açıkları ve dijital gelişmişlik olarak dört ana kriter üzerinden değerlendiren Sharma; Çin, ABD ve Hindistan’ın bu açılardan “kazananlar” pastasından pay alamadığını söylüyor. Sharma’nın başarı kurallarına göre öne çıkan ülkeler Almanya, Finlandiya, İsviçre, Vietnam, Tayvan ve Rusya.Almanya’nın ulusal ve yerel yönetimler arasında iyi koordine edilmiş hızlı yanıt üretme becerisi sayesinde, ekonomideki kilitlenmeleri hızlıca geride bıraktığına dikkat çeken Sharma, Finlandiya’nın da yönetilebilir düzeydeki borçları sayesinde öne çıktığını söylüyor.İsviçre’de Covid-19 ölüm oranının neredeyse sıfıra indiğini vurgulayarak, işleyen bir bürokrasiyle küçük işletmelerin hızla desteklendiğini belirtiyor. Sharma’ya göre dışa açılmaya devam eden Vietnam ise son 10 yılda imzaladığı 15 serbest ticaret anlaşması sayesinde güçlü adımlar atıyor.Sharma, Tayvan ve Güney Kore’nin yaptığı yatırımların önemini vurguluyor ve Rusya’nın küresel ekonomideki dalgalanmalardan az etkilenen finansal bir kale olduğunu söylüyor. |

**İngiltere’de tarihî düşüş**

Pandemide büyük sıkıntı yaşayan ekonomiler, gelişmekte olan ülkelerle sınırlı değil. OECD verileri İngiltere ekonomisinin de yüzde 9,9’luk daralmayla ağır bir kayıp yaşadığını gösteriyor. Independent’ta 12 Şubat tarihinde yer alan “UK Economy In 2020 Was Worst Since ‘Great Frost’ Of 1709” (Birleşik Krallık Ekonomisi 1709 Yılındaki ‘Büyük Don'dan Bu Yana En Kötüyü Yaşadı) başlıklı makalede Ben Chapman, “İkinci bir vaka dalgasıyla başa çıkmak için koronavirüs kısıtlamalarının sıkılaştırılmasıyla 2020’nin son üç ayında iyileşme önemli ölçüde yavaşladı” diyor. Yılın son çeyreğinde bazı sektörlerde gerçekleşen büyüme, tahmin edilenden fazla olsa bile rekor düşüşü telafi etmeye yeterli olmadı. 2020 toplamında üretimde yaşanan gerileme, 2009 mali krizinde gerçekleşen yüzde 4,4’lük daralmanın geçen yıl ikiye katlanmasına mal oldu.

Son yılların yükselen ekonomisi Hindistan da büyük çöküşten nasibini aldı. Yüzde 7,4’lük küçülme her ne kadar yüksek görünse de son çeyrekteki toparlanmanın ülkeyi “kaybedenler sınıfından” çıkardığı düşünülüyor. Statista analistlerinden Katharina Buchholz’un OECD verilerine dayanarak 4 Mart’ta yaptığı analizde Hindistan’ın dördüncü çeyrekte minimum da olsa büyüyerek diğer ülkelerden ayrıldığına dikkat çekiliyor.

**Çin ve Asya etkisi**

Hızlı toparlanma yaşayan, salgını çabucak kontrol altına alan ülkeler ise pandeminin vurduğu küresel ekonominin kazananları oldu. Virüsün çıkış noktası olan Çin, bunların başında geldi. OECD verilerine göre ikinci çeyrekte yüzde 3,2 üçüncü çeyrekte yüzde 4,9 büyüyen Çin ekonomisi 2020’nin dördüncü çeyreğinde bir önceki yıla göre yüzde 6,5 büyüme kaydetti. Katharina Buchholz, “Diğer ülkeler Çin’deki senaryoyu sadece hayal edebilir. Devam eden salgına rağmen ekonomisini yeniden açan ABD, çeyrek bazda geri dönmesine rağmen dördüncü çeyrek GSYH büyümesi geçen yılki seviyelerinin yüzde 2,5 altında oldu” yorumunu yapıyor.

İyi performansıyla küresel verileri yukarıya çeken Çin, geçen yıl ihracatını yüzde 3,6 artışla 2,6 trilyon dolara yükseltti. Trump yönetiminin getirdiği ek vergi uygulamalarına rağmen ihracatını ABD’ye yüzde 7,9, Avrupa’ya ise yüzde 6,7 oranında artırdı.

Çin’in ihracata dayalı ekonomisinin aslında Batı ülkelerindeki eve kapanmalardan faydalandığına dikkat çeken City Londra Üniversitesi’nden Steve Schifferes, “Batı’nın eğlence ve seyahat gibi hizmetlere olan talebi azalmış olabilir, ancak ev tüketim mallarına ve tıbbi malzemelere olan talep arttı” diyor. The Conversation haber sitesinde yer alan 5 Ocak tarihli “World Economy in 2021: Here’s Who Will Win and Who Will Lose” (2021’de Dünya Ekonomisi: İşte Kazanacaklar ve Kaybedecekler) başlıklı makalesinde Schifferes, salgını bastırmayı başaran Çin ve Güney Kore gibi ülkelerin “büyük kazananlar” olacağını söylüyor. Schifferes, “Çin, Pasifik'te yeni bir serbest ticaret bölgesi ve Avrupa ile Afrika’ya giden ticaret yolları boyunca devasa altyapı projeleriyle Asya’daki ekonomik etkisini de genişletiyor. Yarı iletkenler gibi ürünler için Batı tedarik zincirlerine olan bağımlılığını azaltmak üzere ileri teknolojilere yatırım yapıyor. Çin artık beş yıl içinde dünyanın en büyük ekonomisi olan ABD’yi daha önce tahmin edildiğinden iki kat daha hızlı geçebilir” yorumunu yapıyor.

**2020’nin sürprizleri**

Güney Kore, Tayvan ve Vietnam ise pandemi döneminde parlayan, sürpriz yapan ülkeler oldu. Bu Asya ülkeleri, Çin’e benzer şekilde üretime devam ederek eve kapanan Batı hane halklarının ihtiyaçlarını karşılayan taraf olmayı başardılar. Güney Kore ekonomisi 2020’de sadece yüzde 1’lik kayıp yaşadı. Tüketici elektroniği ihracatçısı Tayvan ise sürpriz yaparak Çin’i geride bıraktı ve Asya’nın en iyi performans gösteren ekonomisi oldu. Yüzde 2,98’lik büyüme kaydeden ülke, daha önce bazı analistlerce yapılan tahminler doğrultusunda Vietnam için beklenen “en iyi büyüme gösteren ülke” unvanının sahibi oldu.

CNBC’nin yayımladığı, 1 Şubat tarihli Yen Nee Lee imzalı haberde de İngiliz bankası Barclays’in ekonomistlerinden Angela Hsieh’in şu değerlendirmelerine yer verildi: “2020, Tayvan için rekor bir yıl oldu ve yıldızının parlamaya devam etmesini bekliyoruz. Adanın geçen yılın ikinci yarısında -özellikle yarı iletkenlerde- ihracattaki gücü, ekonomide salgından kaynaklanan herhangi bir düşüşü kolayca telafi etmesine yardımcı oldu.” Hsieh, Tayvan’ın 2021 büyüme tahminini 1,2 puan artırarak yüzde 5,2’ye yükselttiklerini belirtiyor. Bu da yüzde 3,83’lük resmî tahminin oldukça üzerinde bir oran.

