



AB'NİN DÖNÜŞÜ TÜRKİYE'NİN FIRSATI

Belirtilen bazı özellikler Yeni Ford Tourneo Courier modellerinde opsiyonel olarak sunulmaktadır. Tourneo Courier; 1.6L TDCi motoru, Otomatik Start/Stop Sistemi ve 100 km/s hız sınırlayıcısı ile 100 km'de ortalama 3.7L yakıt tüketmektedir.



Ticarette tek rakibi kendisi.

YENİ FORD **TOURNEO COURIER**

Sınıfında lider yakıt ekonomisi, dinamik tasarımı ve SYNC® Sesli Mesaj Okuma gibi akıllı teknolojileriyle Yeni Ford Tourneo Courier, sınıfındaki tüm rakiplerini solluyor, sadece kendisiyle yarışıyor. Siz de Yeni Ford Tourneo Courier'nin direksiyonuna geçin, öne geçin.

- > Sınıfında Lider Yakıt Ekonomisi
- > Geri Görüş Kamerası
- > 5" Türkçe Navigasyon
- > SYNC® Sesli Mesaj Okuma
- > Dijital Klima
- > Yağmur Sensörü

ford.com.tr/tourneo-courier

/FordTurkiye



Go Further



DEĞERLERİMİZLE DEĞİŞİME ÖNCÜLÜK EDİYORUZ

Koç Topluluğu'nun değerli üyeleri,

Koç Topluluğu olarak kuruluşumuzdan bu yana, kültürümüze, geleneklerimize ve değerlerimize sahip çıkarak her zaman değişime öncülük ettik. Her gün daha da büyüyen ailemizin birlik ve beraberlikle yeni başarılarla imza atmasını sağladık. Bu başarıların arkasındaki en önemli etken şüphesiz değerlerimizden ve sahip olduğumuz insan kaynağından aldığımız güç ve güven oldu. İlerleyen sayfalarda hikayelerini okuyacağınız Tat şirketimizde çalışan Barut Ailesi de, bu güç ve güvenin yanı sıra kuşaktan kuşağa aktarılan "En önemli sermayemiz insan kaynağıdır" sözünün de güzel bir yansıması.

Koç Topluluğu olarak güç aldığımız önemli değerlerden bir diğeri de "Daima en iyi olmak" hedefiyle ülke ekonomisine katkı sağlamak. Bu hedef doğrultusunda yatırımlarımızın yanı sıra, sponsorluk faaliyetlerimizi de hayata geçirmeye devam ediyoruz. Bu alandaki son gelişmeler Koç Holding'in, üç yıl süresince Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi'nin (TMOK) ana sponsorluğunu üstlenmesi ve Avrupa'da çok önemli bir pazar payına sahip Beko'nun, dünyanın önde gelen futbol kulüplerinden FC Barcelona ile gerçekleştirdiği sponsorluk anlaşması oldu. Her iki sponsorluk

Koç Topluluğu'nun, ekonomik boyutu milyon dolarlarla ifade edilen spora verdiği sayısız desteğin önemli birer örneğiydi.

Dünyanın farklı noktalarında yaşanan siyasi gelişmeler ekonomik hareketliliği de doğrudan etkiliyor. Orta Doğu pazarı siyasi gelişmelerden olumsuz etkilenecek daralırken, kriz sonrası toparlanma sürecine giren Avrupa, ülkemiz için de önemli bir alternatif oldu. Türkiye'nin Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirdiği ihracatın artışı bölgede yaşanan ekonomik toparlanmanın da bir göstergesi niteliğinde.

Ekonomik anlamda gerçekleşen bu gelişmelerin yanı sıra dünyada ve bölgemizde yaşanan sıcak gelişmeler ve bunların sebep olduğu acılar da yüreğimizi yaralamaya devam ediyor. Sorunların bir an önce çözülerek huzur ve barış ortamının oluşturulmasını umuyor, hayatını kaybedenlere rahmet, yaralananlara acil şifalar diliyorum.

Ağustos, aynı zamanda tüm Topluluk çalışanlarımızın dinlendiği, bütün bir yılın stresini attığı bir ay olacak. Çok çalıştığımız, yeni projelere ve başarılarla imza attığımız bir yılın ardından tüm çalışma arkadaşlarımla güzel bir tatil geçirmesini diliyorum ve herkesin geçmiş Ramazan Bayramı'nı kutluyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Turgay Durak
CEO

İmtiyaz Sahibi
Koç Holding A.Ş. Adına
Turgay DURAK (Sahibi)

Genel Yayın Yönetmeni
Oya ÜNLÜ KIZIL

Sorumlu Yönetmen
Şeniz AKAN

Yayın Koordinatörü
Deniz ENBERKER

Yayın Kurulu
Serdar TURAN
Emin GÖRGÜN

Yayınlar Direktörü
Serdar TURAN

Editörler
Aynur ŞENOL ALTUN
NESRİN KOÇASLAN
Figen AYPEK AYYACI

Yönetici Art Direktör
Fatih Dumlu

Art Direktör
Sertan VURAL

Fotoğraf Editörü
Şeref YILMAZ

Özel Projeler Direktörü
Emin GÖRGÜN

Katkıda Bulunanlar
Cenk Sanoğlu

Collective

Kollektif Yayıncılık
Reklam Tasarım ve İçerik
Hizm. A.Ş.
Mat-Set Plaza
Yeşilce Mah. Emektar Sk.
No:5 Kat:4
Kağıthane İSTANBUL

Baskı ve Cilt (Matbaa)
Elma Basım
Halkalı Cad. No: 164
B-4 Blok Sefaköy-
Küçükçekmece İSTANBUL
Tel: (0212) 697 30 30
Fax: (0212) 697 70 70

Yayın Türü
Yaygın Yerel Süreli

Yayın Süresi / Dili
Aylık / Türkçe

Bu dergideki yazı ve resimler
kaynak belirtmek suretiyle
kullanılabilir.



Bizden Haberler'e ulaşmak
şimdi çok daha kolay. iPad
uygulamamız ile dergimiz
dilediğiniz anda, dilediğiniz
yerde...



İÇİNDEKİLER

04 Gündem

Ford Otosan, İkinci Motor
Test Merkezi'ni de Açtı

Fiat Doblo Cargo ve
Fiorino'ya
Prestij Ödülü

Müşteri Memnuniyetinin
Birincisi Yine Aygaz

Yapı Kredi'den Yeni Nesil
Bankacılık Platformu: Nuvo

En İyi Portföy Yönetim
Şirketi: Yapı Kredi Portföy

Koç Holding'ten Ücretsiz ve
Sertifikalı Kariyer Eğitimi

Gençlerin Çevre
Konusunda
Bilinçlendirilmesine
Destek



08 Dev Bütçeler Sahaya Çıkıyor

Dünyanın en ilgi çeken spor
dalı olan futbol, kitlesel bir
cazibe merkezi olurken
oluşturduğu ekonomi,
sponsorların yanı sıra
medya ve tekstil gibi birçok
sektörün de ilgi odağı oldu.
Bugün futbol endüstrisinin
büyüklüğü 150 milyar euroya
ulaşırken, sektör 1 milyar
insana doğrudan ya da dolaylı
istihdam sağlıyor.

12



12 Türkiye, Daralan Orta Doğu'yu AB ile Aşacak

Türkiye ekonomisi 2009'da Avrupa pazarındaki kaybını Orta Doğu ile kapatmıştı. Şimdi Orta Doğu'da yaşanan daralmanın, yeniden canlanan Avrupa Birliği ile aşılması planlanıyor. Rakamlar da bu gelişmeyi destekliyor. AB'ye ihracat, kriz öncesi seviyelerini yakaladı. Daha da iyi olan haber ise Avrupalıların özellikle Türk ürünlerini tercih ediyor olması.



16

16 Avis 40. Yılında Yeni Hedeflere Yol Alıyor

Türkiye'de 40 yılı geride bırakan araç kiralama sektörünün jenerik markası Avis yola yeni markalar ve yeni ülkelerle devam etmeye hazırlanıyor. Bu yeni dönemde enerjisini yenilenen logosundan alacak olan Avis'in başarılarının arkasında ise Otokoç ile oluşturduğu sinerji yatıyor.



20

20 Faktoringde Liderliğimizin Devam Etmesi En Önemli Hedefimiz

Yapı Kredi Faktoring, 13 yıldır sektörün değişmez lideri... 2014 yılında bu liderliğin devam etmesinin en büyük hedefleri olduğunu söyleyen Yapı Kredi Faktoring Genel Müdürü Coşkun Bulak, yıl içerisinde 1.500'e yakın yeni müşteriyle büyümeyi planladıklarını belirtiyor.

24

Prof. Dr. Deniz Gökçe'nin Gözünden

Bahçeşehir Üniversitesi Öğretim Üyesi ve Akşam gazetesi köşe yazarı Prof. Dr. Deniz Gökçe'nin vizyonu ile futbol, siyaset ve ekonomi denklemini çözüyor.

28

"Aygaz Pazar Lideri Olma Konusunda İddialı"

Aygaz Mardin Merkez Bayisi Abdolvahap Bilgiçoğlu, 2008'den bu yana yürüttüğü bayilik faaliyetlerini, bölgesel ve merkez Aygaz yönetimi ile ilişkilerini ve tüpgaz sektörünün rekabet koşullarını değerlendirdi.

34

İş Sağlığı ve Güvenliğinde Hedef Çıtayı En Yüksekçe Taşımak

İş sağlığı ve güvenliği alanındaki uygulamalarıyla standartları yükselten Koç Topluluğu şirketleri, İş Sağlığı ve Güvenliği Koordinasyon Kurulu Toplantısı'nda bulundu.

44

"Her Şeyi Kalıcı Hale Getirme Arzum Var"

Çektiği fotoğraflar, kaçırılan bir uçakta korsanlarla yaptığı röportaj ve daha birçok sıra dışı çalışmasıyla Türkiye'de ve dünyada adından bahsettiren Coşkun Aral, meslek hayatı boyunca yaşadıklarını ve gelecekteki projelerini Bizden Haberler Dergisi'ne anlattı.

OTOMOTİV



3 milyon euro yatırımla hayata geçirilen İkinci Test Motor Merkezi, dört ay gibi kısa bir sürede tamamlandı.

Ford Otosan, İkinci Motor Test Merkezi'ni de Açtı

FORD OTOSAN, GÖLCÜK TESİSİNİN ARDINDAN, TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖRÜ İÇİN BÜYÜK ÖNEM TAŞIYAN İKİNCİ MOTOR TEST MERKEZİ'Nİ ESKİŞEHİR İNÖNÜ FABRİKASI'NDA AÇTI.

Ford Otosan, Türkiye'de 13 litre ve üzeri motor testleri yapabilen ilk tesis olma özelliğine sahip olan İkinci Motor Test Merkezi'ni Eskişehir İnönü Fabrikası'nda hizmete açtı. 3 milyon euroluk bir yatırımla dört ay kadar kısa bir sürede hayata geçirilen merkez, ileri teknolojileri bünyesinde barındırıyor. Beş farklı yatakta Euro 6 normlarını karşılayan Ecotorq motorların geliştirme ve dayanım testlerinin yapılabilceği merkezde, araç egzoz ve ÜRE sistemi gibi testler de uygulanabilecek.

Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, 12 yıldır lideri oldukları otomotiv sektörüne yeni bir yatırımla yön vermekten mutluluk duyduklarını dile getirerek, temelleri 1961 yılında atılan Ar-Ge faaliyetleriyle, bugün bir marka haline gelmiş olmanın gururunu yaşadıklarını ifade etti.

Bundan 54 yıl önce 10 mühendis ile başlayan Ar-Ge yolculuklarına bugün 1.300 mühendisle devam ettiklerinin altını çizen Yenigün, "Geldiğimiz noktada Türkiye otomotiv sektörünün en büyük teknoloji ve Ar-Ge üssüne sahibiz. 436 patent başvurusuyla, Türkiye'nin Ar-Ge devleri arasında yer alıyoruz ve bu sayede sektör liderliğimizi sürdürüyoruz. İstihdam, patent başvurularımız ve projelerimizle Türkiye'nin otomotiv sektöründeki en büyük Ar-Ge teşkilatı olmanın yanında, otomobil, orta, hafif ve ağır ticari ile dizel motorların mühendislik merkezi

olarak Ford'un da dünyadaki üçüncü büyük Ar-Ge merkezi olarak çalışıyoruz" dedi.

Bugüne kadar 15 motor ve bunların farklı versiyonlarıyla 100'ün üzerinde proje geliştirdiklerini ve 550 binden fazla motor ürettiklerini belirten Yenigün, yurtdışında bu tarz mühendislik hizmeti veren firmaların olmasına karşın, kendilerinin büyük bir sorumluluk aldıklarını ve dünya çapında öncü özelliklere sahip bir tesisi Türkiye'ye kazandırdıklarını dile getirdi. "Sadece Ford Otosan için değil, Ford'un global projeleri için de çalışacak olan tesislerimiz, sektörümüz ve ülkemiz için çok büyük önem taşıyor. Gölcük fabrikamızdaki Motor Test Merkezi'miz, Automotive Testing Technology International dergisi tarafından 2013 yılının test merkezi seçildi. Bu ödül hem Ford'un dünya çapındaki tesisleri, hem de Türkiye'deki tesisler için bir ilk olarak bizi gururlandırdı" diyen Yenigün, motor üretimindeki hedeflerini şu sözlerle açıkladı: "Ford Otosan'ın Gebze'deki mühendislik merkezinde yaptığımız, motor ve aktarma organları ürün geliştirme çalışmalarındaki kalitemizi, bu yeni yatırımlarımız sayesinde artırılmış test kapasitesi ve gelişkin teknolojilerimizle bir üst aşamaya taşıyacağız."

3 Milyon Euro

FORD OTOSAN İKİNCİ MOTOR TEST MERKEZİ YATIRIM BEDELİ

Fiat Doblo Cargo ve Fiorino'ya Prestij Ödülü

TOFAŞ'IN BURSA FABRİKASI'NDA ÜRETİP TÜM DÜNYAYA İHRAÇ ETTİĞİ FIAT DOBLO VE FIORİNO, OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN EN PRESTİJLİ ÖDÜLLERİ ARASINDA GÖSTERİLEN "MOTOR TRANSPORT AWARDS 2014" VE "VAN FLEET WORLD HONOURS 2014" TEN ÖDÜL ALDI.



Türkiye'de Tofaş tarafından üretilen Fiat'ın hafif ticari araç modelleri Doblo Cargo ve Fiorino, İngiltere'de ticari araçlar için düzenlenen organizasyonlarda iki ayrı prestijli ödül kazandı. Fiat Doblo'nun Cargo modeli, otomotiv sektöründe kara-nakil araçları kategorisinin en önemli ödülü kabul edilen "Motor Transport Awards" kapsamında "Yılın Filo Van"ı

kategorisinde büyük ödülü kazanırken, Fiat Fiorino "Van Fleet World Honours 2014" jürisi tarafından "En Hafif Van" olarak ödüllendirildi.

2010 yılında pazara sunulan Fiat Doblo Cargo, çok yönlülüğünden ve pratiklikten ödün vermeden işletme maliyetlerini azaltmak isteyen geniş filoların yanı sıra küçük ticari işletmeler ve kamu kurumları tarafından da tercih ediliyor.

Her yıl gerçekleştirilen "Van Fleet World Honours" için adaylar, otomobil üreticileri, hizmet tedarikçileri ve sektörde benzersiz başarıları imza atmış bireysel kullanıcılar tarafından değerlendiriliyor. Değerlendirme sürecinde, "Van Fleet World" yayın kurulu kararı, kurumsal taşıt yönetimi ve sektördeki kiralama ve danışma şirketlerinden elde edilen veriler bir araya getiriliyor.

Müşteri Memnuniyetinin Birincisi Yine Aygaz

TÜRKİYE KALİTE DERNEĞİ'NİN (KALDER) 2014 YILININ İLK ÇEYREĞİNE İLİŞKİN AÇIKLADIĞI TÜRKİYE MÜŞTERİ MEMNUNİYET ENDEKSİ (TMME) ARAŞTIRMASI'NDA AYGAZ, LPG DİSTRİBÜTÖRLERİ SEKTÖRÜNDE 5. KEZ MÜŞTERİLERİNİ EN MEMNUN EDEN MARKA OLDU.

Türkiye Kalite Derneği (KalDer) ve uluslararası araştırma şirketi KA tarafından gerçekleştirilen Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) Araştırması'nın 2014 yılı ilk çeyrek sonuçları açıklandı. 81 ilde 6 bin 38 tüketicisiyle yapılan araştırmanın sonucunda Aygaz, Mogaz ve Lipetgaz markaları tüketiciler tarafından en beğenilen markalar olarak seçildi.

Koç Topluluğu'nun enerji sektöründe faaliyet gösteren ilk şirketi olan Aygaz, TMME Araştırması'nda 84 puan alarak müşteri memnuniyetinde LPG distribü-

törleri sektörünün lider markası oldu. Son üç yıldır bu araştırmada ardı ardına aldığı birinciliklerle başarısını taçlandıran Türkiye'nin 10 büyük sanayi kuruluşu Aygaz, 2005 yılından bu yana 5. kez müşterilerini en memnun eden marka oldu.

Aygaz Genel Müdürü Yağız Eyüboğlu, kurulduğu 1961 yılından bu yana sektörde öncü olan Aygaz'ın müşteri memnuniyetindeki sürdürülebilir başarısını şu sözlerle değerlendirdi: "Aygaz olarak, tüm ürün ve hizmetlerimizi tüketicinin



talep ve ihtiyaçları doğrultusunda sürekli yeniliyoruz. Sektörümüzde tüketiciler tarafından en çok tercih edilen marka olma başarısının ardında bayilerimizin, çalışanlarımızın, hissedarlarımızın, tedarikçilerimizin ve diğer tüm paydaşlarımızın emeği var. Tüketicilerimizin markalarımıza gösterdiği bu ilgi, sunduğumuz ürün ve hizmetleri daha da geliştirmemizde bizlere büyük güç veriyor."

FİNANS

Yapı Kredi'den Yeni Nesil Bankacılık Platformu: Nuvo

YAPI KREDİ, TEMEL BANKACILIK İHTİYAÇLARINI, HIZLI VE KOLAY ŞEKİLDE KARŞILAMAYA YÖNELİK YENİ NESİL BANKACILIK PLATFORMU NUVO'YU HİZMETE SUNDU.

Çalışan gençler, üniversite öğrencileri ve teknolojiyi hayatının her alanında kullanmayı tercih edenler için tasarlanan NUVO, temel bankacılık işlemlerini çok daha hızlı, formalitesiz ve avantajlı biçimde gerçekleştirme imkânı sağlıyor. Kendi internet sitesi ve mobil kanalları üzerinden hizmetlerini sunacak olan NUVO'ya şubeye gitmeye gerek kalmadan sadece internet ve mobil üzerinden başvuru yaparak anında üye olunabiliyor. Tam

70 yıldır sektörü şekillendiren pek çok yeniliğe imza attıklarını belirten Yapı Kredi CEO'su Faik Açıkalın hazırlanan yeni ürünle ilgili: "Müşteri odaklı bankacılık anlayışımızla altına imza attığımız yeniliklere bugün bir başkasını ekliyoruz. 70 yıl boyunca her yeni neslin bankası olmayı nasıl başardıysak, bugün de dijital çağın gerektirdiği dönüşüme yepyeni bir anlayış getirerek öncülük etmeye hazırlanıyoruz" dedi.



FİNANS

En İyi Portföy Yönetim Şirketi: Yapı Kredi Portföy

YAPI KREDİ PORTFÖY'ÜN PORTFÖY YÖNETİMİ ALANINDAKİ BAŞARISI ULUSLARARASI PRESTİJE SAHİP YAYINLARIN ÖDÜLLERİ İLE TAÇLANIYOR.

Yapı Kredi Portföy, Avrupa'nın önde gelen prestijli ve bağımsız yayın kuruluşlarından World Finance Magazine tarafından "Türkiye'nin En İyi Portföy Yönetim Şirketi" seçildi. Yapı Kredi Portföy geçtiğimiz aylarda da aynı kategoride yine finans dünyasının önemli yayın kuruluşlarından biri olan EMEA Finance Magazine'in ödülüne layık görülmüştü.

Uluslararası derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings tarafından verilen en yüksek notu bu yıl bir kez daha teyit edilen Yapı Kredi Portföy, bu ödüllerde ise yatırım performansı, pazar payı, yönetilen portföy büyüklüğü, sektöründeki lider konumu,



risk yönetimi ve yatırım süreçlerindeki başarıları gibi çeşitli kriterlere göre değerlendirilerek ödüle hak kazandı.

Ödül sonrası bir değerlendirme yapan Yapı Kredi Portföy Genel Müdürü Emir Alpay, "Uluslararası arenada prestij sahibi iki farklı yayın kuruluşu tarafından Türkiye'nin en iyi portföy yönetimi şirketi seçilerek bu alandaki başarımız uluslararası alanda

tescillenmiş oldu." şeklinde konuştu. Geçtiğimiz yıl Fitch Ratings tarafından yöneticisi oldukları dört yatırım fonu ve üç emeklilik fonuna verilen yüksek fon kalitesi notu ile Türkiye'de bir ilke daha imza attıklarını belirten Alpay, "Bu ödüller ile başarılı performansımız, uluslararası standartlardaki şeffaflığımız ve kredibilitemiz katlanarak artıyor. Uluslararası arenada üst üste aldığımız bu başarılı sonuçlar ile müşterilerimize uluslararası standartlarda hizmet ayrıcalığını sunmanın gururunu yaşıyoruz. Bundan sonra da yatırımcılarımızın ihtiyaç ve beklentilerine uygun yeni ürün ve hizmetlerimizle başarılarla imza atmaya devam edeceğiz." dedi.

Koç Holding'ten Ücretsiz ve Sertifikalı Kariyer Eğitimi

KOÇ HOLDİNG'İN KARIYER SİTESİ KOCKARIYER.COM YENİLENDİ. İŞ HAYATININ İŞLEYİŞİNE VE BİREYSEL GELİŞİME YÖNELİK ONLINE EĞİTİM FIRSATI SUNULAN SİTEDE, KOÇ HOLDİNG VE KOÇ TOPLULUĞU ŞİRKETLERİ HAKKINDA DA AYRINTILI BİLGİLER İLE İŞ VE STAJ FIRSATLARI YER ALIYOR.

Koç Holding, merhum Vehbi Koç'un "En önemli sermayemiz insan kaynağımızdır" sözünden hareketle insan kaynakları alanında da fark yaratan çalışmalara imza atıyor. Geçtiğimiz yıl yeni İK uygulamaları ile art arda uluslararası ödüller alan Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörlüğü'nün, Topluluk bünyesinde iş ve staj fırsatlarını sunan adresi kockariyer.com hem arayüzü hem de içeriği ile yeniledi. Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörlüğü, kockariyer.com üzerinden iş hayatında kendini geliştirmek isteyenler için ilk aşamada 10 farklı eğitim sunuyor. Eğitimlerin sonunda yer alan sınavları başarıyla tamamlayanlar Koç Holding tarafından CV'lerinde kullanabilecekleri sertifikalara sahip olacak.



TOPLUMSAL SORUMLULUK



Gençlerin Çevre Konusunda Bilinçlendirilmesine Destek

DENİZTEMİZ DERNEĞİ (TURMEPA) TARAFINDAN DÜZENLENEN MASMAVİ DENİZ KAMPI'NDA TÜRKİYE'NİN 8 İLİNDEN GELEN 9-14 YAŞ ARASINDAKİ 80 ÇOCUK İLE 18-25 YAŞ ARASINDAKİ 60 GENÇ ÜCRETSİZ AĞIRLANDI.

"Zaman Tüneli İstanbul" temasıyla düzenlenen deniz eğitim kampında, kampçılar kıyıları temizlerken Koç Topluluğu Arama Kurtarma Ekibi'nce çocuk ve gençlere, Temel Afet Bilinci Eğitimi verildi. Kampıta, çocuklar ve gençler İstanbul Boğazı'nın sorunlarına

dikkat çekmek adına ve kentin 3 bin yıllık tarihi ile korunması gereken ekosistemi için çalıştı. İstanbul Milli Eğitim Müdürlüğü işbirliğiyle Mavi Kuşak Hareketi-İstanbul Boğazı Projesi kapsamında ekosistem eğitimlerinin de verildiği kamp, 26 Temmuz'da sona erdi.



Dev Bütçeler Sahaya Çıkıyor

Geçmişte toplumsal dirençleri etkilemenin bir aracı olarak da kullanılan futbol günümüzde bundan tamamen uzakta bir endüstrinin adı haline geldi. Kendi başına bir ekonomi yaratan futbol konusunda en yaygın kanı anavatanın İngiltere olduğudur. Aslında MÖ. 3000'li yıllardan itibaren antik uygarlıklarda ayakla oynanan top oyunlarının olduğu biliniyor. Hatta Mısır'daki mezar duvarlarında top oynayan insan figürlerine de rastlanıyor. İşte bu kadar uzun bir tarihi olan; milyonlarca izleyiciyi stadlara, televizyonlara bağlayan futbol günümüzde dev bir ekonomi oluşturuyor. Elbette yine de modern futbolun dünyaya ve Türkiye'ye yayılmasını sağlayan ülkenin İngiltere olduğu gerçeği göz ardı edilemez. Burada ünlü Fransız düşünür Jean Wahl, "Futbolun yayılımını sağlayanlar İngiliz ekonomik yayılımının aktörleridir" der ve Sanayi Devrimi'nin de

DÜNYANIN EN İLGİ ÇEKEN SPORDALI OLAN FUTBOL, KİTLESEL BİR CAZİBE MERKEZİ OLURKEN OLUŞTURDUĞU EKONOMİ SPONSORLARIN YANI SIRA MEDYA VE TEKSTİL GİBİ BİRÇOK SEKTÖRÜN DE İLGİ ODAĞI OLDU. BUGÜN FUTBOL ENDÜSTRİSİNİN BÜYÜKLÜĞÜ 150 MİLYAR EUROYA ULAŞIRKEN, SEKTÖR 1 MİLYAR İNSANA DOĞRUDAN YA DA DOLAYLI İSTİHDAM SAĞLIYOR.

ANALİZ

EKONOMİ EDITÖRÜ FİGEN AYPEK AYVACI

başlangıç noktası olan İngiltere'nin futbolu da bir ekonomik araç gibi dünyaya sunduğuna dikkat çeker.

Modern futbol belki İngiltere'den çıkmıştır ama bütün dünya Brezilyalı futbolculara hayranlık duyar. Pelé, Socrates, Roberto Carlos, Ronaldo gibi isimleri futbolla ilgilenmeyenler bile yakından tanır. Birçok Brezilyalı futbolcu, aktif spor yaşam-

larının büyük bölümünü başta Avrupa olmak üzere yurt dışında sürdürerek hem hatırı sayılır gelirler elde etti hem de Brezilya'nın ekonomisine katkıda bulundu. Öyle ki, 30 milyon lisanslı futbolcunun top koşturduğu Brezilya, "futbolcu ihracatı"ndan bugün yıllık 100 milyon dolar gelir elde eder hale geldi. Üstelik bu rakama futbolcuların ülkelerine transfer ettikleri kişisel gelirleri dahil değil.



Dünyada futbol ekonomisinin büyüklüğü 150 milyar doları bulurken Türkiye’de futbol endüstrisinin büyüklüğü 585 milyon euroyu aştı.

3 milyon adet de bilet basılmıştı. Bu yılki organizasyonda ise bilet fiyatları ortalama 90 dolar oldu ve Güney Kore’de gerçekleşen organizasyona göre daha fazla bilet satıldı.

BÜTÇELER HER GÜN BÜYÜYOR

Bugün dünyada futbol ekonomisinin büyüklüğü 150 milyar euro civarında. Futbol, tekstilden medyaya birçok sektörün canlanmasına ve kalkınmasına destek oluyor. Formaların üretiminde, taraftarlara satılan lisanslı takım ürün-

lerinde, naklen yayınlarda, sponsorluk anlaşmalarında, futbolcu ve teknik direktör transferlerinde dev bütçeler konuşuluyor ve bunların hepsi küreselleşen futbol endüstrisini oluşturuyor.

32 ülkenin katıldığı Dünya Kupası’nda takımların toplam piyasa değerinin 6.58 milyar euroya ulaştığı tahmin ediliyor. Ev sahibi Brezilya’nın piyasa değeri 467 milyon euroya ulaşırken, turnuvanın en pahalı takımı, erken vedasıyla şaşırtan 622 milyon euroluk İspanya oldu. Futbol ekonomisinin Avrupa’daki büyüklüğü ise 15 milyar doları aştı.

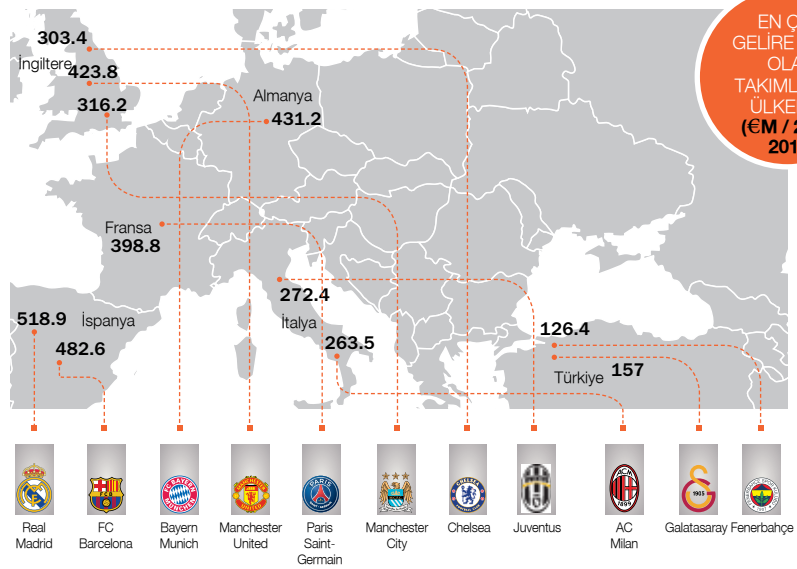
FUTBOLUN TÜRKİYE TARİHİ

Osmanlı İmparatorluğu’nun son yıllarında İstanbul ve İzmir’de yaşayan İngilizlerin bu topraklarla tanıştırdığı futbolun, amatör bir spordan ekonomik değer yaratan bir sektöre dönüşmesi 1951’de profesyonelliğin kabul edilmesine kadar uzanıyor. Diğer spor dallarına göre endüstrileşmeye hızla ayak uyduran futbolun Türkiye’de kentler arasında yaşanan sosyo-

Ancak futbol, gelirleriyle olduğu kadar özellikle son bir yılda giderleriyle de Brezilya’nın sosyoekonomik görünümüne damgasını vurdu. 2014 Dünya Kupası’na ev sahipliği yapan Brezilya’da hazırlıklar sırasında yapılan harcamalar, halkın bir bölümü tarafından tepkiyle karşılandı ve bütün bir yıla yayılan toplumsal gösteriler yaşandı. Brezilya’nın Dünya Kupası’na ev sahipliği yapabilmek için 10 milyar euro harcama yaptığı belirtiliyor. Her ne kadar sambacılar harcanan paranın büyüklüğüne tepki göstermiş olsa da, Brezilya’nın bu turnuvadan elde ettiği gelirin 51 milyar dolar olduğu tahmin ediliyor. Organizasyonu ev sahibi ile birlikte gerçekleştiren Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği (FIFA) ise bu Dünya Kupası’ndan 4 milyar dolar kazandı. 2010 yılında Güney Kore’deki Dünya Kupası’nı 3.1 milyon kişi izlerken

TÜRKİYE’DEN İKİ FUTBOL KULÜBÜ EN ZENGİN TAKIMLAR ARASINA GİRDİ

Dünyanın en zengin futbol kulüplerine İngiltere sahipken bu listeye Galatasaray 16. sıradan, Fenerbahçe ise 18. sıradan dahil oldu.



ekonomik rekabetin arenasına haline geldiği de zaman zaman görülüyor. Bugün Türkiye'de futbol ekonomisinin değeri 500 milyon euro civarında ve yakın bir zamanda bu rakamın 1 milyar euroyu bulacağı tahmin ediliyor. Geliri ortalama olarak 1 milyar TL olan Türkiye'deki dört büyük takımın gelirlerinin %32'si yayın haklarından, %31'i stadyum gelirlerinden, %22'si reklam ve sponsorluktan, %15'i ise lisanslı taraftar ürünlerinden oluşuyor. Dünya arenasında ise en zengin 20 futbol takımı arasında Türkiye'den de iki kulüp yer alıyor. Galatasaray 16. sıradan listeye girerken Fenerbahçe listenin 18. sırasında yer alıyor. Dünya Kupası finallerinde ise Türkiye sadece iki kez yer alabildi. 1954 yılında ve 2002 yılında Dünya Kupası'nda top koşturan Türkiye 2002 yılında yarı final kadar çıkmayı başardı ve 3. olarak turnuvayı tamamladı. 2000'li yıllardan sonra Türkiye'nin Dünya Kupası'nda elde ettiği başarı ile birlikte Türk futbolunun ekonomisinin grafiği de yükselişe geçti. 2000 yılında 150 milyon dolarlık futbol geliri üreten Türkiye'de bugün bu rakam 600 milyon dolara kadar yükseldi ve 10 yılda neredeyse %300'lük bir gelir artışı yaşandı. Türkiye artık Avrupa'nın 6. büyük futbol ekonomisine sahip bir ülke.

BEKO, FC BARCELONA'YA SPONSOR OLDU

Uluslararası denetim firması Deloitte'un her yıl yapmış olduğu "Futbol Para Ligi" araştırmasına göre ilk 20 kulübün gelirleri geçtiğimiz yıla göre %8 oranında artarak 5.4 milyar euro oldu. Bir önceki sezonda ise bu rakam 5 milyar euroydu. Galatasaray ve Fenerbahçe'nin de içinde bulunduğu bu listede Real Madrid her zamanki gibi listenin başında bulunuyor ve 9 yıldır da birinciliğini koruyor. Toplam 518.9 milyon euro gelir elde eden Real Madrid bu başarısı ile daha önce 8 yıldır aralıksız listenin başında olmayı başaran Manchester United'in rekorunu da geçmiş oldu. Listenin ikinci sırasında ise 482.6 milyon euro



Beko, FC Barcelona ile dünya çapında iki markayı bir araya getiren dört yıllık bir ortaklığa imza attı.



Futbol, tekstilden medyaya birçok sektörün canlanmasına ve kalkınmasına destek oluyor.

gelirle FC Barcelona takımı yer alıyor. Messi'li, Neymar'lı Barcelona'ya 1 Temmuz'dan itibaren ise Batı Avrupa'nın 2. büyük beyaz eşya markası Beko sponsor oldu. Beko'nun lansmanı yapılan yeni logosu 4 yıl boyunca FC Barcelona'nın yeni formasının sol kol kısmında ve antrenman kitlelerinin üzerinde yer alacak. Bir futbol kulübünden daha fazlası olan Barça'nın her daim kendisini yenilemeye odaklanan Beko ile yaptığı sponsorluk anlaşması Nike ve Qatar Airways ile yaptığı sponsorluk anlaşmasından sonra 3. en büyük sponsorluk anlaşması olarak görülüyor.

Türkiye'den iki takımın da Futbol Para Ligi listesinde yer alıyor olması Türk futbolu için bir prestij konusu oldu. Listeye göre Galatasaray 157 milyon euroluk gelire sahipken Fenerbahçe'nin geliri ise 126.4 milyon euro olarak gerçekleşti. Öte yandan ülkeler bazında

baktığımızda ise en çok gelire sahip takımlardan 6'sı İngiltere'den çıkarken 4'er tanesi İtalya ve Almanya'dan, 3'ü İspanya'dan, 2'si Türkiye'den ve 1 tanesi de Fransa'dan çıktı.

1 MİLYAR KİŞİYE İSTİHDAM SAĞLIYOR

Böyle büyük sponsorlukların, dev medya gelirlerinin konuşulduğu futbol endüstrisine dair yapılan incelemeler gelecek yıllarda da herhangi bir düşüşün yaşanmayacağı sinyalini verirken futbol ekonomisinin daha da büyüyeceği yönünde görüşler hakim. Özellikle naklen yayın gelirleri futbol ekonomisinin önemli bir parçasını oluşturuyor. Dünya Kupası, UEFA, Avrupa Şampiyonası gibi dev bütçeli organizasyonlar da küresel futbol ekonomisinin katlanarak büyümesini sağlarken organizatör ülkeler için de önemli bir gelir kaynağı oluşturuyor. Büyük futbol organizasyonlarının gelir etkisinin yanı sıra, büyümeyi de doğrudan etkilediğine yönelik araştırmalar bulunuyor. Öte yandan kulüpler birer şirket gibi faaliyet gösteriyor ve borsaya kote olarak işlem görüyorlar. Her transfer döneminde futbol endüstrisinin büyüklüğü 200 milyar dolara ulaşıyor ve sektörde bugün 1 milyar insan istihdam ediliyor. Transferlerle, borsa işlemleriyle, tekstil ürünleriyle, oluşturduğu istihdamla, futbol günümüzde çoktan küresel bir ekonomi koluna dönüştü.

TÜLİN KARABÜK

Arçelik Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

“MARKA BİLİNLİRLİĞİMİZİN PEKİŞECEĞİNE İNANIYORUZ”

FC Barcelona dünyanın en çok sevilen, takip edilen ve taraftara sahip olan futbol kulüplerinden bir tanesi. Beko da 100’den fazla ülkede faaliyet gösteren ve dünyanın en hızlı büyüyen küresel markaları arasında yer alıyor. Bu doğrultuda uzun vadeli iş ortaklığımızın her iki kuruma da birçok alanda önemli katkı sağlayacağına inanıyoruz.

İnancımız, uluslararası alandaki marka bilinirliğimizin FC Barcelona’nın sahip olduğu kanallar ve dünya çapındaki erişim olanakları aracılığıyla fazlasıyla pekiştirileceği yönündedir. Bunun yanı sıra, FC Barcelona’nın tıpkı Beko gibi her zaman kendini yenilemeye odaklanan ve takipçilerinin nezdinde ‘bir kulüpten daha fazlası’ olmayı başaran bir kurum olduğunu biliyoruz. Dolayısıyla, birçok aynı değeri paylaştığımız FC Barcelona kulübü ile ortaklaşa gerçekleştireceğimiz yenilikçi projeler de Beko’nun marka değerini bir üst seviyeye taşıyacak ve marka itibarına ciddi bir fayda sağlayacaktır.

Spor, Beko’nun marka hikâyesi ve kimliği ile oldukça özdeşleşen bir olgu. Beko daha iyiye ulaşma yolunda insanların ve sporun fark yaratacak gücüne inanıyor ve spor aracılığıyla toplumsal



gelişimi destekliyor. Bu nedenle, sporu kişiler ile duygusal bağ kurma ve yeni nesillere ilham verme konusunda güçlü bir araç olarak değerlendiriyoruz. Bu nedenle önceliğimizi spor alanına vermeyi tercih ediyoruz ve birçok spor dalına destek veriyoruz.

Bu doğrultuda, uzun süren bir çalışma sonucunda önümüzdeki dönem global

spor stratejilerimizi belirledik ve ilk olarak FC Barcelona anlaşması ile bu stratejiyi hayata geçirdik.

GÖRÜŞMELER YAPICI VE OLUMLUYDU

FC Barcelona ile görüşmelere başladığımız ilk günden itibaren süreç oldukça yapıcı ve olumlu ilerledi. Aynı vizyon ve değerleri paylaşan iki kurum olarak doğru bir birliktelik ve iş ortaklığı olduğuna inanıyorduk. Bu doğrultuda, her iki tarafın da anlaşmadan azami fayda sağlaması için gereken her türlü çalışma yapıldı.