Vietnam ise yüzde 2,9 büyüme sağlayarak hemen hemen Tayvan’a yakın bir performans sergiledi. Dördüncü çeyrekte imalatta keskin bir büyümeyle bu başarıyı yakalayan ülke, salgının etkili bir şekilde kontrol altına alınması ve Avrupa Birliği ile ticaret anlaşmasının yürürlüğe girmesiyle üretimini bu dönemde yüzde 5,82 artırdı.

2020 yılında büyük ekonomik kayıp yaşamayan ülkeler arasında Avustralya da bulunuyor. Bu ülke 2020’yi önceki yıla kıyasla yalnızca yüzde 1 civarında kayıp ile kapattı. Bu durum, vaka sayılarını daha etkili bir şekilde kontrol altında tutma becerisine bağlanıyor.

Japonya da dördüncü çeyrekte yüzde 1’lik kayıp kaydetti, ancak Bucholz’a göre bu rakam aldatıcı. Bucholz, “Japon ekonomisi, koronavirüs krizi başlamadan önce 2019’un dördüncü çeyreğinde zaten dörtte bir kayıp yazmıştı. Bu, Japon GSYH’sinin ciddi şekilde baskı altında kaldığı anlamına geliyor” diyor.

**Türkiye dikkat çekti**

OECD raporunda, Türkiye de sergilediği ekonomik toparlanmayla öne çıkan ülkelerden biri olarak değerlendiriliyor. “Türkiye, büyük ölçüde 2020’nin ikinci yarısındaki hızlı toparlanmayı yansıtan dikkate değer bir istisna” değerlendirmesine yer verilen raporda “Güçlü mali ve yarı mali önlemler ve imalat ve inşaat sektörlerindeki toparlanmanın yardımıyla Çin, Hindistan ve Türkiye’de faaliyetler salgın öncesi seviyelerin üzerine çıktı” tespiti de alıyor. Türkiye için 2021 yılı tahminleri de pozitif yönde. Kuruluşun raporundaki listede, Türkiye’nin yüzde 5,9 GSYH artışıyla Hindistan, Çin ve ABD’nin ardından dördüncü sırada yer alacağı ve küresel ortalamanın üzerinde büyüyeceği öngörülüyor.

|  |
| --- |
| **KAZANAN VE KAYBEDEN SEKTÖRLER**Pandemi küresel ölçekte her sektörü farklı şekilde etkiledi. Bazı sektörler büyük kayıplar verirken bazıları da pandeminin kazananları oldu. CNN Business editörlerinin 30 Aralık 2020 tarihli analizinde salgın döneminde kazanan ve kaybeden sektörlere şöyle yer verildi:**Kazananlar:**(Evden çalışmaya geçişle birlikte hareketlenen) konut, (artan bilinç nedeniyle) güneş enerjisi, (rekorlar kıran) kripto paralar, (evlerinde kalanların ateşlediği) video oyunları, (online alışverişteki artışa paralel olarak) büyük perakendeciler, (bulut bilişim ve teknolojinin daha da önem kazanması nedeniyle) büyük teknoloji şirketleri, (medyaya artan ilgi doğrultusunda) içerik oluşturucular ve internet yayıncılığı.**Kaybedenler:**(Karantinalar nedeniyle) turizm ve konaklama, (fiyatlardaki ve talepteki düşüşe paralel olarak) petrol, (uçuş yasaklarının vurduğu) havayolları, (kapalı kalan) alışveriş merkezleri ve sinema salonları. |

**İyimser tablo**

OECD’nin son raporu küresel ekonomiye ilişkin önceki tahminlerine göre daha iyimser bir tablo çiziyor. 2020 yılı sonunda yapılan tahminini 1 puandan fazla yükselterek 2021 için yüzde 5,6’lık büyüme öngören örgüt, geçen yıl küresel GSYH’nin yüzde 3,4 küçüldüğüne dikkat çekiyor. Aşı uygulamalarının yaygınlaşması, bazı ülkelerden gelen ek mali destek duyuruları ve ekonomilerin virüs karşısında alınan önlemlerle daha iyi başa çıktığına dair işaretler, olumlu gidişin sebepleri olarak gösteriyor. Rakamları yükseltenin ise Çin ve Hindistan gibi toparlanmaya geçen ülkeler olması bekleniyor.

Küresel üretimin bu yılın ortasında pandemi öncesi seviyesine ulaşması bekleniyor. Ancak 2022’nin sonunda bile, üretim ve gelirlerin pandemi öncesinde öngörülen seviyenin altında kalmaya devam etmesi olası. Yeni Covid-19 varyantları karşısında aşı dağıtımı ve yönetimi, dünyanın yakın gelecekte hangi yöne gideceği üzerinde etkili olacak.

Büyük ekonomilerin açıkladığı mali destek planları da büyüme tahminlerini etkileyecek. ABD’deki 1,9 trilyon dolarlık Amerikan Kurtarma Planı’nın paketin ilk yılında ülkedeki üretimi yüzde 3-4 oranında artırabileceği tahmin ediliyor. Bunun da diğer ülkelerde talebin canlanmasına katkıda bulunacak bir hamle olacağı düşünülüyor.

Salgının küresel ekonomi üzerindeki ağır etkisinin geride kaldığına dair işaretler gelmeye başlasa da virüsün yeni mutasyonları, aşılama hızı gibi başlıklar, hassas ekonomik gidişatı etkileyen faktörler olacak. Pek çok uzmana göre tam anlamda toparlanma ancak 2023’te başlayacak gibi görünüyor.

**GELECEĞİMİZ İÇİNEN GÜÇLÜ YATIRIM ESG**

İş dünyasının gündemine 17 yıl önce giren ESG (çevresel, sosyal ve yönetişim), pandemi döneminde daha da öne çıktı. Dünyadaki önde gelen şirketlerin gündemine giderek daha fazla giren ESG, küresel çapta itibar yönetiminin de vazgeçilmez parçası... Ancak önemi bununla sınırlı değil. ESG kriterlerine uyumun hem tüketicilere, hem şirketlere hem de ekonominin geneline yararı büyük…

İş, insan, dünya, çevre ve toplumsal meseleler… İlk bakışta ayrı gibi gözüken bu alanlar aslında büyük bir etkileşim içinde ve birlikte ele alınmaları gerekiyor. Özellikle küresel pandemiyle, dünyamızı saran sorunlar yumağının daha da büyüdüğü bir dönemde bu daha da önemli.

Bu bakış açısı, Koç Topluluğu tarafından yapılan değerlendirmelere de sık sık yansıyor; üst yönetim tarafından dikkatle takip edilip farklı platformlarda dile getiriliyor. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç, Aralık 2020’de gerçekleştirilen Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı’nda Koç Topluluğu’nun bu konudaki yaklaşımını şu sözlerle özetlemişti: “Uluslararası düşünce platformlarının ‘The Great Reset’ manifestosuyla tüm toplumsal paydaşlara duyarlı bir kapitalizm modeli önerdikleri 2020 yılında yaptıklarımızla, kurumsal kültürümüzün özünde bu yaklaşımın bulunduğunu ispat ettik. ‘Geleceğe.Birlikte’ diyerek ilan ettiğimiz sürdürülebilirlik vizyonu çerçevesinde çevre, sosyal ve kurumsal yönetim alanlarında ortaya koyduğumuz yol haritasıyla bugüne kadar yapılan çalışmaların üzerine önemli ilavelerde bulunduk.”

Geçtiğimiz yıl Davos Zirvesi’nden gelen davet üzerine Avrupa Yeşil Mutabakatı CEO Eylem Grubu’na katılan Koç Holding CEO’su Levent Çakıroğlu ise Şubat ayında TÜSİAD’ın düzenlediği “Yeşil Mutabakat” söyleşisinde Ömer M. Koç’un sözlerine paralel bir değerlendirmede bulunmuştu: “Ülkeler, yatırımcılar, müşteriler, çalışanlar kararlı... Şirketlerden çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim alanlarında yüksek performans bekliyorlar” diyen Çakıroğlu, “sürdürülebilirlik ve değer yaratma” açısından şirketlerin ESG yaklaşımlarının çok önemli olduğuna dikkat çekmişti.

Biz de Bizden Haberler dergisi olarak önümüzdeki dönemde iklim, sürdürülebilirlik, toplumsal cinsiyet eşitliği ve teknoloji yoluyla tüm topluma yayılan değer üretme gibi konular başta olmak üzere, daha fazla sayıda haber ve makale ile okurlarımızla buluşmayı planlıyoruz.

**ESG’nin ortaya çıkışı**

Gerek Koç Topluluğu’nun gerekse küresel arenanın diğer büyük şirketlerinin gündeminde giderek daha geniş yer tutan ESG, görece “genç” bir kavram. Bundan 17 yıl önce Birleşmiş Milletler (BM) Genel Sekreteri Kofi Annan, dünyanın en büyük finans kuruluşlarının CEO’larına gönderdiği bir yazıyla onları ortak bir inisiyatife davet ettiğinde, iş dünyası için de yeni bir çağın kapısı aralanıyordu. Küresel İlkeler Sözleşmesi doğrultusunda çalışmalar yürütecek olan bu inisiyatifin amacı, ESG’nin sermaye piyasaları ile entegre edilmesinin yollarını aramaktı. Bundan bir yıl sonra 20’den fazla kurumun katılımıyla Ivo Knoepfel’in kaleme aldığı “Who Cares Wins” (Önemseyen Kazanır) başlıklı rapor, ESG kavramını iş dünyası ve kamuoyunun gündemine taşıdı.

**ESG kriterlerinin arkasındaki bakış açısı**

ESG kriterleri şirketlerin karbon ayak izini azaltmaya dönük somut adımlardan, çalışanlara dönük sağlık ve güvenlik politikalarına, tedarik zincirlerinin yönetiminden, güvene dayalı ve inovasyonu destekleyen bir kurumsal kültür yaratmaya kadar geniş bir yelpazeye yayılıyor. Kurumsal stratejide, üretimde, yatırımlarda ve şirket politikalarında bu kriterlerin ne kadar dikkate alındığı ise ESG performansını belirliyor.

ESG kriterlerinin arkasındaki bakış açısı, şirketlerin yürüttükleri faaliyetler ile çevreye ve topluma nasıl etki ettiğini ve elbette bu etkinin kendilerine nasıl geri döndüğünü esas alıyor. Örneğin, üretimde sürdürülebilirlik kriterlerini göz önünde tutmayan bir şirket bir yandan çevreye zarar verirken diğer yandan kendi itibarını zedeliyor. Kötü bir insan kaynakları yönetimi, çalışan devir hızının artmasına yol açıyor, çalışanların moralinin olumsuz etkilenmesine ve üretkenliğin düşmesine neden oluyor. Yönetişim alanında kötü performans gösteren bir şirket aynı zamanda finansal gücünü ve itibarını da baltalıyor. Bu nedenle şirket politikaları içerisinde kendine yer bulan ESG kriterleri aslında ilk bakışta düşünüldüğü gibi “ulvî hedefler” değil; aynı zamanda şirketlerin başarılı ve uzun ömürlü olması açısından da çok önemli.

Akademisyenler ise konunun başka bir boyutuna dikkat çekerek Covid-19 sonrası dünyada ESG yatırımlarının ekonomik toparlanmayı hızlandıracağının altını çiziyor. 8 Mart’ta Businessgreen.com’dan Michael Holder’a görüş veren The London School of Economics and Political Science’tan Prof. Lord Nicholas Stern, “Şimdi temel mesele toparlanma. Bunun sürdürülebilir ve güçlü olması, enflasyon yaratmaması için özel yatırımların başı çekmesi gerekiyor. Özel yatırımlarda ve üretkenlikteki düşüşün nedenlerinden birinin altyapı yatırımları olduğunu biliyoruz. Şimdi sıfır karbon üreten ve iklimle dost bir ekonomi için önümüzde dev fırsatlar var. Gelişmiş ekonomilerin çoğunda kamu borçlanmasındaki her ekstra dolar, ilaveten iki-üç dolar daha yaratıyor" diyor.

**YAŞAM**

**23 NİSAN VE “GELECEĞİN KAHRAMANLARI”...**

Çocuklarımız, dünyamızın geleceği... Atatürk, bunu iyi bilen, çocuklara bu eksende yaklaşan bir liderdi. O, sohbet ettiği bir çocuğa “belki de geleceğin en büyük kahramanı” diye bakıyor, dünyanın ilk askeri kadın pilotu olan Sabiha Gökçen'e yaptığı gibi, çocuklara en ileri ufukları gösteriyordu. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nı kutlarken onun çocuklara dönük özenli, sevgi dolu ve yüreklendirici yaklaşımlarını anekdotlarla hatırlıyoruz.

Mustafa Kemal Atatürk, savaş alanında dünyayı kendine hayran bırakan, karizmatik bir lider olsa da çocuklarla çocuk olmaktan çekinmeyen, onlarla ilişkisinde şefkat ve özenini dışa vurmaktan geri durmayan bir insandı. Savaş yıllarında kimsesiz kalmış birçok çocuğu evlat edindi ve daha birçoğuna da kol kanat gerdi. Onları geleceğin liderleri olarak gördü, el üstünde tuttu. Bu nedenle ulusal egemenliğin simgesi olan 23 Nisan’ı çocuklara armağan etti.

**Millî egemenliğin ilk yıl dönümü**

23 Nisan’ın resmî olarak Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı ilan edilmesi 80’li yılların başlarında gerçekleşse de bu önemli günün çocuklara ithaf edilmesinin tarihi, aslında çok daha gerilere uzanır. Cumhuriyet’in ilk hukukçu ve akademisyenlerinden Hıfzı Veldet Velidedeoğlu’nun anılarında, bu konudaki anekdota şöyle yer verilir:

1921 yılında 23 Nisan gününe yaklaşılırken bütün Ankara, Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin kuruluş ve açılışının birinci yıl dönümünü en güzel şekilde kutlamak için yoğun bir hazırlık içine girer. Hazırlıkları yürütenlerin başında o dönemde yeni kurulan Öğretmen Okulları Mezunları Derneği de vardır. Öğretmenler, kutlamaların coşku içinde geçmesi için kız erkek ayrımı yapmadan tüm öğrencilerin bir tören alanında buluşması gerektiğini düşünür. Bunun için, o günkü Ziraat Okulu’nun yanındaki meydanı çam dallarıyla süsleyerek tüm erkek ve kız okullarına çağrı gönderip kutlamaya katılmalarını isterler.

Zamanın Ankara Valisi ve eğitim müdürü, öğretmenlerin bu kutlama çağrısı karşısında kızlı erkekli bir kutlamanın yapılamayacağını, bu tür bir kutlamaya kimsenin katılmaması gerektiğini, katılacak öğretmenlerin de işten çıkarılacağını söyler. Karşılaştıkları bu tavır karşısında çok üzülen öğretmen okulu mezunları, kendi aralarında toplanıp ne yapabileceklerini düşünür. Sonunda, bu durumu Mustafa Kemal’e duyurmaya karar verirler.