Örneğin, daha önce hiçbir ticari markaya formasının kolunda yer veremeyen FC Barcelona kulübü, Beko için bu geleneğine son vermiştir. Katalonya bölgesinin en güçlü temsilcisi olarak kendilerini adeta bir milli takım olarak gördükleri ve dolayısıyla formalarını kutsal saydıkları göz önüne alındığında bu konuda gösterdikleri tutum bizler için çok önemliydi. Her ne kadar kendilerini ikna etmek uzun görüşmeler sonucunda mümkün olmuş olsa da, uzun vadeli ortaklık niyetimiz ve temsil ettiğimiz değerlerin paylaşılması bu konuda ortak noktada buluşmamızı sağladı.

Genel olarak FC Barcelona’nın kurumsal yapısı ve son derece profesyonel yaklaşımı süreç boyunca bizleri etkileyen ve memnun eden bir diğer önemli noktaydı.

TUĞRUL AKŞAR

Dünya Gazetesi Yazarı

“BEKO’YA GERİ DÖNÜŞÜ YÜKSEK OLACAK”



Barcelona sahip olduğu 482.6 milyon euroluk geliriyle Real Madrid’den sonra Avrupa’nın en fazla gelir elde eden ikinci kulübü. Yine ünlü finans dergisi Forbes’ın 2014 itibarıyla yaptığı Dünya’nın en değerli kulüpleri sıralamasına göre de 3.2 milyar dolarlık piyasa değeriyle Dünya’nın en değerli 2. kulübü konumunda. Yine, sportif performans olarak 132 bin puanla Avrupa’nın en başarılı 2. kulübü durumunda. Sonuç itibarıyla, Barcelona sportif ve mali anlamda Avrupa’nın ve Dünya’nın en değerli kulüplerinden birisi. Tüm dünyada

yaygın taraftar tabanı ve bilinirliği ile marka olmuş çok değerli bir kulüp. Günümüzde sponsorlar, kulüplerin marka değerleri ve tanınırlıklarıyla kendi markalarını sinerjik olarak bir araya getirmeye çalışıyorlar. Beko’nun da Türkiye’nin çok az sayıdaki uluslararası markalarından birisi olarak, bu denli tüm dünyada bilinen, tanınan bir dünya markasıyla sportif ve mali bir ilişkiye geçmesi çok önemli. Bunun yaratacağı etkinin Beko’ya geri dönüşünün daha yüksek olacağını düşünüyorum. Geçen senelerde Türk Hava Yolları’nın aynı stratejiyle Manchester United ve Barcelona’ya sponsor olması, süreç içinde THY’ye reputasyon anlamında çok önemli katkılar sağladı. Bu nedenle bu anlaşmayı ben çok stratejik ve önemli bir sözleşme olarak değerlendiriyorum.



Türkiye, Daralan Orta Doğu'yu AB ile Aşacak

ANALİZ
EKONOMİ EDITÖRÜ
CENKSARIOĞLU

TÜRKİYE EKONOMİSİ 2009'DA AVRUPA PAZARINDAKİ KAYBINI ORTA DOĞU İLE KAPATMIŞTI. ŞİMDİ ORTA DOĞU'DA YAŞANAN DARALMANIN, YENİDEN CANLANAN AVRUPA BİRLİĞİ İLE AŞILMASI PLANLANIYOR. RAKAMLAR DA BU GELİŞMEYİ DESTEKLİYOR. AB'YE İHRACAT, KRİZ ÖNCESİ SEVİYELERİNİ YAKALADI. DAHA DA İYİ OLAN HABER İSE AVRUPALILARIN ÖZELLİKLE TÜRK ÜRÜNLERİNİ TERCİH EDİYOR OLMASI.

Amerika Birleşik Devletleri'nde 2008 yılında konut fiyatlarında yaşanan büyük düşüş sonrası subprime kredi piyasasının çökmesiyle başlayan ekonomik krizin tüm dünyayı etkisi altına alması çok sürmedi. AB üyeleri krizi

başlangıçta ABD'nin sorunu olarak algılamayı tercih etseler de İspanya ve Almanya gibi birliğin büyük ekonomileri etkilenince durumun vahameti daha anlaşılır oldu. Mart 2009'da Yunanistan, İspanya, Fransa ve İrlanda'yı

açıkları nedeniyle uyararak AB Komisyonu bir yandan da Birliğin bazı küçük üyelerine yönelik kurtarma paketlerini onaylıyordu. 2009 yılının sonuna doğru "Kriz sanki atlatılıyor" algısı oluşmaya başlamıştı ki önce Yunanistan'dan,



ardından Portekiz'den kötü haberler gelmeye başladı. Özellikle Yunanistan'da kamunun bütçe açıklarının AB'ye bildirilenin çok üzerinde olduğu, birçok veride tahrifat yapıldığı ortaya çıkınca kredi derecelendirme kuruluşları devreye girdi ve ülkenin notu Nisan 2010'da "çöp" seviyesine indi. Mayıs'ta IMF uzun yıllar sonra bir AB ülkesine yardım için devreye girdi. Kriz sürecinde Yunanistan, İtalya, İspanya, İrlanda, Fransa, Romanya ve Bulgaristan'da hükümetler değişti, paketler onaylandı, bankalar kurtarıldı... Bu dönemde birçok AB üyesi ülke vatandaşı da yeni vergilerle tanıştı, geliri azaldı, işini kaybetti.

KRİZDEKİ AB'YE İHRACAT 16 MİLYAR DOLAR AZALDI

İhracatının yansını yaptığı, doğrudan yabancı yatırımlarının ise neredeyse dörtte üçünü sağladığı Avrupa Birliği'ndeki bir ekonomik krizin Türkiye'yi

de etkilemesi kaçınılmazdı, nitekim öyle de oldu. Türkiye'nin AB'ye ihracatı kriz öncesi dönemde sürekli artarak 2008'de 63,7 milyar dolara ulaştıktan sonra krizin de etkisiyle 2009'da bir anda 47,2 milyar dolara indi. Toplam ihracat içinde AB'nin payı da 2006 ve 2007'deki yüzde 56'yı aşan seviyelerden 2008'de yüzde 48'e, 2009'da yüzde 46'ya geriledi. AB ülkelerinin büyük ağırlığının olduğu doğrudan yabancı sermaye yatırımlarında ise daha dramatik bir düşüş yaşandı. 2007'de 22 milyar dolarla rekor kıran, 2008'de 19,5 milyar dolara ulaşan doğrudan yatırımlar 2009'da 8,4; 2010'da ise 9,5 milyar dolarda kaldı.

Bu dönemde Orta Doğu ve Kuzey Afrika'nın yanı sıra Batı Afrika, Güneydoğu Asya ve Latin Amerika gibi bölgelerin ihracattaki paylarında iki kata varan artışlar yaşandı. Örneğin Orta Doğu'nun 2007'de yüzde 14 olan ihracattaki payı 2011'de yüzde 20'ye yükseldi. Aynı dönemde Kuzey Afrika'nın payı yüzde 3,8'den yüzde 5'e; Diğer Asya'nın payı yüzde 3,7'den 5,7'ye, Diğer Afrika'nın payı 1,8'den 2,8'e çıktı. Doğrudan yatırımlarda da benzer bir süreç yaşandı. Avrupa'nın doğrudan yatırımlar içindeki payı 2009'daki yüzde 83,7 seviyesinden 2013'te yüzde 62,8'e gerilerken aynı dönemde özellikle Körfez ülkelerinden gelen doğrudan yatırımlarla birlikte Orta Doğu'nun payı 2009'daki yüzde

5,6 seviyesinden 2013'te yüzde 25,14'e yükseldi. Ne var ki 2010'da başlayan; 2011'den itibaren daha sıcak hissedilen Orta Doğu ve Kuzey Afrika'daki "Arap Baharı" eylemleri, bu ülkelerin ekonomilerini istikrarsızlaştırdı. Bunun sonucunda 2012 yılında 42,4 milyar dolara kadar yükselmiş olan Orta Doğu'ya ihracat 2013'te 35,6 milyar dolara geriledi.

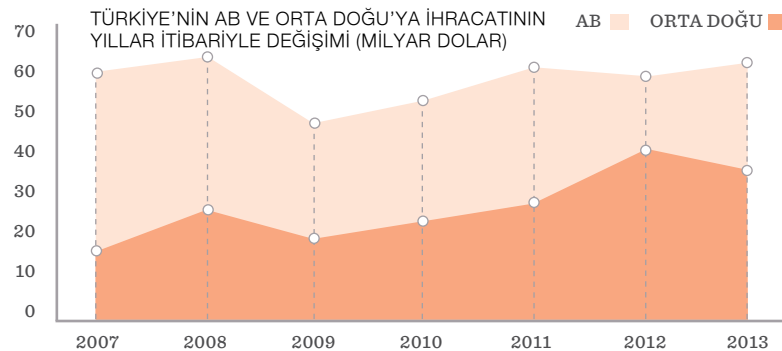
Orta Doğu ihracatına yönelik son darbe de Suriye'deki çatışmalarda adını duyuran Irak Şam İslam Devleti adlı örgütten geldi. Suriye'nin ardından, Türkiye'nin en büyük ikinci ihracat pazarı olan Irak'ta da etkili olmaya başlayan örgüt geçtiğimiz haziran ayında Musul ve çevresini denetimi altına aldı. Irak'ta yaşanan bu gelişme, kaçınılmaz olarak ihracata da yansıdı ve haziran ayında Irak'a ihracat yüzde 21 oranında azaldı. Irak'a ihracattaki düşüşün IŞİD'in Musul'u ele geçirmesinin ardından başlayan olaylardan kaynaklandığını doğrulayan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Irak etkisi olmasaydı haziran ihracatındaki artışın 2,5 puan daha fazla olacağını açıkladı.

2014 İHRACAT HEDEFLERİNE AVRUPA "RÜZGAR" DESTEĞİ

Haziran ayı ihracat rakamlarını açıklayan TİM Başkanı Büyükekşi, kaybı yeni alternatif pazarlardaki performansla telafi edeceklerini belirterek, "Nasıl ki 2009'da Avrupa pazarındaki

AB'YE İHRACAT ARTARKEN ORTA DOĞU GERİLEDİ

2013 yılında Türkiye'nin AB'ye ihracatı 63,1 milyar dolarla kriz öncesi seviyesini yakaladı. Orta Doğu'ya ihracatı ise, 6,8 milyar dolar azaldı.



Kaynak: TİM

krizi Orta Doğu ile aştıysak şu anda Orta Doğu'da yaşanan daralmayı da canlanan Avrupa Birliği pazarı ile telafi edeceğiz" dedi.

Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Sabri Ünlütürk de, özellikle Avrupa Merkez Bankası'ndan gelen ek parasal genişlemeyle birlikte AB'nin büyümesi ve artan iç taleple, birlik ithalatının hızlanmasını beklediklerini, 2014 yılının ikinci yarısının daha başanlı geçmesini umduklarını vurguladı. Ünlütürk, "İhracatta yeni bir Avrupa rüzgârı yakaladık. Bu rüzgâr sayesinde 2014 yılı hedeflerimize kolaylıkla ulaşacağımızı öngörüyoruz" dedi.

Rakamlar da Büyükeksi ve Ünlütürk'ün öngörüsünü doğrular nitelikte. 2013'te Orta Doğu'ya ihracat 42,4 milyar dolardan 35,6 milyar dolara gerilerken, AB'ye ihracat kriz öncesi seviyesini yakaladı ve 63,1 milyar dolara ulaştı. Bu yılın ilk altı aylık döneminde de Avrupa Birliği ülkelerine



ihracatımız 2013 yılının aynı dönemine göre yüzde 14,1 artarak 34 milyar 432 milyon dolar düzeyinde gerçekleşti. AB'nin genel ihracatımızdan aldığı pay da haziran ayı itibarıyla yüzde 46,4 oldu. 2013 yılının haziran ayında bu oran yüzde 43,2'ydi. İlk altı aylık dönem incelendiğinde de benzer bir

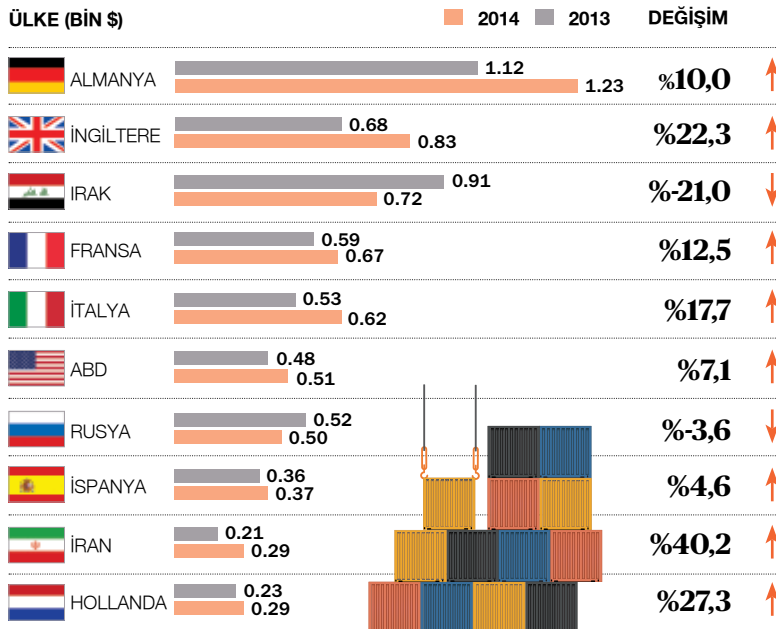
Olumlu bir performans sergileyen otomotiv sektörü, bu grafiği AB ihracatında da devam ettiriyor.

tablo ortaya çıktı. 2013 yılının ilk altı ayında yüzde 42,3 olan genel ihracat içindeki AB'nin payı bu yılın ilk altı aylık döneminde yüzde 45,3'e yükseldi.

HAZİRAN'DA İNGİLTERE 2.'LİĞE YÜKSELDİ

Haziran ayında Türkiye'nin ikinci büyük pazarı Irak'a ihracat yüzde 21 azalınca İngiltere Almanya'nın ardından ikinci sıraya çıktı.

HAZİRANDA EN ÇOK İHRACAT YAPILAN 10 ÜLKE (BİN DOLAR)



Kaynak: TİM

AVRUPA'NIN DEVLERİNE OTOMOTİV İHRACATINDA BÜYÜK BAŞARI

Yılın ilk yarısında olumlu bir ihracat performansı sergileyen otomotiv sektörüne göre de bu başarının ardında Avrupa Birliği'ndeki olumlu ekonomik gelişmeler yatıyor. İlk altı aylık dönemde ihracatını yüzde 11,1 artırarak 11 milyar 717 milyon dolara yükselten otomotiv sektörünün haziran ihracatı da yüzde 12,8'lik yükselişle 2 milyar 31 milyon 817 bin dolara çıktı. 2013 Mart ayından bu yana 15 aydır sürekli artışla büyümede sürdürülebilir bir ivme yakaladıklarını belirten Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği Başkanı Orhan Sabuncu, "Sürdürülebilir büyümemizden en büyük etken AB ülkelerindeki olumlu ekonomik gelişmelerin sağlanması. Bu bizim arka arkaya dört ay boyunca 2 milyar doların üzerinde ihracat yapmamızı sağladı. Özellikle otomotivin kalbi kabul ettiğimiz Almanya'ya ve bunun yanı sıra Fransa, İngiltere gibi ülkelere de yüksek oranlarda ihracat artışı gerçekleştirmemiz otomotiv endüstrimizin özgüvenini artırıyor, geleceğine ışık tutuyor" diye konuştu.

AB'NİN İTHALATINDA TÜRKİYE ÖNE ÇIKIYOR

Avrupa Birliği'ne ihracatta yakalanan "yeni rüzgar"da Birlik ekonomisinde gözlenen canlanma kadar, bu ülkelerin ithalat tercihlerinde Türkiye'nin öne çıkması da etkili oldu. Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı'ndan (SETA) Hatice Karahan'ın yaptığı analize göre Türkiye'nin en önemli ihracat pazarı Almanya'nın ithalatı 2013'te yüzde 2 oranında artarken, Türkiye'den ithalatındaki artış oranı yüzde 4,4'e ulaştı. İthalatı sadece yüzde 0,4 oranında artan İspanya'da ise bu oran yüzde 16,6'ya kadar çıktı. Diğer büyük pazarlarda da benzer, hatta daha çarpıcı sonuçlarla karşılaşan Karahan, AB ekonomilerindeki iyileşen görünümün 2014 yılında da devam ettiği göz önüne alındığında, bu fırsatın önemli bir potansiyel taşıdığı görüşünü dile getiriyor.

Benzer bir sonuç, Bahçeşehir Üniversitesi Ekonomik ve Toplumsal Araştırmalar Merkezi BETAM'dan Dr. Züm-rüt İmamoğlu ve Banış Soybilgen'in hazırladığı araştırma notunda da karşımıza çıkıyor. Notta 2013 yılında Avrupa'nın toplam ithalatının yüzde 6,1 oranında düşmesine rağmen, Türkiye'nin AB'ye ihracatını artırdığına

dikkat çekiliyor. Gerçekten de Türkiye 2013 yılında Avrupa Birliği'ne ihracatını artırmayı başaran nadir ülkelerden biri oldu. Avrupa Birliği'nin en fazla ithalat yaptığı ilk on ülke listesinde birinci ve ikinci sırada yer alan Çin ve Rusya'dan ithalatı 2013 yılında yüzde 3,9 oranında geriledi. Çin'den ithalat 278 milyar euroya, Rusya'dan ithalat da 205 milyar euroya indi. Birliğe en fazla ihracat yapan ülkeler sıralamasında üçüncü olan Amerika Birleşik Devletleri'nden ithalat da yüzde 5,1 oranında azaldı ve 195 milyar euro oldu. İsviçre ve Japonya'nın Avrupa Birliği'ne ihracatları da 2013 yılında yüzde 10'un üzerinde azaldı.

Yine önemli ihracatçılar olan Güney Kore, Brezilya gibi ülkelerin de AB'ye

ihracatı aynı dönemde geriledi. AB'nin en büyük 10 ithalatçı ülkesi arasında ihracatını artıran tek ülke yüzde 4,1 ile Türkiye oldu.

BETAM'ın araştırma notunda AB'ye yönelik ihracatta yakalanan bu başarının sektörel dağılımı da incelenmiş. İhracat artışında lokomotif sektörler olan tekstil, giyim ve otomotivin önemli bir payı var ancak bu sektörler dışında kalan ve AB ihracatının yarısından fazlasını oluşturan diğer sektörlerin de ihracatı ve pazar payı yükseliyor. 2013 yılında AB'ye ihracattaki yüzde 4,1'lik artışa hazır giyim ve konfeksiyon sektörü 0,7, tekstil sektörü 0,8, demir-çelik sektörü 1,1, otomotiv sektörü ihracatı ise 1,7 puanlık katkı yapıyor. En büyük katkısı otomotiv sektörünün yaptığı bu sonuçlardan da anlaşılıyor. bu da kısmen AB'nin toparlanmakta olan iki önemli ülkesine, İngiltere ve İspanya'ya yapılan ihracattan kaynaklanıyor.

Gerek BETAM hesaplamaları gerekse ekonomi yazınındaki çalışmalar Avrupa'da büyümedeki yüzde 1'lik her artışın, Türkiye'nin bölgeye olan ihracatını yaklaşık yüzde 5 oranında artırdığını gösteriyor. Avrupa'ya ihracatın gelir elastikiyetinin yüzde 5 yani çok yüksek olması, reel döviz kurunun elastikiyetinin de yüzde 1 değerinin altında olması Avrupa büyümesinin Türkiye ihracatında çok daha önemli olduğunu gösteriyor. Bu sene Avrupa'da tahmin edilen yüzde 1,6'lık büyüme gerçekleşirse, bunun ihracat kanalından Türkiye'nin büyümesine katkısının yaklaşık yarım puan olacağı hesaplanıyor.