Kutlamalara çok az bir zaman kaldığı için Mustafa Kemal’e hep yakın olmuş bir kişiden, Yunus Nadi’den yardım isterler. Aracılık yapmayı kabul eden Yunus Nadi, hemen Atatürk’e yaşananları olduğu gibi anlatır. Onu dinleyen Atatürk, kısa bir suskunluktan sonra “Öğretmenler haklı” der ve ekler: “Söyleyin, kutlamalara ben de katılacağım.”

Vali ve eğitim müdürü, Mustafa Kemal’in tavrını öğrenince, bütün okullara kutlamalara katılımın serbest olduğunu duyurur. Çocuklar ve gençler, 1921 yılının 23 Nisan günü, Ziraat Okulu’nun önündeki meydanı doldurur. Sevinç çığlıkları göklere yükselmektedir. Konuşmalar yapılır, şiirler okunur... Kutlamalar coşkuyla devam ederken Mustafa Kemal tören alanına gelir. Herkesi selamladıktan sonra okunan şiirleri dinler. Sonra kürsüye çıkıp kısa bir konuşma yapar ve konuşmasını “Bu bayramın adı Millî Egemenlik ve Çocuk Bayramı olsun” diyerek bitirir.

Meclis, o sene 23 Nisan’ı millî bayram ilan eder. Bu tarih daha sonraki yıllarda “ulusal egemenlik bayramı”nın yanı sıra “çocuk günü” ve “çocuk bayramı” olarak da kutlanacak, 1981 yılında da resmî ismi “Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı” olarak değişecektir.

**Çocuk haklarında Atatürk imzası**

Atatürk, Türkiye Cumhuriyeti’ni kurarken, yeni nesillerin ülkenin geleceğini şekillendireceğinin farkındaydı. Çocuklara özel ilgi göstermesinin ve onların haklarını gözetmesinin en önemli sebeplerinden biri de budur. Dolayısıyla çocuk haklarını yasal olarak hayata geçirmeyi de bir görev bilmişti. Onun bu hassasiyeti sayesinde de Çocuk Hakları Bildirgesi, Türkiye tarafından 1920’li yıllarda imzalandı.

Çocukların ve gençlerin hakları konusunda ilk resmî girişim 1912 yılında Belçika ve İsviçre’de yapıldı. Birinci Dünya Savaşı başlayınca bu girişimler yarıda kaldı. Birinci Dünya Savaşı’nın en büyük acılarını yine çocuklar ve gençler çekti.

1920 yılında Milletler Cemiyeti’ni (Birleşmiş Milletler) kuran devletler 1924 yılında Cenevre’de bir araya gelerek ilk uluslararası Çocuk Hakları Bildirgesi’ni yazdı. Toplumun temel taşı olan çocukların yaşama, gelişme ve korunma haklarını uluslararası bağlamda ilk kez ele alan beş maddelik bildirge, 26 Eylül 1924’te, Milletler Cemiyeti Genel Kurulu’nda kabul edildi. Türkiye Cumhuriyeti’nin kurucusu ve Cumhurbaşkanı Mustafa Kemal, bu bildirgeyi 1928 yılında imzaladı. Bir yıl sonra, 23 Nisan’da makamların çocuklara devredilmesi geleneği başladı. Bir hafta süreyle Türk Ocağı makamlarına geçen İstanbullu ilkokul çocukları, Atatürk’e telgraf çekerek hem bayramını kutladılar hem de çocuk haklarını kabul ettiği için teşekkür ettiler.

**Ülkü’nün “Atatürkçüğü”**

Hiç öz çocuğu olmasa da Mustafa Kemal, daha savaş yıllarından itibaren pek çok küçüğü koruması altına alarak onların hamiliğini üstlendi, pek çoğunu da manevi çocuğu olarak yanına alıp evlat edindi. Manevi evlatlarını kendi öz çocuğu gibi korudu, onların iyi eğitim almalarını ve ülkelerine yararlı olmalarını sağladı.

Mustafa Kemal, en bilinen manevi evlatlarından Ülkü Adatepe’yi henüz dokuz aylıkken Çankaya Köşkü’ne aldırttı, ömrünün sonuna kadar yanından ayırmadı. İsmini kendisinin verdiği Ülkü, ona “Atatürkçüğüm” diye seslenirdi. Aralarındaki ilişki, Atatürk’ün çocuk sevgisinin adeta simgesidir; beraber protokol sıralarının en önünde oturdukları, resim sergisine gittikleri, denize girdikleri anları yansıtan fotoğraf kareleri unutulmazdır.

Gazeteci Ahmet Hidayet Reel, Atatürk’ün son günlerinde Ülkü’nün yanından hiç ayrılmadığını, onun da hep yanında Ülkü’yü istediğini anılarında anlatır. Hastalığının ilerlediği günlerde Mustafa Kemal, günler süren uykulara dalar. Kendine gelir gelmez de ne kadar uyuduğunu sorar. Bir gün yine dalar ve üç gün üç gece uyur. Doktorlar ve Atatürk’ün yakın arkadaşları moralinin bozulmaması için üç gün değil de üç saat uyuduğunu söylemeyi kararlaştırır. Durumu küçük Ülkü’ye de anlatırlar, çünkü Atatürk’ün kendine gelir gelmez Ülkü’yü görmek isteyeceğini bilirler. Öyle de olur. Atatürk uyanır ve her zaman yaptığı gibi hemen Ülkü’yü çağırır. Ona “Ülkü, ne zamandan beri uyuyorum ben?” diye sorar. Ülkü konuşulduğu gibi, “Üç saatten beri Atatürkçüğüm” der. Bu anekdot, Ülkü’nün o küçük yaşına rağmen manevi babasına duyduğu sevginin göstergesidir.

**“Dünyada bir ilk olan” Türk kızı**

Atatürk’ün manevi kızlarından bir diğeri olan Sabiha Gökçen ise onun medar-ı iftiharlarındandır. Onun başarısında ve meslek seçiminde Atatürk’ün ne denli etkili olduğu yadsınamaz. Anne ve babasını kaybeden, ağabeyi ve ablaları ile yaşayan Sabiha Gökçen ile Atatürk 1925 yılında Bursa’da karşılaşır. Atatürk, onu manevi evladı olarak kabul edip Ankara’ya getirir.

Sabiha Gökçen erken dönemde okulda başarı gösterdiğinde Mustafa Kemal ona “Beni çok mutlu ettin. Şimdi artık senin için planladığım şeyi açıklayabilirim. Belki de dünyanın ilk askeri kadın pilotu olacaksın. Bir Türk kızının dünyadaki ilk askeri kadın pilot olması ne iftihar edici bir olaydır, tahmin edersin değil mi? Şimdi derhâl harekete geçerek seni Eskişehir’deki Tayyare Mektebi’ne göndereceğim. Orada özel bir eğitim göreceksin” demiştir. Sabiha Gökçen de manevi babasının güvenini boşa çıkarmamış ve dünyanın ilk kadın savaş pilotu olarak onu gururlandırmıştır.

**“O zaman ikimiz de başarılıyız”**

Atatürk, çevresindeki çocuklar ile her fırsatta sohbet etmiş ve onları tanımaya çalışmıştır. Atatürk’ün yakın çevresinin anılarında yer etmiş çocuklardan biri de Atatürk zamanında uzun yıllar Meclis başkanlığı, daha sonra da savunma bakanlığı yapan Kâzım Özalp’in oğlu Teoman Özalp olmuştur. Teoman, o dönem babasının görevinden dolayı Atatürk’le sık sık bir arada bulunmuştur. Her karşılaşmalarında Atatürk onunla şakalaşır, derslerini sorar, zaman zaman da şiir okutur. Bir gün bir toplantıda Atatürk Teoman’ı yanına çağırır. Biraz şakalaştıktan sonra, “Bak Teoman, şimdi ne yapacağız biliyor musun?” der. Teoman “Ne yapacağız?” diye sorar. “Ben kulağına bir şeyler fısıldayacağım, sen benim fısıldadıklarımı yüksek sesle salona söyleyeceksin!”

“Tamam” der Teoman, kulağını Atatürk’e yaklaştırır. O günlerde devlet görevlileri, ordudaki rütbelere Türkçe karşılıklar bulmaya çalışmaktadır. Atatürk, Teoman’ın kulağına, rütbelerin Türkçe karşılığı olarak kendi önerilerini fısıldamaya başlar. Bundan böyle “nefer” denmeyecek, “er” denecektir; “zabit” denmeyecek, “subay” denecektir; "mülazım" değil, “teğmen” denecektir.

Atatürk ne fısıldadıysa Teoman aynen hiç takılmadan yüksek sesle, salona söyler. Konuşma bitince büyük alkış kopar. Atatürk yavaş bir sesle “Teoman, bu alkışlar sana mı, yoksa bana mı?” diye sorar. Teoman bir an düşünür, “Bildiğim kadarıyla hep konuşan alkışlanır, ama siz olmasanız bunları söyleyemezdim” diye cevap verir. Cevap Atatürk’ü çok güldürür. Teoman’ın saçlarını okşarken, “O zaman ikimiz de başarılıyız” der.

**“O çocuk belki de yarının en büyük kahramanı”**

Tarihçi, yazar ve gazeteci Cemal Kutay, Atatürk Bugün Olsaydı adlı eserinde, Mustafa Kemal’in çocuklara yaklaşımına dair başka bir anekdot anlatmıştır. Zamanın Dışişleri Bakanı Tevfik Rüştü Aras’ın Çankaya’daki evinde verilen bir dost toplantısına Atatürk sürpriz yaparak katılır. Birlikte şarkılar söylenir, zeybek oynanır... Salonda, konuklardan birinin küçük bir çocuğu vardır. Atatürk, kendisine ikram edilen bir kutu üzümden birkaç tane yedikten sonra çocuğa dönerek, “Al bakalım, sen de ye” der. Çocuk burun kıvırarak, “Ben sevmem, sen kendin ye” diye cevap verir. Çocuğun anne babası salkımı alması için kaş göz işaret yapmaya başlarlar. Çocuk almamakta ısrar edince, Atatürk ona uzattığı üzümü kendi ağzına atarak, “Madem istemiyorsun, o zaman ben yerim” der. Çocuk umursamadan, “Amaaan, canın isterse” deyip başını çevirir. Atatürk gülerek, “Ayol, onu ben sana söyleyecektim” der. Orada bulunanlardan Adalet Bakanı Mahmut Esat Bey, “Paşam” der. “Karşınızda sizinle bu şekilde konuşacak kimseyi düşünemezdim."

Atatürk gülerek cevap verir: “Bugün bir hiç gibi gördüğün bir çocuk belki de yarının en büyük kahramanıdır. Onun için her kim olursa olsun istediği şekilde konuşmakta serbesttir.”

Atatürk’ün çocuklara bakışını daha güzel özetleyen bir anekdot olabilir mi? Tüm çocukların 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun…

**ÇANAKKALE SAVAŞI’NIN YİĞİT ÇOCUKLARI**

Birinci Dünya Savaşı’nda en çetin savaşlardan birinin yaşandığı Çanakkale Cephesi, her daim kahramanlık hikâyeleriyle anılır. Bunlar arasında en dokunaklı olanlar ise daha çocuk denecek yaştayken ağabeyleri ve babalarıyla savaşa giden yiğitlere dairdir. Daha okul sıralarındayken cepheye giden bu çocukların çoğu da geri dönmemiştir. 18 Mart, Çanakkale Zaferi’nin yıl dönümünde onları, aralarından üçünün hikâyesiyle anıyoruz.

Hey 15’li 15’li” diye başlayan Tokat türküsüne hemen herkes aşinâdır. Her ne kadar müziği kıvrak, neşeli bir ritme sahip olsa da aslında çocuk yaşta askere gidenler için yazılmış bir ağıttır “15’li”. Ağıdı yazan her kimse, kınalı kuzusunu savaşa gönderen insanların acısını biraz dağıtmak istemişti belki de...

Tarihler 1915’i gösterirken, Birinci Dünya Savaşı’nda Almanların yanında saf tutan Osmanlı ordusu, aynı anda dört cephede birden savaşıyordu. Yetersiz mühimmat ve insan gücüyle verilen savaşta, bir zamanların büyük imparatorluğu, kan kaybetmeye devam ediyordu. İşte Şubat 1915’te, bu kez Gelibolu Yarımadası’nı hedef alan Çanakkale Savaşı patlak vermiş, Boğazlardan geçerek İstanbul’u işgal etmek isteyen İtilaf Devletleri, genç kurmay albay Mustafa Kemal’ın komutasındaki Osmanlı Ordusu'nun destansı savunmasıyla karşılaşmıştı. Savunma destansıydı, ama insan gücüne ihtiyaç vardı. Zira saldırı sert, kayıplar büyüktü. O kadar ki cephede meydana gelen boşlukları doldurmak için diğer cephelerden asker getirilemediğinden, en yakın çevreden başlayarak 15 yaşın üstünde, eli silah tutan bütün gençler cepheye çağırılıyordu. İtilaf Devletleri’nin Nisan 1915’ten itibaren kara çıkartmasına başlamalarıyla birlikte, cephede takviye kuvvetlere ihtiyaç olunca Sultan V. Mehmed Reşad bir emir yayınlayarak, Askeri Mükellefiyet Kanunu’nda değişiklik yaptı ve lise talebeleri de silah altına alındı.

İşte bu noktada 15’liler cepheye çağrıldı. Yani Hicri 1315, miladi 1898-99 doğumlu 17, 18 yaşındaki çocuklar... Ama yalnızca onlar gelmedi cepheye, daha küçük yaşlarda, cesur çocuklar da vardı aralarında.

**Gencecik Mehmetler**

Bu çocuklardan kahramanlıkları tarihe geçmiş üçü hakkında, gerek o yıllarda Almanya’da yayın yapan dergiler, gerek İstanbul’da yayınlanan gazeteler sayesinde az da olsa bilgi sahibi olabildik.

Onlardan biri, cesaretinden dolayı Osmanlı ve Alman nişanına layık görülen 13 yaşındaki Mehmet’ti. İzmir’in Salihli eşrafından Mustafa Ağa’nın oğlu olan bu küçük asker, Seddülbahir ve Kirte’de gündüzleri yaralıların tedavilerine yardımıyla, geceleri de düşman mevzilerine gönderdiği toplarla adını tarihe yazdırıyordu. 8 Ocak 1916 tarihli Tasvir-i Efkar gazetesi küçük Mehmet’in gözüpekliği ve cesur kişiliğinden övgüyle söz ediyor ve 5. Ordu Kumandanı Liman von Sanders’in teftişe geldiği Soğanlıdere’de ona Alman Demir Haç nişanı verildiğini belirtiyordu. Osmanlı ise devletin bu küçük askerine Osmanlı Harp Nişanı vermişti. Ne yazık ki Mehmet hakkında daha fazla bilgiye ulaşmak mümkün olmuyor.