Sonuçta krizi atlattmış bir Avrupa Birliği'nin Türkiye ekonomisine katkısının kriz öncesine oranla daha fazla olacağı açık. AB ekonomisinin büyümeyi sürdüreceğine yönelik beklentilerin de ağırlıkta olduğu göz önüne alındığında Türkiye'nin kısa ve orta vadeli ihracat hedefleri için iyimser tahminlerde bulunmamak için bir neden yok.

İhracatçılar AB'nin iç talebinin ve ithalatının 2014'ün ikinci yarısında daha da hızlanacağını düşünüyor.

AB ÜLKELERİNİN TERCİHİ TÜRKİYE OLDU

2013 yılında Avrupa Birliği ülkelerinin Türkiye'den ithalatı, birliğin toplam ithalatının çok üzerinde bir oranda artış gösterdi.

TÜRKİYE'NİN ÖNDE GELEN
AB PARTNERLERİNDE İTHALAT
DEĞİŞİMİ (YILLIK, %, 2013)

	TOPLAM İTHALAT	TÜRKİYE'DEN YAPILAN İTHALAT
Almanya	2	4,4
İngiltere	-5,3	0,9
İtalya	-2,4	5,4
Fransa	0,8	2,9
İspanya	0,4	16,6
Hollanda	0	9
Belçika	2,5	9,1
Romanya	4,6	4,8

Kaynak: SETA Perspektif, Sayı 52, Haziran 2014



Avis 40. Yılında Yeni Hedeflere Yol Alıyor

TÜRKİYE'DE 40 YILI GERİDE BIRAKAN ARAÇ KİRALAMA SEKTÖRÜNÜN JENERİK MARKASI AVİS YOLA YENİ MARKALAR VE YENİ ÜLKELERLE DEVAM ETMEYE HAZIRLANIYOR. BU YENİ DÖNEMDE ENERJİSİNİ YENİLENEN LOGOSUNDAN ALACAK OLAN AVİS'İN BAŞARILARININ ARKASINDA İŞE OTOKOÇ OTOMOTİV ÇATISI ALTINDA OLUŞTURDUĞU SİNERJİ YATIYOR.

Türk halkını araç kiralama sektörüyle tanıştıran, sektörde birçok ilke imza atan Avis, Türkiye'de 40 yılı geride bıraktı. 7 Ağustos 1974'te kurulduğunda 9 Anadol marka otomobil ile yola çıkan Avis, bugün yüksek sezonda 32 bine ulaşan bir araç parkına sahip. En geniş ürün gamını sunan, en fazla noktada müşteriye ulaşan Avis'in bu başarıları, birçok

ödülle de taçlanmış. Avis Budget Group'un 110 ülkeyi kapsayan EMEA bölgesinde son beş yılda iki kez "Yılın Bayisi" unvanına layık görülen Avis Türkiye, müşteri memnuniyetinde ise yedi yıldır zirveyi kimseye kaptırmıyor. Avis'in bu başarılarının altında bünyesinde bulunduğu Otokoç Otomotiv'in yarattığı sinerjinin etkisi çok büyük. Bizden Haberler Dergisi olarak Avis'in

Türkiye'deki 40 yıllık serüvenini ve 86 yılı geride bırakan Otokoç Otomotiv'in hedeflerini Genel Müdür Görgün Özdemir ve Araç Kiralama Hizmetlerinden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı İnan Ekici ile konuştuk.

Koç Holding'in otomotiv sektöründeki ilk yatırımı olan Otokoç Otomotiv, 86 yılı geride bıraktı.

Neredeyse Cumhuriyet ile yaşıt olan Otokoç Otomotiv bu 86 yılda hangi önemli aşamalardan geçti? Hangi deneyimleri biriktirdi?

Görgün Özdemir: Dediğiniz gibi Cumhuriyet ile neredeyse yaşıtız. Ayrıca şöyle bir özelliğimiz de var: Koç Topluluğu'nun otomotiv şirketlerinin doğmasına sebep olan şirkettir. 1928 yılında Vehbi Bey'in Ford Motor Company'nin acenteliğini almasıyla başlamış otomotiv işi. Ondan sonra da tüm Koç Topluluğu otomotiv şirketlerinin, Otosan'ın, Otocar'ın kurulmasında yer alan yöneticilerin çoğu da bu şirketten çıktı. Bir özelliğimiz daha var, Rahmi Bey de iş hayatına ilk Otokoç'ta başlamış.

Şu anda Otokoç Otomotiv dediğimiz zaman iki ana iş birimi var. Biri otomotiv perakendeciliği, diğeri araç kiralama... Perakende tarafında Otokoç var, Birmot var. Otokoç, Ford, Ford Trucks ve Volvo markalı; Birmot ise Fiat, Alfa Romeo, Lancia ve Jeep markalı araçların satışını yapıyor. Araç kiralama tarafında ise Avis ve Budget markaları var. 1928'de Otokoç kurulduktan sonra Türkiye'nin aşağı yukarı otomobil parkının yüzde 80'inin bulunduğu yerlerde ana bayilikler yapılandırıldı. Bir benzeri de Birmot tarafında vardı. O da Fiat'ın üretmiş olduğu ürünlerin ana bayisiydi, onun alt bayileri vardı. Zamanla rekabet arttı, verimlilik ihtiyacı ortaya çıktı. 2000 yılında Ford araçlarını satan şirketler Otokoç'un çatısı altında, Fiat satanlar da Birmot çatısı altında toplandı. 2005'e geldiğimizde bu kez Otokoç ile Birmot birleşti çünkü bütün süreçler aynıydı. Aynı yıl bize çok büyük sinerji sağlayan araç kiralama işi de Avis markası ile Otokoç Otomotiv bünyesine dahil oldu. 2007 yılında da Budget markasının lisansı alındı.

Otokoç Otomotiv'in kısaca tarihçesi böyle. Bugüne geldiğimiz zaman, bakıyorsanız en son Fortune dergisi açıkladı, Türkiye'nin en büyük 31. şirketi haline geldik. Ford'un, Fiat'ın ürünlerinin üçte birinin satışını gerçekleştiriyoruz. Kiralama tarafına baktığımızda ise yüksek sezonda toplamda



Görgün Özdemir:
“Avis olarak, yakın
coğrafyalardan başlayarak
yurt dışına yayılmayı
hedefliyoruz.”

32 bine ulaşan araç parkıyla hizmet veriyoruz.

Özetle, Türkiye'de otomotiv sektörünün tarihi Otokoç ile araç kiralama sektörünün tarihi de Avis ile başlıyor diyebiliriz.

Türkiye'yi araç kiralama sektörü ile tanıştıran Avis, bu yıl Türkiye'deki 40. yılını kutluyor. Avis'in dokuz araçla başlayıp bugün 30 bine ulaşan araç parkı kapasitesi ne ulaşmasının öyküsünü sizden dinleyebilir miyiz?

İnan Ekici: 1974 yılında Türkiye'nin nüfusu 39 milyon, motorlu taşıt sayısı 648 bindi. Pazarda kimsenin araç kiralama deneyimi yokken Rahmi Bey sektörün geleceğini çok pozitif görüyor. Konu Rahmi Bey'e ve onun aracılığıyla Vehbi Bey'e anlatılıyor. Ancak kredi kartı o dönemler yaygın değil, Türkiye kapalı bir ekonomi. Aracı verdiğiniz zaman bugünkü gibi kredi kartıyla güvence altına alma imkanı yok. Vehbi Bey “Hırsızın istediği bir göz, siz veriyorsunuz iki göz” diyor ama buna rağmen ikna oluyor ve başlıyorlar. Tabii sektörde ilk olmanın

çok büyük zorlukları var. Biz bunu Azerbaycan'da da, Kuzey Irak'ta da yaşadık. Sektörün bütün kurallarını otoriteyle beraber oluşturma zorluğu var. Avis ofisinin ilk olarak o zamanki adıyla Yeşilköy Havalimanı'nda açılması planlanıyor ama havalimanı otoritesi yer vermiyor. Diyorlar ki, “Karşıda dolmuşlar var. İnsanlar uçaktan iner dolmuşla biner gider. Size niye ihtiyaç olsun ki?” Dolayısıyla Avis ilk olarak havalimanında değil ama Elmadağ'da 9 Anadol marka otomobil ile yola çıkıyor. O dönemde Kıbrıs Barış Harekâtı var, ilk müşterilerimiz de genellikle haber yapmak için Türkiye'ye gelen yabancı gazetecilerden oluşuyor. 70'li yıllar boyunca her yıl yüzde 30-40 büyümeye kaydediliyor.

1980'li yıllarda serbest piyasa ekonomisine geçilmesiyle Avis'in büyümeye hızı yüzde 100'lere ulaşılıyor. Bu dönemde verilen turizm teşvikleriyle yurt dışından gelenlerin sayısı artıyor. Hatta 80'lerin sonunda araç sayısı 2 binlere, ofis sayısı 50'lere ulaşılıyor. Bugün sektörün üçüncüsünün ancak o kadar yıllık ortalama aracı var. Çok değerli bir büyüklük. Avis'in o dönem kullandığı “Arayın, Vasıta İsteyin Servisi” sloganının bugün hala hatırlanıyor olması bu büyüklüğün bir göstergesi.

Sonra 91 krizi ile birlikte bir küçülme yaşanıyor. Çünkü bizim işimiz çok büyük yatırım gerektiren bir iş. Sonra ekonominin rayına girmesi, havayollarının gelişmesi ile yeniden bir büyümeye dönemi başlıyor. Bayilikler veriliyor. Bütün bu yolculuk içinde sayabileceğiniz her şeyin ilkiyiz. Havayolu ve kredi kartlarıyla

RAKAMLARLA OTOKOÇ OTOMOTİV

35

ŞUBE

18 OTOKOÇ.
17 BIRMOT

84

AVIS OFİSİ

44 BUDGET
OFİSİ

7

MARKA

FORD, FORD TRUCKS,
FIAT, ALFA ROMEO,
LANCIA, JEEP, VOLVO



“Uzun vadeli planlarımızda, Avis’in yakın coğrafyalarda büyümesini sağlamak yer alıyor.”

ilk işbirliği, şoförlü araç kiralama, uzun dönemli kiralama, ilk bayilik...

Görgün Özdemir: Avis markası araç kiralama ile özdeşleşmiş aslında. Jenerik bir marka haline gelmiş. Aynı zamanda tüm sektöre de yön veriyor. Ben Avis’in bu 40 yıllık sürecini dörde bölüyorum. İlk yıllar baz etkisinden kaynaklı hızlı bir büyüme var. 80-90 yılları arası liberalleşme ve turizm patlamasıyla birlikte araç parkı 2 binli adetlere çıkıyor. Üçüncü on yıllık dönemde Körfez krizi ile birlikte bu kez iş küçülüyor ama 2002’den sonra dünyadaki global yatırım iştahının artması ve Türkiye’nin ekonomik olarak yeniden ivmelenmesi ile birçok yabancı firma Türkiye’ye geliyor. Bunun yanı sıra havayolu taşımacılığının hızlı büyümesi ve Otokoç Otomotiv ile birleşmenin getirdiği sinerji ile birlikte son on yıllık dönemde yeniden hızlı bir büyüme yaşandı.

Araç kiralama sektöründe son 10-15 yılda yoğun bir ilgi var. Bu ilgiyi neye bağlıyorsunuz? Sektörün geleceğine yönelik vizyonunu nasıl görüyorsunuz?

Görgün Özdemir: Uluslararası yatırım iştahı çok önemli. 2008 krizine kadar hakikaten piyasada çok fazla para vardı. Yatırım yapmak isteyenler, güvenli ekonomi arıyordu. Onun sağlanmış ol-

AVIS’İN DÖRT ANA HEDEFİ

01

Beş yıl içinde araç parkı 30 binden 71 bine çıkarılacak.

02

Yurt dışı açılımı yakın coğrafyada yeni ülkelerle devam edecek.

03

Her yıl beş yeni ofis açılacak, Avis tüm havalimanlarında bulunacak.

04

Saatlik araç kiralama markası Zipcar yıl sonunda hizmete girecek.

Bu potansiyelin harekete geçirilmesi için ne yapılmalı?

İnan Ekici: Öncelikle tüketici davranışlarının değişmesi lazım. Eskiden bir kentten bir diğer kente gittiğinizde arkadaşınız, akrabanız sizi almaya gelirdi. Bu durum artık değişmeye başladı. Uçakla yolculuk maliyetlerinin düşmesi, kiralama ücretlerinin büyüklükle birlikte gerilemesi bu değişimde etkili. Artık bireyler, ticaret daha mobil. Bunların hepsi bize pozitif yansıyor.

Görgün Özdemir: Eskiden uçağa binmek de araç kiralamak da lüküstü. Şimdi o algı kırılıyor. İkisi de artık ihtiyaç haline gelmiş durumda. Şu anda 12 milyar dolarlık bir pazardan bahsediyoruz. Türkiye araç kiralama sektörü çok hızlı büyüyen bir pazar. Bunun en büyük göstergesi yeni markaların, oyuncuların sektöre dahil olması. Yeni ürün ve konseptlerin hayata geçirilmesiyle günlük araç kiralamaya olan talep de artacaktır.

Avis bu yıl logosunu yeniledi. Yeni logo Avis’in değişim sürecinde neleri simgeliyor?

Görgün Özdemir: Biz hem Otokoç Otomotiv olarak, hem Avis olarak çok dinamik bir şirketiz. Öyle de olmak zorundayız. Yeni logomuz da daha estetik ve ince çizgilerle bu dinamizmi

ması önemli. Bir de Türkiye’nin potansiyeli çok önemli. Türkiye’nin günlük araç kiralama pazarı 25 bin. Yunanistan’da bir tane markanın 35 bin aracı var. Günlük kiralamada Almanya’da kişi başı harcama 27 euro iken, Türkiye’de sadece 1,4 eurodur. Bu da gösteriyor ki Türkiye’de inanılmaz bir potansiyel var.

yansıyor. Avis'in kırmızısı da marka ile özdeşleşmiş durumda. Onun da rengi hafif değişti. Kırkinci yılımıza denk gelen bu değişimi kelimelerle anlatmak gerekirse "Güçlü ama abartısız" diyebiliriz. Koç Topluluğu için de, Otokoç Otomotiv için de böyle söyleyebiliriz. Ayrıca 40. yıl olmasının da etkisiyle bu yıl Avis'in lisansiyé toplantısını da Ekim ayında Türkiye'de yapacağız.

Avis'in tarihinde önemli başarılar da var. Biraz da bunlardan bahsedebilir misiniz?

İnan Ekici: Koç Topluluğu'nun tüm şirketlerinde genel yaklaşım, yaptığını en iyi şekilde yapmak. Bu hepimizin DNA'sına işlenmiş durumda. Bunu en somut şekilde sizin için söylenenlerle, verilen ödüllerle anlıyorsunuz. Avis kırk yıldır Türkiye'de Koç Topluluğu'nun tarafından temsil ediliyor. Avis'in EMEA bölgesindeki 110 ülkesi arasında Türkiye son beş yılda iki kez yılın bayisi seçildi. Avis'in merkezi son yedi yıldır müşteri memnuniyetini bağımsız bir firmaya ölçtürüyor ve Türkiye son yedi yıldır EMEA bölgesinde ilk sırada yer alıyor. Bu sonuçlar bizi şımartmıyor ama doğru yolda olduğumuzu gösteriyor. SKÅL Derneği'nin verdiği

SKÅLİTE ödüllerinde üç kez üst üste ödül aldık. 2013 yılında Dünya Turizm Ödülleri'nde en iyi kurumsal firma ödülünü kazandık. Başka alanlarda da ödüllerimiz, belgelerimiz var. Bunlar tabii bizi çok mutlu ediyor. İki nedenle birincisi, şirketimizi iyi temsil ediyoruz, ikincisi de Türkiye'yi çok iyi temsil ediyoruz. Ben Kasım 2005'ten bu yana Avis bünyesindeyim, her yıl bölge temsilcileriyle bir araya geliyoruz, her yıl Türkiye'ye verilen önemin ve ilginin çok arttığını net bir şekilde gözlemliyoruz.

Görgün Özdemir: Avis'in Avrupa lisans hakkını elinde bulunduran D'leteren Ailesi birkaç yıl önce bu hakkını merkeze, Avis



İnan Ekici: "Koç Topluluğu'nun tüm şirketlerinde genel yaklaşım, yaptığını en iyi şekilde yapmak. Bu hepimizin DNA'sına işlenmiş durumda."



"Türkiye, Avis'in EMEA bölgesindeki 110 ülkesi arasında son beş yılda iki kez yılın bayisi seçildi."

Budget Group'a sattı. O günden bu yana ABG ile inanılmaz bir ilişkimiz var. En son Türk Hava Yolları ile exclusive bir anlaşmanın imzası için CEO düzeyinde Türkiye'yi ziyaret ettiler. Bize güven ve sempatileri arttı, her yeni projede bizi anyorlar. EMEA bölgesinde yeni bir proje olduğu zaman ilk önce bizle bu işi yapmak istiyorlar.

Avis'in gelecek dönem yatırım hedeflerini bizimle paylaşır mısınız? Orta ve uzun vadede Avis sektörde nasıl bir yer hedefliyor?

Görgün Özdemir: Uzun vadeli planımızı yeni yaptık ve bunu Koç Holding'de de ilgili komiteye anlattık. Onu özetlemek gerekirse bizim Otokoç Otomotiv olarak, Avis olarak yakın coğrafyalarda büyüme hedefimiz var. Türkiye'de zaten belli bir büyüklüğe geldik, her sene pazarı üzerinde bir büyüme sağlıyoruz. Artık yakın coğrafyalardan başlayarak yurt dışına yayılma politikamız var. Biz devraldığımızda zaten Azerbaycan vardı, Kuzey Irak ve Kazakistan'la devam ettik. Başka görüştüğümüz bir iki ülke daha var, şimdi isimlerini açıklamam doğru olmaz. Faaliyet gösterdiğimiz her coğrafyada lider olma misyonumuz var.

Bu yurt dışı açılımlarıyla birlikte Uzun Vadeli Plan'da sunduğumuz gibi 5 yılın sonunda yurt içi ve yurt dışı araç parkımızı toplam 71 bin araca taşıyacağız. Araç kiralama işinde önemli olan şeylerden biri de coğrafi yaygınlık. Müşterimiz bir yerden aldığı aracı başka bir yerde rahatlıkla teslim edebilmeli. Beş yıl boyunca her yıl beş yeni ofis açma planımız var. Böylece şu anda 81 olan ofis sayımızı beş yılda 106'ya çıkarmayı planlıyoruz. Bunun yanı sıra tüm havalimanlarında faaliyet gösterme stratejimiz de var.

Artan müşteri taleplerini karşılamak için yeni trendleri takip edip yeni ürünler ortaya koymak istiyoruz. Önümüzdeki yılbaşı itibarıyla Zipcar markasıyla saatlik araç kiralama işine de başlamış olacağız.

En önemli şeylerden biri de araç parkının çeşitliliği... Türkiye'nin en çeşitli ve en geniş araç parkına sahip şirketiz. Bunu da fazlasıyla devam ettirmek amacındayız.



“Faktoringde Liderliğimizin Devam Etmesi En Önemli Hedefimiz”

FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNDE KURULAN İLK ŞİRKETLERDEN BİRİ OLAN YAPI KREDİ FAKTÖRİNG, TOPLAM CİRO KRİTERİNE GÖRE 13 YILDIR SEKTÖRÜN DEĞİŞMEZ LİDERİ... 2014 YILINDA BU LİDERLİĞİN DEVAM ETMESİNİN EN BÜYÜK HEDEFLERİ OLDUĞUNU SÖYLEYEN YAPI KREDİ FAKTÖRİNG GENEL MÜDÜRÜ COŞKUN BULAK, YIL İÇERİSİNDE 1.500'E YAKIN YENİ MÜŞTERİYLE BÜYÜMEYİ PLANLADIKLARINI BELİRTİYOR.