Millî Kütüphane arşivinde bulunan gazete ve dergilenden derlenen bilgilerde bir küçük askerin ismi daha var: Mehmet Ali Efendi. 2 Eylül 1915 tarihli Servet-i Fünun gazetesinde “iyi eğitimli ve vatansever” olarak tanımlanan ve 16 yaşında topçu mülâzımı olarak orduya katılan Mehmet Ali Efendi’nin cephedeki yararlılıkları ve kahramanlıkları anlatılıyor ve 19 yaşında, tam da doğum gününde şehit düştüğü haberi veriliyordu.

**Gönüllü bombacı Ali Reşat**

Çanakkale’nin çocuk kahramanları arasında en detaylı bilgi ise “gönüllü bombacı” olarak bilinen Ali Reşat Çavuş’a ait. Onu da araştırmacı yazar Yetkin İşcen sayesinde öğreniyoruz. Yaklaşık 40 yıldır Çanakkale Zaferi ile ilgili bilgi ve belge toplayan İşcen, Ali Reşat Çavuş’u anlatan yazıyı 22 Ağustos 1915 tarihinde Almanya’da haftalık olarak yayınlanan Berliner İllüstrirte Zeitung isimli dergide bulmuş.

Aslında çavuş olan, ama derginin astsubay diye andığı Ali Reşat, haberin yazarı tarafından şöyle tarif ediliyordu: “... İlk izlenimim, üniforma içinde bir kız olduğu biçimindeydi. Kafasına göre oldukça büyük olan ve tropik şapkalara benzeyen, kahverengi pamuklu kumaştan yapılma ‘enveriye’ (Türk askerinin yeni başlığı) altında iki parlak ve kuyruklu göz yanıyor, dar ve parlak bir yüzü parıldatıyordu. Görüntünün kalanı ise kaba pamukludan yapılma, balçık kahverengisi arazi üniformasının altında kayboluyordu.”

Yazarın anlattığına göre Ali’nin babası, Balkan Savaşı’nda bir Makedonya alayında yüzbaşıydı ve Kumanova’da şehit düşmüştü. Annesi ve kardeşleri, Sırplar tarafından katledilirken, ailesinden katliamın tek kurtulanı olan 13 yaşındaki Ali Reşat, geri çekilen Osmanlı Ordusu'na karışarak Trakya’ya geldi. 20 ayını onlarla geçirdikten sonra yolu Çanakkale’ye düştü.

Komutanının, “15 yaşına gelmişti ve savaşmak istiyordu. Birisi ona bir asker pantolonu verdi ve bir de asker ceketi... Yalnızca silahı eksikti. Büyük adamların da silaha ihtiyaçları vardı. Ali’nin el bombasıyla tanışması kendi fikriydi. Bu ilk olarak nasıl oldu bilmiyorum. Ancak bir akşam kalktı ve kendi yöntemiyle İngilizlerle savaşmaya başladı. Gecenin yarısında bir cehennem gürültüsü ve delicesine atışlardan sonra, Ali Reşat sabah, bir İngiliz dürbünü ve bir Browning tabancayla geri döndü. İngiliz subaylarının bulunduğu yerleri bulma konusunda özel bir yeteneği vardı. El bombaları hep İngiliz subaylarını buluyordu” sözleriyle anlattığı Ali Reşat, siperden ilk çıkan, düşman tel örgülerini ilk geçen ya da kesen, silahını tümüyle etkin olarak ilk kullanan kişi olarak anlatılıyordu. Komutanı onun iki kez ağır yara aldığını buna rağmen zorla cephe gerisindeki hastaneye götürüldüğünü sözlerine ekliyordu. Ali ise mümkün olan en kısa zamanda, kahramanlıklarıyla cepheye geri dönüyordu.

Berliner dergisinin yazarı Karl Vollmoeller’in anlattığına göre Ali, cepheyi ziyarete gelen Harbiye Nazırı Enver Paşa’nın huzuruna çıkarak, savaşta göstermiş olduğu yararlılıklar dolayısıyla çavuş rütbesi almıştı. Ancak ne yazık ki sonrasıyla ilgili başka bir bilgi henüz bulunamadı. Çanakkale’de şehit mi düştü, düşmedi de Kurtuluş Savaşı’na mı katıldı? Veya sağ salim dönüp, huzurlu bir ömür mü geçirdi? Bilmiyoruz… Kim bilir belki bir gün, bir arşivde araştırmacıların karşısına çıkıverir, Ali Reşat, Mehmet ve daha nice 15’lilerin hikâyeleri…

Saygıyla anıyoruz.

**SANATTA İLHAM VEREN KADINLAR**

Kadınların kamusal alandaki gücünün artırılması, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması yolunda son derece kritik bir hedef. Bu mücadelede, kültür-sanat alanında “ilk” olma cesaretini göstermiş kadınların tutkuları, onların açtığı yolda yürüyen nesillere ilham vermeye devam ediyor.

Birleşmiş Milletler bünyesinde faaliyet gösteren UN Women’in bu yılki en önemli gündem maddelerinden biri, kadınların kamusal alandaki gücünü artırmak... Kuşkusuz, bu hedef doğrultusunda her sahada kadınların üretiminin daha görünür hâle gelmesi gerekiyor. Özellikle kültür-sanat, toplum üzerindeki etkisi nedeniyle, bu açıdan özel bir önem taşıyor.

Kadın sanatçıların tarih boyunca hak ettikleri pozisyona ulaşmak için çoğunlukla mücadele vermek zorunda kaldıklarını görüyoruz. Bugün geçmişe göre daha fazla biliniyor olmalarında ise cesur, kurallara meydan okuyan öncü isimlerin rolü büyük.

Peki Türkiye’de alanlarında öncülük eden, kendilerini izleyenler için “yolu açan” kadın sanatçıları biz ne kadar tanıyoruz? Resim, sinema, edebiyat, heykel gibi farklı kültür-sanat kollarından öncü kadınların bazılarının kısa öykülerini sizin için derledik.

**Heykeltıraş Sabiha Bengütaş**

**(1904 – 1992)**

Uğruna ailesiyle kavga edebilecek kadar sanatına âşık, çalışkanlığın ve disiplinin kitabını yazmış ilk heykeltıraşımız Sabiha Ziya... Soyadını evlendikten sonra edinen İstanbul doğumlu Bengütaş, küçük yaşta güzel sanatlara ilgi duyduğu için ilköğretimi bitirir bitirmez Sanayi-i Nefise Mektebi’nin resim bölümüne devam etti. Bu sırada kendi kendine bir antik büst kopyalayıp Heykel Bölümü hocası İhsan Bey’i şaşırtan Sabiha Ziya, ömrüne yayılacak tutkusunu bu şekilde keşfetmiş oldu.

Kız ve erkek güzel sanatlar okullarının birleştirilmesiyle, gönül verdiği heykeltıraş bölümüne geçme fırsatı yakaladı. Bu geçiş için ailesini ikna etmeyi zor başarsa da Sanayi-i Nefise Mektebi’nin heykel bölümünün ilk kadın heykeltıraş öğrencisi unvanına hak kazandı. Bölümdeki cinsiyet ayrımcılığıyla çetin mücadeleler veren Sabiha, okul bittikten sonra Roma Güzel Sanatlar Akademisi’nde eğitim almak üzere İtalya’ya gitti. 20’li yıllarda ağırlıklı olarak büst çalışmaları yapan Sabiha Bengütaş, İstanbul’da her yıl düzenlenen Galatasaray sergilerine ve Atatürk’ün isteğiyle açılan Ankara resim sergilerine katıldı.