Türkiye’de 1990’lı yıllarda ekonomiye dahil olan ve 24 yıllık serüveninde oldukça önemli bir yol kat eden faktoring sektörü bugün büyüklüğü 20.1 milyar TL seviyesine ulaşan bir sektör haline geldi. Sektörün lider ismi Yapı Kredi Faktoring ise 2014 yılında da KOBİ segmentine yoğunlaşarak müşteri sayısını artırmayı planlıyor. Yapı Kredi Faktoring Genel Müdürü M. Coşkun Bulak, hem şirketin hedeflerini hem de Aralık 2012’de hayata geçen 6361 sayılı kanun ve bu kanun doğrultusunda Temmuz 2013’de kurulan ve tüm şirketlerin üyelik mecburiyeti bulunan

Finansal Kurumlar Birliği’nin sektöre katkılarını değerlendirdi.

Faktoring Türkiye’nin 1980 yılında açık ekonomiye geçişi sonrasında hayatımıza girdi. Türkiye’de yaklaşık 25 yıllık mazisi olan bu sektörün Türkiye’deki gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye’deki geçmişi 1990’lara dayanan faktoring sektörü gelişmiş ülkelere kıyasla oldukça genç bir sektör. Kurulduğundan bu yana önemli gelişmeler kaydeden bu genç sektör 1990 yılında 100 milyon dolar, 2001 yılında 3.6

milyar dolar, 2007 yılında 26.4 milyar dolar ve 2013 yılında ise 48.2 milyar dolar ciro elde etti.

Bizim için hızlı bir gelişim olsa da 3.1 trilyon dolar olan dünya cirosunun yanında henüz daha küçük bir hacimde olduğumuz aşikar. Aktif büyüklüğü 2013 itibarıyla yüzde 23 artışla 20.1 milyar TL seviyesine ulaşan faktoring sektöründe halen 77 şirket bulunuyor. Sektör ilk günden itibaren ihracat faktoringi hizmeti sunmakla birlikte dünyadaki örnekleri gibi işlemlerin yüzde 80’ini yurt içi faktoring oluşturuyor.

Sektör genelinde müşteri profili ağırlıklı olarak KOBİ'lerden oluşsa da banka iştiraki olan faktoring şirketleri yerel ve uluslararası büyük kurumsal firmalar da dahil olmak üzere ülkemizdeki her sektör ve segmente hizmet sunuyor. 2006 yılından bu yana BDDK'nın denetim ve gözetiminde faaliyet gösteren faktoring sektörü Aralık 2012'de hayata geçen 6361 sayılı kanun ve bu kanun doğrultusunda Temmuz 2013'de kurulan ve tüm şirketlerin üyelik mecburiyeti bulunan Finansal Kurumlar Birliği ile çok daha kurumsal bir yapıya kavuşmuş durumda.

Sektörün günümüzde sunduğu hizmetleri, hedef kitlesini değerlendirdiğinizde sektörün dünyadaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu noktada dünyadaki gelişim ile Türkiye'yi kıyaslarsanız neler söylemek istersiniz?

Dünya genelinde toplam faktoring cirosu 3.1 trilyon dolar seviyesine ulaştı. Bunun yüzde 80'i ülkemizde de olduğu gibi yurt içi faktoring işlemlerinden kaynaklanıyor. Modern anlamda faktoringi çok uzun yıllardır uygulayan Avrupa bu hacmin yüzde 60'ını tek başına gerçekleştiriyor. Avrupa'dan sonraki en büyük pay ise yüzde 27 ile Asya'nın elinde bulunuyor. Dünyada yıllardır muhabirli ihracat faktoring işlemlerinde üst sıralarda olan Türkiye ise son 3 yıldır Çin'den sonra ikinci sırada yer alıyor.

Gelişmiş ülkelerdeki faktoring sektörünün ülke ekonomilerine penetrasyon oranı yüzde 10-12'lerde iken ülkemizde bu oran yüzde 6'lar seviyesinde. Bu da ülkemizde faktoringin önemli bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu gösteriyor.

Faktoring sektörünün dünyaya paralel hizmetler sunmanın yanında müşterilerimizin ihtiyaçları doğrultusunda ülkemize özel çözümler oluşturduğunu söyleyebilirim. Örneğin, dünyanın birçok ülkesinde vadeli alacakların tahsilatında ödeme aracı olarak çek kullanılması bulunmazken Türkiye'de vadeli çekler, faturalı vadeli alacakların tahsilatı amacıyla veya işlemlerin teminatı olarak faktoring hizmetleri içerisinde yerini aldı.



Faktoring sektörü; 1990 yılında 100 milyon dolar, 2001 yılında 3.6 milyar dolar, 2007 yılında 26.4 milyar dolar ve 2013 yılında ise 48.2 milyar dolar ciro elde etti.



Öte yandan ithalatçılara faktoring uygulaması sayesinde peşin ithalat koşullarında vadeli ithalat ödeme imkânları da sunabiliyoruz. Bu da ithalatçılara önemli bir tasarruf ve rekabet avantajı sağlıyor. Satıcı ve alıcı firmalara önemli avantajlar sunan tedarikçi finansman modeli ise ülkemizde de önemli talep görüyor. Özellikle çek-senet gibi bir tahsil aracı olmadan satış yapan firmalar bu ürün sayesinde alıcılarından artık erken ödeme talep etmedikleri gibi, olası geç tahsilat durumlarından da olumsuz etkilenmiyorlar. Böylece alıcı firmalar da bu tedarikçileriyle çok yoğun çalışma imkânına kavuşuyorlar.

Büyük kurumsal ve uluslararası firmaların genellikle tercih ettikleri bir başka ürün de Gayrı Kabili Rücu Faktoring dediğimiz ve alacakların tahsilatı garantisini vererek yaptığımız işlemler. Garanti edilen alacaklar vadesi beklenmeden faktoring şirketinden tahsil edilerek bilançodan silineceği için bilanço likitide ve rasyolar bakımından çok daha cazip hale geliyor.

Özellikle Avrupa'nın borç krizinden geçtiği bu dönemde Türkiye'nin durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Kamu maliyesi ve kamu borç stoğu olarak baktığımızda Avrupa ülkelerinden çok daha sağlam bir yapıya sahip

olduğumuzu ve Avrupa ülkelerine göre bize etkisinin daha az olacağını söylemek yanlış olmaz. Türkiye kamu borç stoğunun şu an Maastricht kriterinin altında ve yüzde 35 seviyelerine kadar gerilemiş olması da bunu gösteriyor. Öte yandan Avrupa'daki krizin genişlemesi durumunda ihracatımızda bir azalma veya hedeflenen artışların yakalanamaması, bunun yanında finansman kaynaklarının maliyetlerinin artması gibi riskler ile karşılaşabiliriz. Ancak şu an için böyle bir tehdidin gerçekleşeceğini öngörmüyoruz. İhracatçılarımızın uzun zamandan beri Avrupa'nın alternatifi pazarlara yönelmesi uzun vadede bu tür risklerden korunmamızı sağlıyor.

Türkiye'nin uluslararası sermayenin de ilgi odağı olduğu bir dönemde yeni kurulan Finansal Kurumlar Birliği'nin etkinliğini nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu birliğin sektöre sağlayacağı katkılar neler olacak?

Finansal Kurumlar Birliği (FKB) 6361 sayılı kanun gereği olarak 2013 yılında kuruldu. FKB yönetim kurulunda Yapı Kredi Faktoring, Yapı Kredi Leasing ve Koç Finans olarak yer alıyoruz. Bünyesinde faktoringden başka leasing ve finansman şirketlerini de barındıran birliğe bu sektörlerde faaliyet gösterecek tüm şirketlerin üye olması zorunlu. Bu nedenle FKB'nin her üç sektörü de tam anlamıyla temsil edecek bir yapıda olduğunu söyleyebiliriz.

FKB, kurulduğundan bu yana geçen kısa sürede her üç sektörün hem ortak, hem de münferit sorunlarını çözmek ve sektörlerin önünü açabilmek adına kamu kurumları nezdinde önemli çalışmalar yürüttü. Daha önce sektör dernekleri tarafından iyi niyetle yürütülen çalışmaların üzerinde olumlu sonuçlar alınmaya başlandı.

Faktoring özelinde en son gelişme ise yakın zamanda hayata geçirilecek olan Fatura Kayıt Merkezi sayesinde sehven veya kötü niyetle bir alacağın birden fazla faktoring şirketine devir edilmesi riski ortadan kalkmış olacak.

2014 yılında faktoring sektörünün yüzde 15 büyümeye hedefi vardı. Siz bu hedefi nasıl değerlendiriyorsunuz? 2014'ün ilk yarısını geride bıraktığımız bu günlerde sektörün hedeflediği büyümenin hangi noktada olduğunu söyler misiniz?

Faktoring sektörü 2014'ün ilk çeyreği itibarıyla, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15'lik bir büyümeye sağladı. 2013 sonuna göre çalışan sayısında 105 kişi artışla 4.755'e, müşteri sayısında 4.900 artışla 85.600'e ve şube sayısında 12 artışla 331'e ulaşıldı. Geçmiş yıllardan deneyimle ilk üç aylık gelişime bakarak bu yıl hedeflenen yüzde 15 büyümenin yakalanacağını düşünüyoruz.

Faktoring sektörünün müşteriler tarafından tercih edilmesinin en önemli sebeplerinden başlıca ikisi hızlı ve esnek olmaları. Bankalarla kıyaslandığında çok daha küçük kurumlar olduğumuzdan kendi bünyemizde karar alma mekanizmasını çok hızlı işletip müşterilerimize çok kısa sürelerde yanıtlar verebiliyoruz. Bu da özellikle hayatını günlük yaşayan KOBİ'ler için önemli bir tercih sebebi.

Faktoring şirketleri olarak, bankalar gibi firmaların mali yapısına ve performansına bakmanın yanında yaptığımız işin doğası gereği devir aldığımız tüm faturaları sistemimize kaydederek faturanın borçlusu olan firmaları da yakından takip edebilecek imkâna sahibiz. Bu sayede satıcı ile alıcı arasındaki ticari ilişkiyi çok daha yakından izleyerek müşterilerimizin ihtiyaçlarını önceden öngörüp çözümler üretebiliyoruz. Tüm bunlar sektörümüzün daha da büyüebilmesi için sahip olduğu önemli avantajlar.

Sektörün yüzde 15 büyümeye hedefi olduğu 2014 yılında 13 yıldır aralıksız sektör lideri olan Yapı Kredi Faktoring 2014 yılından neler bekliyor? Yılın ilk yarısını nasıl geçti ve 2014 yılını nasıl kapatmayı planlıyorsunuz?

Yapı Kredi Faktoring olarak sektörün ilk şirketlerinden biriyiz. Bugün, genel merkez ve İstanbul'daki beş şubemi-



Gelişmiş ülkelerde yüzde 12'ye ulaşan faktoring sektörünün penetrasyonu Türkiye'de yüzde 6 seviyesinde. Bu da sektörün Türkiye'de önemli bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu gösteriyor.

zin yanı sıra Adana, Antalya, Ankara, Bursa ve İzmir'deki şubelerimizdeki toplam 109 kişilik ekibimizle Türkiye genelinde 2.500 civarında aktif müşterimize hizmet veriyoruz.

Yapı Kredi Faktoring olarak toplam işlem hacmine göre 2001-2013 döneminde aralıksız 13 yıldır sahip olduğumuz sektör liderliğimizi 2014 yılı sonunda da devam ettirmeyi hedefliyoruz. Bu şirket olarak en önemli hedeflerimizden birisi.

Şirket kârlılığımızı daha da artırmak için 2014 yılından itibaren KOBİ segmentinde daha fazla yoğunlaşarak aktif müşteri sayımızda geçen yıllara göre önemli artışlar yaratmaya başladık.

Daha fazla müşteriye hizmet vermek için her türlü organizasyon ve alt yapı çalışmalarımızı tamamladık, ihtiyaca göre güncellemeler de yapıyoruz. KOBİ'ler 2014 yılında tüm ülke genelinde Yapı Kredi Faktoring adını daha fazla duymaya başlayacak. Bu sayede yıl içerisinde toplam 1.500'e yakın yeni müşteri kazanmayı hedefliyoruz.

Yapı Kredi'nin kalite ve hizmet anlayışıyla, ihtiyaçlara uygun çözümler üreterek müşteri bağlılığını sağlamaya gayret ediyoruz. Böylece tabana yayılmış sağlıklı büyümeye hedefimizi gerçekleştirebiliyoruz. Tüm bunların etkisi ile 2014 yılı sonunda gerek gelir, gerekse sektör liderliğinin devam ettirilmesi hedeflerimizi tutturacağımızı öngörüyoruz. Bu sadece benim değil çalışan tüm arkadaşlarımızın ortak hedef ve görüşü.

Faktoring sektörünün uzun yıllardır beklediği yeni yasa çıktı. Bu yasa sadece şirketleri değil aynı zamanda hizmet alan kuruluş ve kişileri de ilgilendiriyor. Yeni yasa-yı değerlendirir misiniz? Sektörün bu hızlı gelişiminde bu yasanın etkisi nasıl hissedilecek?

Bu yasa ile sektör derneklerinin yürüttükleri faaliyetler, kanunla yetkilendirilmiş kamu kuruluşu niteliğinde olan Finansal Kurumlar Birliği tarafından

yürütölmeye başlandığı için, sektörün gelişiminin daha da hızlanacağını düşünüyöruz. Tüm sektörü temsil eden FKB sektörün sorunlarını çözerken ve sektörün önünü açacak gelişmelerin hayata geçmesini sağlarken çok daha etkin sonuçlar alacağımıza hiç şüphesiz yok.

Factoring şirketlerinin artık sadece şube olarak teşkilatlanabilecek olması sayesinde daha kurumsal yapılarla müşterilerimize hizmet verebiliyoruz. Alınan olumlu sonuçlar nedeniyle sektörde şube ve çalışan sayılarında da artışlar izleniyor. Ayrıca müşteri adetlerimizdeki artış da dikkat çekici nitelikte.

Kanunla birlikte finansal kurum olarak kabul gören factoring, leasing ve finansman şirketleri ile bankalar arasında bulunan bazı yükümlölük ve uygulama farklarının da ortadan kalkması için uygun bir ortam oluştuğı kanaatindeyiz. FKB'nin çalışmaları ile zaman içerisinde bu farklılıkların giderilerek eş koşullarda hizmet sunabilecek duruma gelmeyi bekliyoruz.

Japon derecelendirme kuruluşu JCR Eurasia Rating, Yapı Kredi Faktoring'i ulusal ve uluslararası düzeyde yatırım yapılabilir kategorisine aldı. Söz konusu not, Türkiye'deki factoring şirketleri arasındaki en yüksek seviyeyi ifade ediyor. Bu gelişmeyi nasıl değerlendiriyörsünüz? Ayrıca bu noktada Yapı Kredi Faktoring'i öne çıkaran faktörlerin neler olduğunu düşünüyörsünüz?

Yapı Kredi Faktoring için oldukça gurur verici bir gelişme oldu. Türkiye'nin sektör lideri olarak aldığımız bu yüksek not bir yönden başarımızı teyit ediyor. Bunda faaliyet geçmişimizin, piyasa etkinliğimizin, organizasyon yapımızın, aktif büyüklüğümüz ve bunun kalitesinin, müşteri tabanı ile kurumsal ve risk yönetim uygulamalarımızın son derece etkili olduğunu düşünüyörum.

Kurumsal firmalar, tedarikçiler ve KOBİ'lerin kurumsal bilanço yönetimleri için sunduğumuz çözümler,

uluslararası ticarete firmalara garantili satış imkânlarıyla nakit akışlarının düzenlenmesinde sağladığımız destek ve ihracat factoringi kullanımının Türkiye'de yaygınlaştırılmasına verdiğimiz önem bizi öne çıkaran faktörler oldu. Ayrıca Yapı Kredi gibi güçlü hissedar yapısıyla piyasalara erişim ve iletişim gücümüzün oldukça yüksek olması da etkili oldu.

Piyasa bilinirliği, likidite, fonlama maliyeti, müşteri tabanı ve müşteriye erişim imkânları gibi konularda bir banka iştiraki olmanın avantajlarını yaşıyoruz. Sektörün üzerinde çıkan karlılık rasyoları ve aktif kalitemizin de çok önemli olduğunu düşünüyörum.

10

**YAPI KREDİ FAKTORİNG'İN
ŞUBE SAYISI**

İSTANBUL (5), ADANA,
ANTALYA, ANKARA,
BURSA, İZMİR

13

YIL

**YAPI KREDİ FAKTORİNG'İN
ARALIKSIZ SEKTÖR
LİDERLİĞİ**

109

KİŞİ

**YAPI KREDİ FAKTORİNG'İN
ÇALIŞAN SAYISI**

Koç Topluluğı çatısı altında çoğunlukla İstanbul'da olmak üzere hayatınızın bir bölümünde de Azerbaycan'da görev aldınız. Şu anda ise yine yoğun tempolu bir iş yaşamınız var. Tüm bu deneyimler size ne kattı?

Koç Amerikan ile başlayan Koç Topluluğı'ndaki çalışma hayatımda 28 yılı tamamlamak üzereyim ve bundan dolayı çok mutlu olduğumu söylemeliyim. Bu süreçte 9 ana fonksiyonda farklı kademelerde görev aldım. Bu fonksiyonların bazıları genel müdürlükte, bazıları ise sahada oldu. Farklı fonksiyonlarda deneyim sahibi olmak, daha hızlı gelişimin önünü açıyor.

Bir işin her şeyini bilmek uzmanlaşma açısından çok önemli. Ancak sektörünüz ile ilgili diğer fonksiyonlarda da bilgi sahibi olmak, hatta o fonksiyonların tüm gereklerini karşılayabilecek ölçüde bilgi ve deneyime sahip olmak kariyer gelişiminde de çok önemli ve hızlandırıcı bir unsur. Bu deneyimlere sahip olurken İnsan Kaynakları kademeniz de yükseliyor. Yani pozisyonunuz arttıkça daha teknik yetkinliklerden daha çok yönetsel yetkinlikler ön plana çıkmaya başlıyor.

Farklı deneyimlerin kariyer gelişimindeki en önemli katkılarından biri de yönetsel yetkinliklerinizin daha fazla gelişmesine olanak vermesi. Çalışma sürenizin tamamını aynı masada geçirdiğiniz taktirde, daha çok o masa ile ilgili teknik yetkinliklerin gelişmesi çok doğal. Ancak aynı çalışma süresini makul sürelerle farklı masalarda geçirirseniz, farklı konularda karar alabilme, sorgulayabilme, kontrol edebilme, strateji ve planlama yapabilme yeteneğiniz de gelişir.

Ben de yaşadığım bu farklı deneyimlerin bana hem teknik hem de yönetsel yetkinliklerimin gelişimi ve bunların performansa dönüşmesi anlamında çok katkısı olduğuna inanıyorum. Çalışma arkadaşlarıma gerektiğinde iş tecrübelerini farklı fonksiyonlarda deneyim ile çeşitlendirmelerini, bu şekilde tek bir fonksiyonda tecrübe yerine, farklı fonksiyonlarda deneyim kazanmalarını öneriyörum.



PROF. DR. DENİZ GÖKÇE'NİN GÖZÜNDEN DÜNYA DENKLEMİ

BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
ÖĞRETİM ÜYESİ VE AKŞAM
GAZETESİ KÖŞE YAZARI
PROF. DR. DENİZ GÖKÇE'NİN
VİZYONU İLE FUTBOL,
SİYASET VE EKONOMİ
DENKLEMİ ÇÖZÜLÜYOR.
GÖKÇE, FUTBOLUN AZ
GELİŞMİŞ VE GELİŞMİŞ
ÜLKELER İÇİN İFADE ETTİĞİ
ANLAMI, BORSA İSTANBUL'UN
GELİŞEN VİZYONUNU,
ALMANYA BAŞBAKANI
ANGELA MERKEL'İN SİYASİ
TARZINI DEĞERLENDİRİYOR.