1930 yılından itibaren daha büyük boyutlu kompozisyonlar üretmeye başlayan Bengütaş’ın 1920 yılında başladığı heykeltıraşlık hayatı, 1930 yılı sonlarına gelindiğinde tüm ülkenin kabul ettiği bir yetkinliğe ulaştı. 1938 yılında Atatürk ve İsmet İnönü’nün heykellerinin yapımı için açılan yarışmayı kazandı. Eserlerinde, özellikle de büstlerin ve heykellerin yüzlerinde realist ifadeye önem veren Sabiha Hanım, üretken bir heykeltıraş olarak genç sanatçıların yolunu aydınlatıyor.

**Ressam Mihri Müşfik Hanım**

**(1886-1954)**

Ayrıcalıklı bir aileye doğsa da çevresinin çizdiği sınırlara meydan okuyabilmiş, zamanının çok ötesinde bir özgür ruh Mihri Müşfik Hanım... O, portreleriyle adını ülke sınırlarına taşımış bir “ilklerin kadını”... Sanatsal formasyonunu babası Dr. Ahmet Rasim Paşa’nın müziğe, sanata ve edebiyata olan ilgisi aracılığıyla kazandı. İtalyan sanatçı Fausto Zonaro’dan resim dersleri aldı. İstanbul’da turneye çıkmış bir akrobasi şirketinin İtalyan şefine âşık olup önce Roma’ya, ardından Paris’e “kaçtı.”

Gittiği kentlerde sanat çevrelerinin içinde yer alan Mihri Müşfik Hanım, buradaki sanat okullarında ve atölyelerde eğitimine devam etti. Dışavurumcu bir anlayışla özgün portreler yaptı. Cumhuriyet’in ilanından sonra Atatürk’ün portresine imza atan ilk Türk ressam oldu ve portreyi Mustafa Kemal’e bizzat teslim etti. İtalya’ya gidişlerinden birinde Papa’nın portresini de yaptı ve Papa ilk defa başka dinden bir ressama poz vermiş oldu.

Mihri Müşfik Hanım, 1913’te yeni kurulan İstanbul Kız Öğretmen Okulu’nda resim öğretmenliğine atandı. 1914’te ise kız öğrenciler için güzel sanatlar okulu kurulurken buraya hem güzel sanatlar öğretmeni hem de okul yöneticisi olarak alındı. Mihri Hanım’ın Güzel Sanatlar Kız Okulu’na yaptığı katkılar devrim niteliğinde oldu. Kadın öğrencilerini modelle çalışmaya ve açık havada resim yapmaya teşvik etti; Nazlı Ecevit, Aliye Berger ve Fahrelnisa Zeid gibi ünlü kadın ressamların yetişmesini sağladı. Mihri Müşfik, son yıllarını yurt dışında geçirdi ve ABD’de öldü, ama sanata olan yenilikçi ve sınırları aşan yaklaşımı kadın ressamların ufkunu genişletmeye devam ediyor.

**Opera sanatçısı Semiha Berksoy**

**(1910-2004)**

Türkiye’nin modern kültür tarihinin en önemli isimlerinden, elini attığı sanat dalında harikalar yaratan, olağanüstü yaratıcı güce sahip bir kadın: Semiha Berksoy. Yaşadığı süre boyunca Avrupa’nın önde gelen opera sanatçılarından oldu; oyunculuk, performans sanatçılığı, şairlik ve ressamlık yaptı ve hepsinde başarılı oldu. İstanbul doğumlu Berksoy, Cumhuriyet döneminde kadınlara da açılan İstanbul Konservatuarı’nda oyunculuk eğitimi alan ilk kadınlardan.

Kariyerine 21 yaşında ilk sesli Türk filmi İstanbul Sokakları’nda başrolü alarak başladı. Berksoy, ilk Türk operası Özsoy’da oynarken Mustafa Kemal Atatürk’ün de izlediği ve kendisini çok beğendiği bir temsilden sonra Berlin’de opera eğitimi gördü. 1939’da Richard Strauss’un Berlin’deki 75’inci doğum günü için Ariadne auf Naxos’ta Ariadne rolünü oynadı ve Avrupa’da sahneye çıkan ilk Türk prima donna oldu. Türkiye’ye döndüğünde Carl Ebert ile Türk Devlet Opera ve Balesi’nin kurulması için çalıştı.

Gençken sanat eğitimi alan Berksoy, müzik ve performans çalışmalarını hayatının ilerleyen dönemlerinde azalttığında, resim yapmaya daha fazla zaman ayırabildi ve 1969’da ilk kişisel sergisini açtı. Sanatında disiplini ve cesaretiyle bilinen Berksoy’un mirası hâlâ opera salonlarında çınlıyor.

**Yazar Fatma Aliye Topuz**

**(1862-1936)**

Çocukluğunda başlayan ve babası dâhil herkesi şaşırtan bir öğrenme merakı, yazma tutkusu ve kadın özgürlüğü savaşçısı... Türkiye’nin ilk romancı kadınlarından Fatma Aliye Hanım, fikir yazılarında ve romanlarında, kadın yaşamının iyileşmesi, kadınların özgürlüğü, kamusal alana katılmaları ve mesleklerini elde etmeleri için mücadele verdi. Osmanlı’nın son devlet adamlarından hukukçu ve tarihçi Ahmet Cevdet Paşa’nın kızı olan Fatma Aliye, çocukluğunu “Ben haremde oturmaktan hoşlanmazdım, selamlığa gider konuşulanları dinlemeye çalışırdım” diyerek anlatmıştır. Kızının öğrenme merakını teşvik eden Cevdet Paşa, Fatma Aliye’ye özel dersler aldırdı. Öyle ki, 11 yaşına geldiğinde Arapçadan çeviri yapabiliyordu. Fransızca bilgisi de üst düzeydi.

1889 yılında Georges Ohnet’in Volonté adlı romanını Meram adıyla çevirip “Bir Hanım” mahlasıyla yayınladı. Dönemin ünlü yazarı Ahmet Mithat Efendi, Fatma Aliye’nin edebi çabalarını fark etti ve karşılıklı fikir alışverişinde bulunmaya başladılar. Ahmet Mithat, bu yazışmaları Tercüman-ı Hakikat gazetesinde yayımlattı. Kendi adıyla yayımladığı ilk kitap 1892’de çıkan Muhadarat oldu. Romanlarında birey olmaya çalışan, kendi ayakları üstünde duran kadınları anlatan Fatma Aliye, dönemin Avrupa ve Amerika basınında da kendinden “ilk Türk kadın romancı” olarak söz ettirdi ve yazmak isteyen kadınlara hep ilham kaynağı oldu.

**Oyuncu, yönetmen ve yapımcı Cahide Sonku**

**(1916 – 1981)**

Hep güzelliği ve yaşadığı aşklarla konuşulan, fakat meslek hayatında işin mutfağına girme cesaretini göstermiş ve kamera önünde olmakla yetinmeyip yapımcılık ve yönetmenliğe soyunmuş bir “ilk kadın” Cahide Sonku... Bir asker çocuğu olarak Yemen’de dünyaya gelen ve Cumhuriyet’le birlikte ailesiyle beraber İstanbul’a dönen Cahide Sonku, sanatla ortaokul yıllarında tanıştı. Henüz 16 yaşındayken konservatuara girdi. Önce Halkevi Tiyatrosu’nda sahneye çıkan Sonku, Muhsin Ertuğrul’un yeteneğini fark etmesi üzerine İstanbul Şehir Tiyatroları’nın aranan yüzlerinden oldu.

1935’te çekilen ve Türk sinema tarihine ilk köy filmi olarak geçen Bataklı Damın Kızı Aysel filmi, Cahide Sonku’ya “Türkiye’nin ilk star oyuncusu” unvanını kazandırdı. 1949 yılında oynadığı "Fedakar Ana" filminin çekimleri sırasında yönetmen hastalanınca filmin geri kalan kısmını yönetti. 1950 yılında kendi yapım şirketi Sonku Film’i kurdu. Talat Artemel ve Sami Ayanoğlu’yla beraber yönettiği Vatan ve Namık Kemal filmi, Yıldız dergisinin 1951 yılında düzenlediği yarışmada en iyi film seçildi. Sonku, Senede Bir Gün, Beklenen Şarkı, Korkusuzlar, Çalıkuşu gibi hafızalarda yer etmiş filmlerde hem oyuncu, hem de yapımcı olarak yer aldı. 1963 yılında şirketinin bulunduğu binada çıkan yangın sonucu iflas etti; ömrünün son yıllarını yoksulluk içinde geçirdi. Anısına, sinema sektöründeki kadın emeğinin görünürlüğüne dikkat çekmek için Antalya Altın Portakal Film Festivali kapsamında Altın Portakal Cahide Sonku Ödülü veriliyor.

**Tiyatro oyuncusu Afife Jale**

**(1902-1941)**

Adı tiyatro ödülleriyle yaşatılan, ülkemizde tiyatro aşkıyla yanıp tutuşan kadınların ilham kaynağı ve aynı zamanda miladıydı... Tiyatro sahnesine çıkan ilk Müslüman Türk kadını olan Afife Jale, Kadıköylü, orta hâlli bir ailenin kızı olarak dünyaya geldi. İstanbul Kız Sanayi Mektebi’nde okurken aklından tiyatroyu çıkaramayan Afife’nin tek hayali sahneye çıkmak olsa da, o dönem Müslüman kadınların sahneye çıkması tabuydu. Sadece kadınlara özel gösterilerde Müslüman kadınların sahneye çıkmasına izin veren, o zamanın konservatuarı Darülbedayi’nin sınavlarına ailesinden habersiz katılan Afife, sınavı kazandı ve stajyer oyuncu oldu.

Provalara oyundaki herkesin repliğini ezberleyecek kadar büyük bir aşkla katılsa da sahneye çıkamadı. Ta ki Yamalar adlı oyunda, Emel rolünü oynayan Eliza Binemeciyan’ın Paris’e gitmesi gerekene kadar... Afife, onun yerine Jale takma adıyla sahneye çıktı ve o tarihten sonra Afife Jale olarak bilindi. Ertesi hafta başka bir oyun için sahneye çıkan Afife’yi polis tutuklamaya çalıştı, arkadaşının yardımıyla kaçabildi. Rol aldığı oyunları izleyen herkes Afife’nin yeteneğinden bahsetse de polis bir türlü peşini bırakmadı ve en sonunda Darülbedayi’den uzaklaştırıldı.

Tutkuyla bağlı olduğu meslek hayatını Cumhuriyet kurulana kadar hakkıyla sürdüremeyen ve polisin kötü muamelesine maruz kalan Afife Jale, yeni rejim sanatını icra etmesinin önünü açtığında sağlığını kaybetmişti. Çektiği psikolojik sıkıntılardan dolayı şiddetli baş ağrıları yaşadı; ağrılarını dindirmesi için kendisine verilen morfine bağımlı hâle geldi. 1941’de Bakırköy Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesi’nde hak etmediği biçimde hayata gözlerini yuman Afife Jale’nin hatırası 1997 yılından bu yana Yapı Kredi tarafından düzenlenen Afife Tiyatro Ödülleri’yle yaşatılıyor.

**Çevirmen ve sanat eleştirmeni Adalet Cimcoz**

**(1910-1970)**

Yaşadığı dönemde kültür-sanat çevrelerinde heyecan uyandıran, aranan ve son derece renkli bir kişilikti. On parmağında on marifet, kurduğu Galeri Maya’yla yeni yetenekler keşfeden ve kalıplara sığmayan sanat anlayışıyla geleceğin yaklaşımlarını belirleyen bir kadındı Adalet Cimcoz.

Genç yaşta evlendiği Mehmet Ali Cimcoz aracılığıyla sanat camiasıyla yakın ilişkiler kurdu. Sabahattin Ali, Ara Güler, Bedri Rahmi, Azra Erhat gibi isimler evlerine sık sık konuk oluyordu. Çalışkan mizacı, bu isimlerin teşvikiyle birleşince dergilere eleştiriler yazmaya ve çeviriler yapmaya başladı. Bertolt Brecht, Knut Hamsun, Franz Kafka, Max Frisch gibi yazarların kitaplarını Türkçe’ye kazandırırken, edebiyat ve tiyatro üzerine yazıları Yeditepe, Varlık, Yeni Ufuklar gibi dergilerde çıkıyordu. 1962’de Kafka’dan çevirdiği Milena’ya Mektuplar kitabıyla Türk Dil Kurumu Çeviri Ödülü’nü kazandı.

Güzel sesi ve diksiyonuyla Yeşilçam filmlerine dublaj yaptı. Bunlara ek olarak, Maya isimli bir sanat galerisi de açan Cimcoz, pek çok yeni yeteneğin tanınmasına öncülük etti. Galeride sergisi açılacak sanatçılarla aynı derecede heyecanlandığını söyleyen Cimcoz, yeni sergi konseptleri başlattı, şiir veya müzikten esinlenen resimlerle sergiler hazırladı, karikatürün de bir sanat olarak kabul görmesini desteklemek için karikatür sergileri açtı. Heykel, mozaik, seramik, fotoğraf, desen ve halk sanatları gibi konuları bir arada sunarak sanata ilk kez disiplinlerarası bir boyut da kattı. Cimcoz’un renkli kişiliği ve sanattaki geniş ufku belleklerde yer etmeye devam ediyor.

**KÜLTÜR - SANAT**

**İMKÂNSIZ EVE DÖNÜŞ**

**6 NİSAN - 8 AĞUSTOS 2021**

Pera Müzesi’ndeki “İmkânsız Eve Dönüş”, Lübnan asıllı ressam, yazar, aktivist ve şair Etel Adnan'ın yüz yıla yaklaşan yaşamının tüm üretim dönemlerini kapsayan retrospektif niteliğinde bir sergi.

**40. İSTANBUL FİLM FESTİVALİ**

**1 NİSAN – 29 HAZİRAN 2021**

Efsane yönetmenlerden iz bırakan başyapıtların ve kült filmlerin de bulunduğu festival, zengin programıyla bu yıl sinema salonlarında ve çevrimiçi platformlarda izleyiciyle buluşacak.

**SANAT YAPITLARININ GİZLERİ**

**7,14, 21, 28 Nisan 2021**

İstanbul Modern’in düzenlediği yeni çevrimiçi seminer, modern ve çağdaş sanat yapıtlarının nasıl çözümlenebileceğine ve yorumlanabileceğine dair yöntemler sunuyor.

**HALİDE EDİB**

**KİTAP**

Yapı Kredi Yayınları’ndan çıkan eser, İpek Çalışlar’ın İmparatorluk’tan Cumhuriyet’e geçiş yıllarını belgelere ve tanıklıklara dayanarak anlattığı üçlemesinin son kitabı.

**TEK YALNIZ BEN DEĞİLİM**

**KİTAP**

Melankolik ve vurucu anlatısında Fournier, kara mizahı eksik etmeden, mağazada unutulup annesini bekleyen bir çocuğun huzursuz masumiyetiyle anlatıyor yalnızlığı.

**YERYÜZÜNE BAKAN TELESKOP**

**ÇOCUK KİTABI**

A. Orçun Can’ın yazdığı çocuk kitabı, evrende birbirine benzeyen ama birbirinden farklı şeylerin bir araya geldiğinde neler olabileceğine tanıklık ediyor.