Futbol



FUTBOL BAŞARISININ ALTINDA EKONOMİK GÜÇ YATIYOR

Futbol %50 yapılan yatırıma, beceriye, eğitime bağlıken geri kalan %50'de de şans faktörüne bağlı. Mesela Alman Millî Takımı'nın dünya kupasını almasının altında dev bir ekonomi yatıyor. Öte yandan Arjantin de Almanya ile final oynadı ve ikinci oldu. Arjantin'in iflas etmesi çok yakın. Enflasyonları %50-60 civarında ve borçlarını ödeyemiyorlar. Eğer Arjantin biraz şanslı olsaydı kupayı kaldırabilirdi. Diğer yandan futbola ciddi yatırım yapan Almanlar %50 tesadüfün de kendilerinin tarafında olmasıyla kupayı kaldıran taraf oldu. Öte yandan

Almanlar şans faktörünün yanı sıra çok ciddi yatırımlar da yaptılar. 2000 yılında netice almadıklarını görünce her sene 100 milyon dolar altyapıya yatırım yaptılar ve binlerce antrenör yetiştirdiler. Böylece Almanlar yaklaşık 28 bin UEFA, FIFA lisanslı antrenöre sahip oldu. Buradan anlıyoruz ki gelişmiş ülkelerde futbola daha farklı bir gözle bakılıyor ve daha kurumsal bir yapı hâkim. Yani futbolun az gelişmiş ülkelerinde kurumsallaşmayan bir yapısı varken Almanya'da, Hollanda'da ya da Fransa'da tablo daha başka.

Türkiye

ÜLKE OLARAK YANLIŞ BİR ALGI OLUŞTURUYORUZ

Türkiye 2013 yılında %4 civarında büyümeyi planlıyor. Ancak Mayıs 2013'te FED politikasını değiştireceğini ilan etti. Dünya ise bu politikanın sonucunun aniden olacağını sandı. Türkiye'de Mayıs ayı sonlarından Aralık ayı ortalarına kadar Türk parası yüzde 10-11 civarında değer kaybetti. Çünkü para Türkiye'den kaçır diye düşünülüyordu. Bu süreçte Türkiye'nin kendi içindeki siyasi durumun da etkisi ile yüzde 30 devalüasyon oldu. Enflasyon yükseliyor, bunun önünü kesmek için faiz de yükseltiliyor. Bu manzara olunca Ocak sonundan itibaren Türkiye çok kötü değerlendirilmeye başlandı ve bu dönemde Türkiye'den çok para çıkışı olur sanıldı. Halbuki 2014 yılı başından şimdiye kadar Türkiye'den çıkan para 1-2 milyar dolar sadece. Çünkü çıkan paraların çoğu burayı karlı bulduğu için geri geldi. Ama kendi halkımız en ufak



bir politik ya da ekonomik sorunda hemen dövizle yükleniyor. Tasarruf oranımız da yüzde 20'den yüzde 12.5'a düştü. Tasarruf etmeyince ve başkasının finansmanına yüklü bir şekilde bağlı olunca kırılgan beşli gibi değerlendirmelere maruz kalırsınız. Yani kendi içimizde gerçekçi ekonomik yaklaşımlarda bulunamadığımız için yabancılar da bize o şekilde davranıyor ve gerçekçi bir değerlendirmede bu nedenle bulunamıyorlar.

Dünya Ekonomisi

VENEZÜELLA BİR İKTİSATÇI OLARAK İLGİMİ ÇEKİYOR



Türkiye'de Venezüella'yı en çok takip eden kişi benim. Venezüella senede 100 milyar dolar petrol satıyor. Böyle bir ülkenin döviz problemi olabilir mi? Ama var. Döviz kurlarına baktığımızda 1 dolar 6,35 bolivar. Karaborsa kurda ise bu rakam 50-90 bolivar arasında oynuyor. Petrol gibi bir kaynağı olan Venezüella şu an Çin'den 4 milyar dolar borç istiyor. Bunun karşılığında ise petrole ilişkili şirketlerine Çin'i ortak yapmak istiyor. Örneğin bir yerde 4,5 milyon nüfusa sahip Norveç gerçeği var. Norveç, petrol sayesinde onlarca milyar dolar tasarruf yapıyor ve bütün vatandaşları mutlu. Öte yandan 30 milyona yakın nüfuslu Venezüella'da Norveç'in üç misli petrol var ama vatandaşı çok kötü koşullarda. Bu da bir iktisatçı olarak beni çok ilgilendiriyor ve "Peki petrol zenginliğine rağmen Venezüella neyi başaramıyor?" sorusunu sorduruyor.

Borsa

BORSA İSTANBUL'UN BÜYÜMESİ ÖNEMLİ

Türkiye'de anonim şirket kavramını yerleştirmekle uzun süre uğraştık. Şirketler anonim şirket haline gelecek ve azınlık hakları korunacak, hisseler borsada alınıp satılacak gibi konular üzerinde çok durduk. Piyasanın büyümesi için de bu süreçte borsa ihtiyaç oldu ve borsa 1986'da çalışmaya başladı. Türkiye'de şirketlerin halka açılma süreçleri ise son 10 yılda gerçekleşti. Dolayısıyla Borsa İstanbul ve NASDAQ'ın bir ortaklığa imza atması elbette olumludur ama şu anda borsa henüz zirvesine çıkmış değil. Borsayı bu günlere getirene kadar 50 yıl geçti. Ayrıca borsanın ayağının yere basması ve uluslararası itibar görmesi de son on yıllık bir durum. Son olarak diyebilirim ki Borsa İstanbul oldukça olgunlaşmış vaziyette ama çok da zorlu dönemlerden geçti. Özellikle küçük şirketlerin sermaye bulabilmeleri için borsanın Türkiye'de çok gelişmesi gerekiyor.



Almanya

ALMANYA'NIN TÜRKİYE'DEN TEKRAR İŞÇİ İSTEMESİNİ BEKLİYORUM

Angela Merkel enteresan, çok tutucu ve dominant bir insan. Almanların ekonomiye bakış tarzı ile Avrupa genelindeki bakış tarzı çok farklı. Almanların en büyük korkusu enflasyon. Çünkü Almanlar iki dünya savaşında yüzde yüz binlik yani milyonluk enflasyon yaşadılar. Şu anda ise Almanya'nın enflasyon korkusunu bir kenara atması ve Alman devletinin devreye girmesi gerekiyor. Devlet bu gibi durumlarda ne yapar? Biraz bütçe harcaması yapar yani borçlanır ama ekonomi canlanır. Kısacası devlet Keynesyen bir yaklaşımda bulunur. Ancak Merkel'in sorunu Keynesyen bakamıyor olmasının altında yatıyor. Ayrıca Almanlar artık Merkel'in düşündüğü gibi de değiller. Çok az sayıda Alman evleniyor ve çocuk yapıyor. Almanya'da çalışacak insan ihtiyacı yeniden ortaya çıkacak. Bu konuda sadece Polonya onları besleyemez. Sonunda Türkiye'ye gelip yeniden işçi isteyecekler.



Nesilden Nesile Çalışmak Bu Fabrikada Bir Gelenek

TAT GIDA TATKAVAKLI
FABRİKASI'NDA 1969 YILINDAN
BU YANA ÜÇ KUŞAKTIR
ÇALIŞAN BARUT AİLESİ,
FABRİKANIN KURULUŞUNDAN
İTİBAREN BU İŞLETMENİN
BİR PARÇASI. İŞLETMEYE
BAĞLILIKLA DEDEDEN
TORUNA GEÇEN BU ÇALIŞMA
ANLAYIŞI FABRİKANIN
GELİŞİMİNİN DE BİR HİKÂYESİ
AYNI ZAMANDA...

Üç kuşak aynı fabrikada çalışan
Barut Ailesi üyeleri, bir arada
çalışmaktan büyük bir keyif almış.

Sene 1968... Bursa'nın Mustafake-
malpaşa İlçesi Tatkavaklı Beldesinde
o yöredeki pek çok insanın hayatını
değiştirecek bir fabrika yatırımı hayata
geçirildi. Tat Gıda Tatkavaklı Fabrikası
kuruluşundan itibaren bölgenin çeh-
resini değiştirdi ve o döneme kadar
tarım-hayvancılıkla geçinen bölge
halkına farklı bir gelir kapısı araladı.
Pek çok aileye iş olanağı da sağlayan
bu fabrikada, uzun yıllardır yaptığı ço-
banlık mesleğini bırakarak çalışmaya
başlayan Şerafettin Barut'la üç neslin
hikayesi başladı. Emekli olduğu yıla
kadar 25 yıl boyunca fabrikaya hizmet
veren Barut'un sadece kendisi değil
oğlu ve torunu da bu fabrikanın birer
çalışanı oldu. Dede Şerafettin Barut,
oğlu Selahattin Barut 18 yaşına girdi-
ğinde onun da fabrikada çalışmasına
öncülük etti. Ardından da torunu Hilmi
Barut fabrikada çalışmaya başladı.
"Burası nasıl bir aile fabrikası ise biz
de bir aile olarak buraya hizmet ettik"

diyen Şerafettin Barut hem kendisi
hem de aile üyelerinin bu fabrikada
çalışmasından oldukça memnun...

"BU FABRİKA VE MAKİNALAR BİZİM EKMEK TEKNEMİZ"

Fabrika çalışanı olarak hayatını
kazanan Barut Ailesi pek çok aile gibi
aynı zamanda tarımla da uğraşüyor.
Ektikleri domatesi kendi işleyen aile,
çalıştıkları kuruma ayrı bir sadakatle
de bağlı... Tatkavaklı Fabrikası'nda
30 yıl çalıştığını ve görevi süresince
çalışma koşullarından çok memnun
olduklarını ifade eden Selahattin
Barut, Tat Gıda'yla ilgili duygularını şu
sözlerle ifade ediyor: "Ekmek yediğim
yere ihanet edemeyeceğim için 30
seneden beri Tat Gıda'da çalışıyorum,
başka bir yerde çalışmak aklıma bile
gelmedi." Tat Gıda'nın kendilerini
sahiplenerek iş verdiğini ve hayatta
olduğu süre boyunca Tat Gıda'nın her
çağrısı üzerine fabrikanın yanında ola-
cağını belirten Barut, kendi çocuğu-
nun da hayatı boyunca bu firmanın bir
parçası olmasını dileğini ifade ediyor.

Aynı zamanda işini zevkle yapan
Selahattin Barut, iş yaparken 'ekmek
teknemiz' olarak tanımladığı makine-
lerle konuşuyor. Hatta genç çalışan-
ların buna şaşırdığını belirten Barut,
"Bana neden makinelerle konuştu-
ğumu soruyorlar. Ben makinalarla
konuşmazsam arkadaşım olduklarını
bilemezler ki" diyor.

KOÇ TOPLULUĞU BİZE GÜÇ VERİYOR

Tatkavaklı Fabrikası'nda nesilden
nesile çalışmak bir gelenek haline
gelmiş. Yöre halkının babadan oğula,
oğuldan da toruna prensibiyle çalış-
tığını söyleyen dede Şerafettin Barut,
"Burada çalışıp da ailemiz ile birlikte
geçimimizi sağlamamız çok kolay,
arkamızda da Koç Topluluğu gibi bir





Tat Gıda Başkan Vekili Semahat Arsel Tat Gıda Tatkovaklı Fabrikası'nı ziyareti sırasında Barut Ailesi'nin üçüncü nesil çalışanı Hilmi Barut ile biraraya geldi.

1968'DEN BERİ ÇALIŞIYOR

Fabrikanın üretim bölümünde bulunan kutu kapama makinesi, fabrika 1968'de kurulduğundan beri faaliyet gösteriyor. Makine fabrikayı ziyaret eden birçok yabancı heyeti de halen çalışabilme özelliğiyle şaşırtıyor.

destekçimiz olduğunu bilmek bize güç veriyor" diyor.

Fabrikada üretim bölümünde üç nesildir çalışan Barut Ailesi, Tat Gıda'nın kalitesinde üretim prensiplerinin büyük pay sahibi olduğunu şu sözlerle ifade ediyor: "Üretim ve kalite birimleri burada birlikte çalışıyor. Bu iki birimin bu denli yakın çalışması çoğu şirkette mümkün değil. Ben 'bu salça kötü olabilir' diyorsam kalite birimi gidip müdahale ediyor" diyor. Bu şekilde salçanın kalitesi anlık olarak takip edilerek gerekli müdahaleler yapılabiliyor. Barut Ailesi'ne göre Tat'ın 1968'den



bu yıla kadar yaptığı tüm salçaların aynı lezzet ve kalite üretilmesinin sebebi de bu...

MLMM PROJESİ İLE TAT'A YENİ YETENEKLER KAZANDIRILIYOR

Çevredeki meslek lisesinde okuyan öğrencilerin yüzde 70'i burada staj yapıyor. Gençler bu sayede henüz lisedeyken uygulama yapma fırsatı buluyor. Selahattin Barut, Meslek Lisesi Memleket Meselesi Projesi'nin Tatka-

vaklı Fabrikası'nın ekosistemine büyük bir katkısı olduğunu söylüyor. Fabrikada çalışan ailelerin çocuklarının iş güvencesine sahip olduğunu belirten torun Hilmi Barut da "Benim için de burada çalışmak çok güzel. Kasım'da askere gideceğim ve askerlik sonrası ne iş yapacağım konusunda sorunun olmayacak" diyor. Elektrik mezunu olan Hilmi Barut kuşaklar arası geçişin kendinden sonraki kuşakta da devam etmesini istediğini söylüyor.

“Aygaz Pazar Lideri Olma Konusunda İddialı”

AYGAZ MARDİN MERKEZ BAYİSİ ABDULVAHAP BİLGİÇOĞLU, 2008'DEN BU YANA YÜRÜTTÜĞÜ BAYİLİK FAALİYETLERİNİ, BÖLGESEL VE MERKEZ AYGAZ YÖNETİMİ İLE İLİŞKİLERİNİ VE TÜPGAZ SEKTÖRÜNÜN REKABET KOŞULLARINI DEĞERLENDİRDİ.

Ailesi ile birlikte Aygaz Mardin Merkez Bayisi'ni işleten Abdolvahap Bilgiçoğlu, bayiliğinin öncesinde eğitim ve inşaat sektöründe çalışmış. Emekli olmasının ardından kendi işini kurmak için araştırmalar yapan Bilgiçoğlu, Aygaz bayisi kurmaya karar vermiş. İşini kurduğu ilk günden bu yana Aygaz'dan her konuda destek gördüklerini söyleyen Bilgiçoğlu, “Aygaz, rekabet etmemiz ve maliyetin altında olmamak kaydıyla indirimler yapmamız konusunda bizi teşvik eder” diyerek gördüğü desteğin altını çiziyor.

Aygaz bayisi olmaya ne zaman karar verdiniz? Öncesinde neler yapıyordunuz?

Aygaz bayisi olmadan önce Mardin'de Halk Eğitim Müdürü Başyardımcısı olarak görev yapıyordum. 2008'de emekli olduktan bir süre inşaat sektöründe çalıştım. Sonra da Aygaz bayisi olarak çalışmaya başladım. Beş çocuklu büyük bir ailem var. Onlarla birlikte bayimizi işletmeye devam ediyoruz. Tıp fakültesinde okuyan bir de kızım var. O dahi, okulundan fırsat buldukça, tatillerde geldiğinde bize yardım ediyor. Çocuklarımın hepsi yetişkin olduğu için bana çok destek oluyorlar. Onlarla her şey daha kolay oluyor.

Bayiliklerinizden bahsedermisiniz? En çok hangi alanlarda faaliyet gösteriyorsunuz?

Aygaz bayisi olmadan önce başka bir markanın bayiliğini yapıyordum. Ardından Aygaz bayiliğine geçtik. Geniş



Mardin'in dar sokaklarında çalışan Aygaz Bayi, arabanın girmedığı sokaklarda yük hayvanı yardımıyla müşteriye ulaşıyor. Fotoğraf: Murat Germen

bir müşteri portföyüm ve artan bir satış kapasitem var. Mardin merkez bayiliğini yapıyorum ve Yenişehir'de de bir de istasyonumuz var. Mardin'de de eski bir dükkânımda Aygaz tüp satıyoruz. Ayrıca Kayacan bölgesinde 5 adet bayim daha var. Eski Mardin yerleşim bölgesinde bulunan oldukça dar sokaklarda tüp servislerini ise katır sırtında yapıyoruz.

Bağlı olduğunuz Aygaz yönetimi ve İstanbul bölge ile ilişkilerinize dair neler söylemek istersiniz?

Bizim 2008 yılından bu yana Koç Topluluğu ile çok güzel bağlarımız var. Mardin'de Koç Topluluğu herkese iş kapısı açıyor ve burada hangi esnafa sorarsanız Koç Topluluğu'ndan çok memnunuz. Biz Diyarbakır'da bulunan Aygaz yönetimine bağlıyız ve her konuda onlardan çok memnunuz. Aygaz'ın kurumsal kimlik uygulamaları konusunda çok sistematik bir çalışma sistemi var. Onun dışında kendi ticari kararlarımızı almakta serbestiz.

Bayiniz ve bölge bayileri ile ilişkilerine dair neler söylemek istersiniz?

Hem Diyarbakır bölge ile hem de İstanbul Genel Müdürlük ile iletişiminiz yasal sınırlar içinde çok iyi. Hemen hemen herkes beni tanıyor. Bölge bayileri olarak Aygaz reklam klibi çıktık, o çok güzel tepkiler aldı. Türkiye'deki tüm Aygaz bayileri ile hem rekabet etmekte hem de bu tarz tanıtım projelerinde birlikte çalışabilmekteyiz. Bölgemizde kış bazen çok zor şartlar altında geçiyor ve Aygaz'ın kamyonları gelmiyor. Böyle durumlarda yakın çevrede benden tüp isteyen bayiler olduğunda ben onlara yardımcı oluyorum. Geniş kapasiteli bir depomuz var ve her seferinde rezervimizde yeterli sayıda tüp mevcut oluyor.



Aygaz Bayi Abdulvahap Bilgiçoğlu'nun oğlu İsmail Bilgiçoğlu babasının iş yaşamındaki en büyük destekçisi.



Bizim 2008 yılından bu yana Koç Topluluğu ile çok güzel bağlarımız var. Mardin'de Koç Topluluğu herkese iş kapısı açıyor ve burada hangi esnafa sorarsanız Koç Topluluğu'ndan çok memnunuz.



Sizce Aygaz, tüp gaz sektöründe nasıl bir konumda, rekabet alanında size ne tür katkıları oluyor?

Aygaz pazar lideri olma konusunda iddialı. Bölgede Aygaz markası ile çetin bir rekabet var. Özellikle fiyat konusunda çok ciddi fiyat rekabeti bulunmakta. Rekabet etmemiz neticesinde de Mardin'de tüp gaz sektöründe iyi bir yere sahibiz.

Eski bir eğitimci gözüyle bölgede Koç Holding'in yürüttüğü, özellikle sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili neler söylemek istersiniz?

Koç Holding'in "Ülkem İçin" Projesi kapsamında özellikle eğitim ve sosyal alanda birçok proje yürüttüğüne şahit oluyorum. Düzenlenen sosyal sorumluluk kampanyalarını çok doğru buluyorum ve o projelerde birebir yer alıyorum.



“Çocukların Hayatına Dokunuyoruz”

KURULUŞUNDAN BERİ ON BİNLERCE GÖNÜLLÜ DESTEĞİ İLE FAALİYETLERİNİ SÜRDÜREN TÜRKİYE’NİN EN ÖNEMLİ VAKIFLARINDAN BİRİ OLAN TÜRKİYE EĞİTİM GÖNÜLLÜLERİ VAKFI (TEGV), TÜRKİYE’DE PEK ÇOK ÇOCUĞUN HAYATINA DOKUNMAYA DEVAM EDİYOR. TEGV BAŞKANI OKTAY ÖZİNCİ, TÜRKİYE’DE EĞİTİM ALANINDA YAPILAN VE YAPILMASI GEREKEN ÇALIŞMALARI VE TEGV’İN KURUMSALLAŞMA YOLUNDAKİ ADIMLARINI BİZDEN HABERLER DERGİSİ İÇİN DEĞERLENDİRDİ.

Başta Suna Kiraç olmak üzere bir grup sanayici, yönetici ve akademisyenin girişimi ile “devlet tarafından verilen temel eğitime destek olmak” amacıyla kurulan Türkiye Eğitim Gönüllü Vakfı (TEGV) bu konuya eğilerek Türkiye’de eksik kalan noktaları doldurmaya

gayret gösteriyor. Eğitim konusunda Türkiye’nin fırsat eşitliği yaratması gerektiğini ve bu eşitliğin sorunların çözümünde önemli rol oynayacağını belirten TEGV Başkanı Oktay Özinci, bu konuda sanayi kuruluşlarına önemli bir pay düşüğünün altını çiziyor.

Vakıf olarak bugüne kadar yaklaşık 2 milyon çocuğa ulaştıklarını söyleyen Özinci, “Masal perileri nasıl çocuklara dokunuyorsa biz de çocuklarımıza bu hassasiyetle dokunmaya çalışıyoruz ve onlara yeni ufuklar açıyoruz” diyor.

Vakıfçılığın gelişiminde iş dünyasının katkısının önemini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sanayi aslında toplumun bir parçası ve bu nedenle rolü son derece önemli. Toplum ne kadar varsa, sanayi de o kadar var, onun ayrılmaz bir parçası. Ben uzun yıllar profesyonel yönetici olarak çalıştığım ve sanayinin içinde de olduğum için biliyor, daha iyi değerlendirebiliyorum. Sanayi, Ar-Ge ile kendini geliştiriyor, yazılımlar üretiyor, yeni ürünler ve yeni segmentler geliştiriyor. Bunu yaparken de direkt ya da endirekt olarak sosyokültürel gelişimi sağlıyor. İşte, bunlar da sivil toplum anlayışının veya gönüllülük olgusunun temelini, yeşermesini sağlıyor. Onun için sanayinin rolü bu konuda son derece büyük.

Sağlıklı bir toplum inşa etmek kolay bir yolculuk değil. TEGV 1995 yılından beri bu amaç uğrunda faaliyet gösteriyor. Şimdiye kadar vakfın kazanımları ve topluma kazandırdıkları neler oldu?

Bu kuruluşun fikir annesi Suna Kırış ve arkadaşlarını bu konuda tebrik ve takdir etmek lazım. Çünkü bu tarz konularda herkes pek çok şey konuşur ama çoğunlukla harekete geçilmez. Ama onlar bu konuda çok büyük bir adım atmışlar ve biz de elimizden geldiği kadarıyla onun devamını getirmeye çalışıyoruz.

Oktay Özince: "Türkiye'nin doğusundaki de batısındaki tüm çocuklarımız bizim için bir cevher."



Eğitim konusunda herkesin bir fikri vardır ancak bu konuda kolay kolay adım atılmaz. Bu yüzden TEGV'in fikir annesi Suna Kırış'ı ve arkadaşlarını tebrik ve takdir etmek gerekir.

Türkiye'de TEGV'in bir misyonu var. Ayrıca TEGV'in kabul ettiği değerler ve ilkeler var. TEGV, topluma bu anlayışı, pozisyonu ve değerleri kazandırıyor. 2 milyona yakın çocuğa ulaştık diyoruz. Ama 2 milyon çocuğu sürekli eğitmedik. Zaten böyle bir imkânımız, görevimiz ya da öyle bir tanımımız da yok. Biz bu çocuklara kendi deyimi-mizle dokunduk. Masal perileri nasıl çocuklara dokunuyor da birkaç güzel yıldız bırakıyorsa biz de bu çocuklara dokunduk. Biz çocuklara TEGV'in misyonu ile ilgili, TEGV'in anlayışıyla ilgili fikirleri verdik, anlattık ve onlara tanıttık. Dolayısıyla o çocukların içerisinde bir TEGV kıvılcımı oluştu.



Oktay Özince:
“Hedeflerimiz
arasında TEGV’in
kurumsallaşmasını
tamamlamak ilk
sıralarda yer alıyor.”



Ayrıca 60 bin civarında gönüllümüz var. Bunların yarısından fazlası üniversite öğrencisi. Bu gençlerin başka yerlerde olmak yerine TEGV’de çocuklarla olmalarının onlara kazandırdığı muazzam şeyler var. Biz Türkiye’de toplumun en önemli konusunun eğitim olduğuna farkındalık sağladık ve sağlamaya devam ediyoruz.

Gönüllülük üzerine kurulmuş bir vakıfsınız ve çoğu gönüllünün ilk tercihisiniz. Birçok genç de söylediğiniz gibi TEGV gönüllüsü olarak çalışıyor. İlk tercih sebebi olmanızı nelere bağlıyorsunuz?

Biraz önce verdiğim 60 bin kümülatif bir rakam. Yaklaşık 3 senedir aktif olarak projelerimizde yer alan 8 ila 10 bin arasında gönüllümüz var. Niye TEGV’i seçiyorlar ve gönüllü oluyorlar? Söylediğim gibi bunda bir bütün olmamızın, örnek, öncü ve kurumsal olmamızın çok büyük bir rolü var. Yani gönüllü olacaksanız, burada ne iş yapacağınızı, kimle neler yapabileceğinizi ve bunların nasıl sonuç doğurabileceğini biliyorsunuz.

Hayırsever vatandaş ve kurumlar ortaya koydukları paranın nereye gittiğini bilmek istiyor. TEGV’in toplumdaki imajı da diğer bir tercih sebebi bana göre. Şeffaf olmamız ve hesap verebilir

OKTAY ÖZİNCİ

TEGV Yönetim Kurulu Başkanı

İstanbul’da 1950 yılında doğan Oktay Özinci Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu. İş hayatında 27 yıl kadar profesyonel yönetici olarak çalışan Özinci, 2000 yılından bu yana Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü’nde yarı zamanlı öğretim görevlisi olarak Stratejik Yönetim konusunda ders veriyor. Oktay Özinci ayrıca 2002 yılından bu yana gönüllü faaliyet olarak Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı Yönetim Kurulu üyesi; 2011 yılından bu yana da Yönetim Kurulu Başkanlığını yürütüyor.

olmamız büyük bir etken. Planlarımız, yaptıklarımız, faaliyet raporlarımız ve bilançomuz var.

Varoluş nedenlerinizden biri de eğitim konusunda devletin yetersiz kaldığı noktalarda çözümler üretilebilir. Bu noktada birçok şeyi devletten bekleme kültürünü kırarak fark yaratıyorsunuz. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Ülkemizin meselelerini ortaya koyduğumuzda her durumda karşımıza eğitim

çıkıyor. Maalesef Türkiye’de eğitimin seviyesi ve kalitesi yetersiz. Bunu devlete bırakmak da çözüm değil. Devletin şu an bütçesinden en büyük pay eğitime gidiyor. Kurucularımızla başlayan ve bizim de insanlara tekrar tekrar söylemeye çalıştığımız şey, insanların gelişmiş bir toplumda yaşamak için eğitime katkıda bulunmaları gerektiği gerçeğidir. Çocuğumuzun eğitiminin geneli için yaptığımız her çaba ve hareketin katlanarak geri geleceğini söyleyebilirim.

İşin bir başka tarafı ise Türkiye’de eğitimde fırsat eşitliğinin olmaması. Burada özellikle bölgesel anlamda baktığınızda sosyal gelir farkları ciddi bir eşitsizlik oluşturuyor. Ülke olarak görevimiz öncelikle bu eşitsizliği ortadan kaldırmak ve ikinci olarak genel kaliteyi mutlaka yukarı çekmektir.

Vakıfçılıkta en önemli konulardan biri de “sürdürülebilirlik”. TEGV olarak siz sürdürülebilir projeler üretirken nelere dikkat ediyorsunuz?

Bizim hedeflerimizden biri de kurumsallaşma. Biz ilk 10 yılımızdan sonra TEGV’in kurumsallaşabilmesi, kurucunun koruması altından çıkarak kendi başına yaşayabilecek ve buna devam edecek bir vakıf olabilmesi için çaba gösterdik.



Ülke olarak görevimiz öncelikle eğitimdeki fırsat eşitsizliğini ortadan kaldırmak ve genel olarak kaliteyi mutlaka yukarı çekmek olmalı.

Birleşmiş Milletler Kurumsal İlkeler Sözleşmesi, dünyadaki adaletsizliği, ölen çocukların sayısını azaltmayı, beslenmeyi düzeltmeyi, özetle de zenginler ile fakirler arasındaki farkı azaltmayı amaçlıyor. Bunu yaparken de sadece ülkelerin yetmeyeceğini görerek sanayi kurumlarının, şirketlerin katkısıyla bu anlayışı toplumun kademelerine yaymayı hedefleyen 8-10 tane çok basit ve eşitliği sağlamaya dönük küresel çabayı yerine getirmek gerekiyor. Ancak bunun için ben de çaba göstereceğim diyerek altına imza attığınız zaman bunun denetlemesini de yapmak lazım. Bu sadece logo koymakla olmuyor, bunun raporlamasını ve takibini de yapmalısınız. Örneğin dünyadaki karbon salınımını azaltmaya yönelik projeler var. Bizim de Mayıs 2011’de daha az makine ve kapasite kullanarak merkezi depolama bilgi sistemlerini kullanarak makinelerin daha az ısı ortaya çıkarması ve enerji kullanmasını göz önünde bulunduran ilerleme raporumuz var ve onu uyguluyoruz. Bu proje kapsamında görüntülü telefona geçtik ve bölgelerimiz arasında seyahat etmeden görüntülü konuşma yaparak toplantı yapabiliyoruz. Bu bizim hem masraflarımızı düşürüyor, hem çevre kirliliğini önlemeye katkıda bulunuyor.

TEGV sadece büyük şehirlerde faaliyet gösteren bir kurum değil. Türkiye’nin her bölgesine dağılmış vaziyette. Türkiye genelinde yaratmış olduğunuz bu fırsat eşitliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Faaliyetlerimizi, 36 ilde bulunan 10 Eğitim Parkı, 43 Öğrenim Birimi, 3 İl Temsilciliği ve tüm illere ulaşan 24



“Yaklaşık 10 bin civarındaki aktif gönüllü çalışmamızla, çocukların eğitim, bilim, sanat gelişimlerine katkı sağlayacak her alanda destek veriyoruz.”

Ateşböceği ile 80 noktada sürdürüyoruz. Oradaki yerel yönetimler ile temaslar kurarak onlardan yardım görüyoruz. Bu yaygınlaşmayı dalga dalga ilerletme şansına sahip oluyoruz. TEGV çocukları açısından baktığımızda ise derin bir yapılanmamız var. Türkiye’nin doğusundan da katılım çok yüksek. O bölgede aile başına 6, 7, 8 çocuk olabiliyor. Bize öyle çocuklar geliyor ki daha kimse

fotoğrafını çekmemiş. Evdeki çocukların arasında ismi bile karışanlar var. Bu çocuklar bir şey söylemeye kalksa ‘sen sus büyükler konuşur’ diyorlar. Çocuklarımız çok akıllı ve Amerikalı ya da Çinli bir çocuktan hiçbir farkı yok. Sadece onlara uygun ortam sunulmamış ve bu yüzden başarılı olamıyorlar. Özetle Türkiye’nin doğusunda ve batısındaki tüm çocuklarımız bizim için bir cevher.





İş Sağlığı ve Güvenliğinde Hedef Çıtayı En Yüksek Taşımak

Hızlı sanayileşme ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak kurumlarda "iş sağlığı" ve "iş güvenliği" kavramları önem kazandı. Türkiye'de ve dünyada iş kazalarını ve meslek hastalıklarını en aza indirmek amacıyla mevzuatlar oluşturuluyor, şirketler iş sağlığı ve güvenliği konusunda çalışmalar yapıyor. Koç Topluluğu'nda da çalışanların sağlık ve güvenliğine, fiziki çalışma ortamının sürekli iyileştirilip geliştirilmesine büyük önem veriliyor. Bunun için şirket çalışanlarına iş sağlığı ve güvenliği eğitimleri düzenleniyor. İşyeri hekimleri, iş sağlığı ve güvenliği uzmanları birçok uygulama yapıyor. Tüm bu uygulamalarla Topluluk genelinde risk değerlendirme faaliyetleri gerçekleştiriliyor ve sonuçlara göre tedbirler alınıyor. Topluluk işyerlerinde iş kazası istatistikleri tutuluyor, kaza sıklık oranı, kaza ağırlık oranı, kayıp işgünü sayısı gibi veriler düzenli olarak toplanıp yılda iki kez konsolide edilerek önceki yıllarla karşılaştırılıyor. Bunlara ilave olarak, Topluluk çalışanlarının muayeneleri ve periyodik sağlık taramaları da iş sağlığı uygulamaları arasında yer alıyor.

YILIN İKİNCİ TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Çalışanlarının sağlığını ve güvenliğini en temel iş unsurlarından biri olarak gören ve bu konuda birçok başarılı projeye imza atan Koç Topluluğu şirketlerinde de, işyerlerindeki iş sağlığı ve güvenliği uygulamalarının takip edilmesi, iyi uygulamaların yaygınlaştırılması ve gözden geçirme çalışmalarının yapılması amacıyla kurulan İş Sağlığı ve Güvenliği Koordinasyon Kurulu çalışmalarını sürdürüyor. Yıl içerisinde, her üç ayda bir toplanan İş Sağlığı ve Güvenliği Koordinasyon Kurulu, 2014 yılının ikinci toplantısını gerçekleştirdi. Yirmiye yakın Topluluk şirketinin katıldığı toplantıda, Koç Topluluğu'nun iş sağlığı ve güvenliği alanında en yüksek standardı hedeflediği dile getirilerek, farklı alanlarda faaliyet gösteren Topluluk şirketlerinin uygulamaları paylaşıldı. Toplantının açılış konuşmasını yapan Koç Holding Endüstri İlişkileri Koordinatörü İlber Aydemir, "Piyasada, birçok ülkede faaliyet gösteren şirketleri değerlendirdiğimde bu seviyede, bu denli hızlı, bu kadar yüksek kalitede, en iyi uygulamalarla hizmet veren bir kurumun olmadığını görüyorum" dedi.

Üç oturumda gerçekleşen toplantıda Koç Holding Endüstri İlişkileri Koordinatörü İlber Aydemir ve TürkTraktör İş Sağlığı ve Güvenliği Yöneticisi Murat Can Ocaktan moderatörlük görevini üstlendi. Toplantının ilk bölümünde iş sağlığı ve güvenliği alanındaki gelişmeler ve Türkiye'de yakın zamanda yaşanan iş kazaları Soma'daki maden kazası örneği incelemesi de dahil edilerek konu ele alındı. Demir Export Ankara merkez ofiste İş Sağlığı ve Güvenliği Yöneticisi olarak çalışan Julide Tunaseli, kömür üretimi ve nakliyat sistemi hakkında bilgi verdi. Tunaseli, tavan göçmesi, metan (CH4) patlaması, yangın ve su baskını kömür ocaklarındaki en büyük riskler arasında bulunduğunu ifade ederek, etkin risk yönetimi ile kömürün yeraltından emniyetli şekilde çıkarılabileceği bilgisini verdi. Hazırlık aşamasında bulunan işletmenin, üretime geçiş öncesi güncellenmeye başlanan risk analizlerinin, Avustralya firması SP Solutions önderliğinde devam ettiğini belirten Tunaseli, medyada sıklıkla gündeme gelen sığınma odaları hakkında da, yeraltı kömür işletmelerinde acil durumlarda tahliyenin esas olduğunu ve sığınma odaları yerine oksijen maskesi değiştirme istasyonlarının yapılması gerekliliğini vurguladı. Şirket olarak oksijen maskesinin yasal zorunluluk olması gerektiğini savunduklarını sözlerine ekleyen Julide Tunaseli, işletmede ilk maske değiştirme istasyonunun tamamlanarak, maskeler ile kullanıma hazır olduğunu ve önceliğin acil durumları önlemek olduğu bilinci ile çalıştıklarını açıkladı.

ÇALIŞANLAR İÇİN İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ KÜLTÜRÜ

Toplantının ikinci bölümünde, bir yandan Koç Topluluğu şirketlerinin iş sağlığı ve iş güvenliği alanındaki uygulamaları dile getirilirken, diğer yandan Topluluk şirketlerinde uzun vadeli politikalarla oluşturulması hedeflenen iş sağlığı ve iş güvenliği kültürünün önemi vurgulandı. TürkTraktör İş Sağlığı ve Güvenliği Yöneticisi Murat Can Ocaktan, Koç Topluluğu şirketlerinden yola çıkarak

Türkiye’de bu kültürün yaratılması ile ilgili düşüncelerini şu sözlerle açıkladı: “İş kazası araştırmalarında amaç, ‘keşke bu kaza olmasaydı’ raporu hazırlamak değil, proaktif olarak ‘nasıl önlem alınmalı’ sorusunu düşünerek uygulamaya yönelik çalışmalar ortaya çıkarmaktır.”

İş Sağlığı ve Güvenliği Koordinasyon Kurulu toplantısının son bölümünde ise, AB mevzuatında yer alan büyük endüstriyel kazaların kontrolü hakkındaki Seveso Direktifleri ele alındı. Koç Topluluğu şirketlerinin iş sağlığı ve güvenliği yetkilileri şu anda AB’de yürürlükte olan Seveso II Direktifleri ve 2015’te AB’de yürürlüğe girecek olan Seveso III Direktifleri hakkında bilgi alışverişinde bulundular.

Koç Holding Endüstri İlişkileri Koordinatörü İlber Aydemir’in toplantının gündem maddelerini özetleyen konuşması ile sona eren İş Sağlığı ve Güvenliği Koordinasyon Kurulu toplantısının bu yılki üçüncü organizasyonu Eylül ayında yapılacak.



MURAT CAN OCAKTAN

TürkTraktör İş Sağlığı ve Güvenliği Yöneticisi

Türk Traktör’de İş Sağlığı ve Güvenliği Kurulu’nun yaklaşık kırk yıllık bir geçmişi vardır. İş Sağlığı ve Güvenliği uygulamalarımızda ilk amacımız yasal mevzuata uyumdur. Bunun yanı sıra son dört yıldır Dünya Klasında Üretim değişim felsefesini benimsedik. Bu çerçevede İş Sağlığı ve Güvenliği alanında yaptığımız bir çok uygulama mevcuttur. Bu konuda adım adım izlediğimiz bir yol haritamız var ve her adımda yapmamız gereken farklı çalışmalar var. Burada ekibimiz çok önem taşıyor. İş sağlığı ve güvenliği açısından birinci sırada öncelikli alanı kendimize model olarak seçtik. Sistemin bizden beklediklerini orada adım adım gerçekleştiriyoruz ve değişik üretim birimlerinde yaygınlaştırıyoruz. Şu ana kadar yaygınlaştırma konusunda çok yol kat ettik.



BÜLENT GÖK

Arçelik İş Sağlığı ve Güvenliği Yöneticisi

Arçelik olarak çalışanlarımızın sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışmalarını sürdürmeleri birinci önceliğimizdir. İş güvenliği uzmanlarımız ve işyeri hekimlerimizin danışmanlığı ve rehberliğinde tüm çalışanlarımızın katılımı ile iş sağlığı ve güvenliği alanında farklı proje ve çalışmalar yürütülmektedir. İş kazaları ve meslek hastalıkları meydana gelmeden önce proaktif olarak tehlike ve riskleri tespit edip, önlemleri almak ve yaygınlaştırmak üzere uzmanlarımız ve ilgili birimlerin katılımı ile “Arçelik İş Sağlığı ve Güvenliği Yazılımı” üzerinde çalışmalar sürdürülmektedir. Çalışanlarımızın bilinç seviyesini artırmak ve sürekliliğini sağlamak üzere her yıl “Davranış Değişikliği”, “Risk Değerlendirme”, “Kaza Kök Neden Analizi”, “Patlamadan Korunma”, “Makine Emniyeti” gibi farklı konularda İSG eğitimleri düzenlenmektedir.



İLBER AYDEMİR

Koç Holding Endüstri İlişkileri Koordinatörü

Üretim şirketlerinde iş sağlığı ve güvenliği “olmazsa olmaz”lar arasındadır. Koç Topluluğu’nda endüstriyel üretim yoğunlukla yapıldığı için bu konuya çok büyük bir önem veriliyor ve uluslararası standartların üzerine çıkılması hedefleniyor. İş Sağlığı ve Güvenliği Koordinasyon Kurulu çalışmalarında da görülebileceği üzere tüm Topluluk şirketlerimiz bu konuda önemli yatırımlar yapmakta, hedeflerini yüksek tutmaktadır. Üst yönetimin ve Koç Holding’in iş sağlığı ve güvenliğine olan ilgisi de kurul çalışmalarımızı kolaylaştırmaktadır.



DR. SONER ERKAN

Koç Holding İşyeri Hekimi

Koç Holding’te ayda bir İş Sağlığı ve İş Güvenliği Kurulu toplanıyor ve iş sağlığı ve iş güvenliği konusunda çalışanlar için en üst düzeyde neler yapılabileceği konuşuluyor. Koç Holding çalışma koşulları çok üst düzey olduğu için meslek hastalıkları çok görülüyor. Biz burada özellikle ofis ergonomisi, psiko-sosyal durumlar ve hijyen üzerine çalışıyoruz. Hijyen konusunda dışarıdan bir firmadan hizmet alıyoruz. 3-4 ayda bir ortamdan, sebillerdeki sulardan, çalışanlardan el örnekleri alıyoruz. Her yıl portör dediğimiz çay ocaklarında, yemekhanede çalışanların boğazlarından, burunlarından örnekler alınıyor ve tüm çalışanların yıllık periyodik muayeneleri yapılıyor.



GÜNGÖR SAYLAÇ

Yapı Kredi Bankası İşyeri Hekimi

İş sağlığı ve güvenliğinde ergonomi ve psiko-sosyal boyutta çalışmalara ağırlık veriyoruz. Yapı Kredi Bankası’nın 1000 civarında şubesinin yaklaşık 800’ünün risk değerlendirmesi yapıldı. 15 lokasyonumuzda temel olarak iş güvenliği uzmanı, işyeri hekimi, yardımcı sağlık personeli bulunuyor, buralarda da periyodik muayeneler için tetkikler yaptırıldı. Bu 15 lokasyonun tetkiklerini tamamladık, sonuçlarını aldıktan sonra periyodik muayenelere başladık. İş sağlığı ve güvenliği konusunda politika yayımlandı. Bu ay itibarıyla yönetim kuruluna onaya çıkacak. Eğer onaydan geçerse bu belki sektörümüzde bir ilk olacak.

Arçelik, Atık Suları Geri Kazanıyor

SU TÜKETİMİNİN AZALTILMASI KONUSUNDA ÇALIŞMALARINI SÜRDÜREN ARÇELİK, GERÇEKLEŞTİRDİĞİ PROJELERLE ÇEVRESEL SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE ÖNCÜLÜK EDİYOR.

Türkiye’de çevresel sorunların çözümüne yönelik çalışmalarla adından söz ettiren Arçelik, geri dönüşüm çalışmalarını hızla sürdürüyor. Çamaşır Makinesi İşletmesi’nde başlattığı “Biyolojik Arıtma Tesisi Çıkış Suları ile Yağmur Sularının Geri Kazanımı Projesi” ile üretim süreçlerinde kullanılan suyun, atık sudan ve yağmur suyundan elde edilmesini sağlıyor.

55 m³

ARÇELİK ÇAMAŞIR MAKİNESİ İŞLETMESİ’NDE AR-GE VE KALİTE LABORATUVARLARI İLE BOYAHANEDEN GÜNLÜK SAF SU İHTİYACI.

384 m³

ARÇELİK ÇAMAŞIR MAKİNESİ İŞLETMESİ’NDE AR-GE VE KALİTE LABORATUVARLARI İLE BOYAHANEDEN GÜNLÜK PROSES SUYU İHTİYACI.

683.823 TL

ARÇELİK’İN PROJE İÇİN GERÇEKLEŞTİRDİĞİ YATIRIM MALİYETİ.

368.015 TL

İSTİSKA’NIN PROJEYE YAPTIĞI KATKI.

%35

2012 YILINA GÖRE 2013 YILINDA ÜRÜN BAŞINA SU TÜKETİMİNDEKİ AZALMA ORANI.

76.024 m³

2013 YILINDA GERİ KAZANILAN ATIK SU MİKTARI.

330.000 TL

ATIK SU GERİ DÖNÜŞÜM PROJESİNİN 2013 YILI GETİRİSİ.

SEK YOĞURT. TAZELİĞİ VE DOĞALLIĞI SEK GÜNLÜK SÜT'TEN.



sek.com.tr
f /sekdunyasi



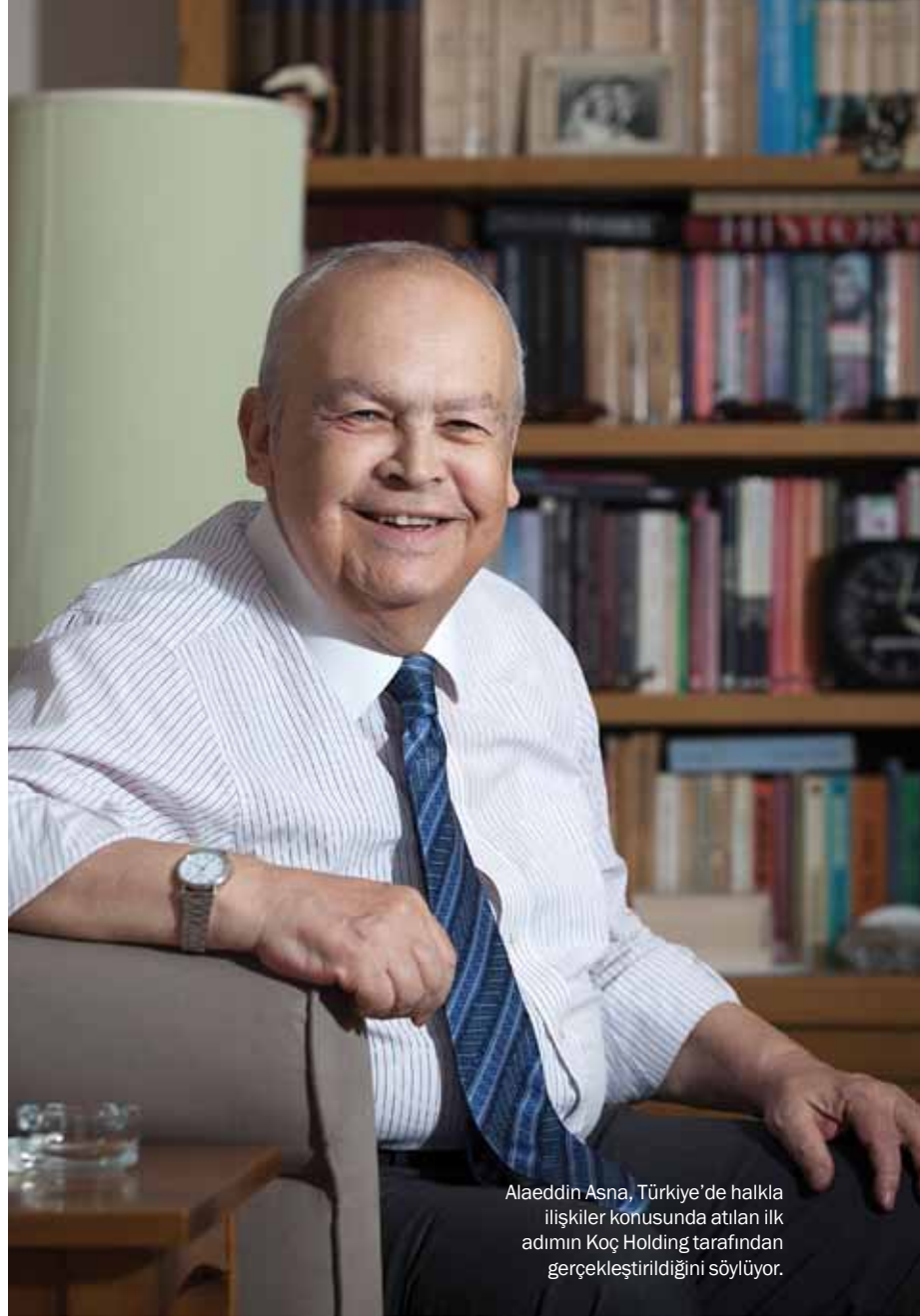
“Halkla İlişkilerde Başarı, Göğsünü Gere Gere Anlatabilmektir”

BİZDEN HABERLER
DERGİSİ'NİN
YAYINLANMASINDA DA
EMEĞİ GEÇEN TÜRKİYE'NİN
HALKLA İLİŞKİLER DUAYENİ
ALAEDDİN ASNA, SEKTÖRÜN
TÜRKİYE'DEKİ GELİŞİMİNİ
VE BUGÜN GELDİĞİ NOKTAYI
BİZDEN HABERLER DERGİSİ
İÇİN ANLATTI.

Halkla ilişkileri bir toplum olayı olarak tanımlayan sektörün kurucusu ve duayeni Alaeddin Asna, “Ekonomik her olayda yapılanlar kendinize katkılardır. Halbuki halkla ilişkiler topluma katkıdır” diyor. Koç Holding'in halkla ilişkiler departmanının da kuruluşunda yer alan Asna, Topluluğun kurucusu Merhum Vehbi Koç'un halkla ilişkiler fikrine çok zor ikna olduğunu, ancak daha sonra en önemli savunucuları arasında yer aldığını belirtiyor. Asna'ya göre Koç Holding'in Cumhuriyet'in 50. yılı anısına İstanbul'a hediye ettiği Atatürk Kıtıplığı da özel sektörün halkla ilişkiler projeleri arasında en çok ses getiren projelerin başında yer alıyor.

Türkiye'de halkla ilişkiler sektörünün ilklerine imza attınız. Türkiye'de sektörün kuruluşu hangi aşamalardan geçti? Hangi kuruluşlar öncülük etti?

Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden mezun olduktan sonra ABD'de Michigan Devlet Üniversitesi'nde İletişim Sanatları Bölümü'nde yüksek lisans yaptım. Eğitimimi tamamladıktan sonra Ankara'ya döndüğümde Devlet Planlama Teşkilatı'nda çalıştım. DPT'de hedefim planlı kalkınma fikrini top-



Alaeddin Asna, Türkiye'de halkla ilişkiler konusunda atılan ilk adımın Koç Holding tarafından gerçekleştirildiğini söylüyor.

luma yerleştirmektir. Bu zaten halkla ilişkiler. Sonra, Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü'ne geçtim. Orada Halkla İlişkiler Müdürü oldum. Orada da doğum kontrolü fikrinin halka yerleştirilmesi, anlatılması öğretilmesi konusunda çalıştım. O da bir halkla ilişkiler çalışmasıydı. Sonra askere gittim, herkesi mesleği ile ilgili bir yere veriyorlar, benim mesleğim iletişim yazıyor. Milli Savunma Bakanlığı'nın Basın ve Halkla Münasebetler Daire Başkanlığı'na verdiler beni.

Orada çalışırken Siyasal Bilgiler'e bağlı Basın Yayın Yüksek Okulu kuruldu. Onlar halkla ilişkiler eğitimi veren okulları araştırmışlar dünyada ve iki üç okuldan biri olan Michigan State Üniversitesi'ne mektup yazmışlar, "bize bir halkla ilişkiler hocası gönderin" diyorlar. Cevap geliyor, "Ülkenizde Alaeddin Asna var, onunla iletişime geçebilirsiniz." Ben askerim, yedek subaylığımı yapıyorum o zaman... Beni arayıp buldular askerde ama Genelkurmay Başkanı Cemal Tural Paşa, askerlik dışındaki konulara fazla izin vermeyen bir insan olarak biliniyor. Kendisine görüşmeye gidiyorlar. Cemal Paşa'nın kabul etmesinin ardından ben salı günleri Ankara Basın Yayın Yüksek Okulu'nda halkla ilişkiler dersi vermeye başladım üniformayla. Ertuğrul Özkök gibi öğrencilerim vardı. Hava sıcak olduğunda bahçede ders yapardık.

O dönemde İstanbul'da da basın yayın okulu kurulması çalışmaları başladı. Aynı dönemde Koç Topluluğu da halkla ilişkiler departmanı oluşturmak istiyordu. Nasıl kurulsun, kim yapacak? Ankara Basın Yayın Yüksek Okulu ile yazıyorlar. Sonunda orada da Alaeddin çıkıyor. İstanbul'a gittim, Koç Holding'in Halkla İlişkiler Müdürü oldum. Nermin Hoca çok kızdı tabii bırakıp gidiyorum diye. Ama ben yaklaşık iki sene her ay Ankara'ya gidip ders vermeye devam ettim. Sonra başka arkadaşlar yetiştiler. Koç Holding'den sonra Eczacıbaşı, Sabancı ve Yaşar grupları da halkla ilişkiler departmanları kuruldu.

Özel sektörde ilk halkla ilişkiler departmanını Koç Holding oluşturdu. Koç Holding'de halkla ilişkiler fikrinin nasıl oluştuğunu anlatır mısınız?

Koç Holding'de halkla ilişkiler gibi bir ünite olması fikri, Rahmi Koç, Suna Kırac ve Can Kırac'tan geldi. O dönem Türkiye'de öyle bir şey yok. Ben Amerika'dan gelmişim, böyle bir meslekle beraber, Rahmi Bey yurt dışı ziyaretlerinde bu konuyla ilgili araştırma yapmış. Suna Kırac yine öyle...

İş yaptıkları yabancı kuruluşlar var, Ford gibi. Onların hepsinin halkla ilişkiler departmanları var. Vehbi Bey'i ikna etmeye çalışıyorlar. Vehbi Bey'i beş senede ikna ettiler. Vehbi Bey, "Para getirmeyecek bir meslekte çalışılır mı?" diyordu. "Halkla ilişkiler bir şey satmıyor. Niçin holdingde böyle bir ünite açılın" diye baştan tepki gösterdi. "Getirisi olmayan bir yatırım yapılmaz" diye düşünüyordu. Beş yıl boyunca halkla ilişkilerin gerekli olduğuna ikna etmek için uğraştılar. Ancak ikna olduktan sonra en çok yararlandığı, en çok başvurduğu ünitelerden biri haline geldi halkla ilişkiler. Mesleğin en önemli savunucularından biri oldu. Sabah yedi buçukta bana telefon ederdi, bir gün evvel ne olmuşsa onu öğrenmek için, akşam herkes evine gider, saat sekiz buçuk, ben hala orada olurum. Bir de Vehbi Bey olur.



Vehbi Bey halkla ilişkiler departmanı oluşturmak konusunda zor ikna olsa da, daha sonra bu sektörün en büyük savunucularından biri oldu.

O dönemde Koç Holding'in ilk halkla ilişkiler uygulamalarından örnek verebilir misiniz?

Özel sektörde ilk defa olduğu için çok hoş bir uygulama olduğunu düşündüğüm Atatürk Kitaplığı Projesi vardı. 1973 yılıydı. Ben Koç Holding'e yeni girmiştim. O yıl aynı zamanda Cumhuriyet'in de 50. yılıydı. Her özel sektör kuruluşu kutlamak için kendi içinde bir şeyler yapıyor. Kimisi kitap bastırıyor, kimisi dergi çıkarıyor, kimisi burs veriyor, öğrenci yurdu açıyor. Biz dedik ki farklı ve kalıcı bir şey yapalım. Taksim'deki Koç Kitaplığı Projesi'ni hayata geçirdik. O zamanlar İstanbul Devlet Kütüphanesi Beyazıt'ta ahşap bir binadaydı. Her an bir yangında tüm kitaplar yanabilirdi. Dedik ki "Bu kitapları buradan kurtaralım." Mimar Sedat Hakkı Eldem projesini hazırladı. Orası farkındaysanız hem Cumhuriyet'in elliinci yılını kutlayan hem de Türk mimari kültürünü koruyan bir yapı oldu. Yalnız Türkiye'de değil, dünyada da ses getiren bir proje oldu.

Bizden Haberler Dergisi'ni de ilk çıkaranlardan birisiniz sanırım.

Şöyle oldu, Can Kırac Bey İzmir'de Bizden Haberler Dergisi'ni yapmaya başladı. Sayfa kadrajlarını Manajans ile başladılar. Ondandır Can Bey de İstanbul'a geldi, İstanbul'da biz birlikte devam ettik.

Halkla ilişkiler sektörünün kucusu ve duayeni olarak sektörün Türkiye'de kat ettiği merhaleleri değerlendirebilir misiniz?

Türkiye'de halkla ilişkilerin aşamaları, benim mesleki aşamalarımla paralel gitti diyebilirim. Çünkü Türkiye'de halkla ilişkiler konusunda çalışan ve bu mesleği icra ettiği için maaş alan ilk insan benim. Halkla ilişkiler eğitimi üniversitede ilk başlatan benim. Halkla ilişkiler konusunda ilk kitabı yazan benim. Bunda tabii benim hoca olmamın da etkisi var çünkü herhangi bir insan olarak bir şey söylediğinizde kabul görür mü bilmiyorum ama profesör olduğunuz zaman, fakültenin dekanı olduğunuz zaman "o söylediğine göre bir şey var" demeye başlıyorlar tabii ki.



HALKA İLİŞKİLERİN DUAİYENİNDEN SEKTÖR KİTAPLARI



● Önce İletişim Vardı (Derin Yayınları, 2003)



● Bir PR'cının Meslek Anıları (Media Cat Yayınları, 2004)



● Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler (Pozitif Yayıncılık, 2006)



● İletişim Hayatı "Alâeddin Asna Kitabı" (Söyleşi: Deniz Gökçe İnceoğlu, İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2009)

Şirketler halkla ilişkiler stratejilerini oluştururken size göre nelere öncelik vermeli, nelere dikkat etmeli?

İki şeyi belki beraber söylemek lazım: birincisi halkla ilişkiler bir toplum olayı. Dolayısıyla ekonomik her olayda, ticarette, satışta, sanayide sizin yaptığınız şeyler kendinize katkılardır. Halbuki halkla ilişkiler topluma katkılardır. Siz toplumun ihtiyaçlarına bakıyorsunuz önce, neler lazım, onları para da harcayarak halkla ilişkilerde kullanmak istiyorsunuz. Dolayısıyla halkla ilişkiler eşittir toplumsal katkı diyebilirsiniz. Yaptığınız iş eğer toplumsal bir iş ise, o zaman göğsünüzü gere gere birtakım şeyler söyleyebilirsiniz ki, zaten halkla ilişkilerde yapılacak şey, "göğsünü gere gere anlatabilmek"tir. Eğer anlatamıyorsanız, yanlış bir şey yapıyorsunuz demektir. İkincisi yaptığınız işleri gazetelere gönderiyorsanız, haber değeri taşıması lazım. Haber değeri taşımayan hiçbir şey haber değildir. Arkadaş hatırıyla bu işler yürümüyor. Yürüyecek zannedenler oldu. Arkadaşlıkla ahbablıkla bu işleri yürüteceğini zannedenler oldu. Bir de güzel mini etekli kızlarla bu işin yürüyeceğini zannedenler oldu, ikisi de olmadı. Eskiden zenginler gazetelerde fotoğrafları çıktığında halkla ilişkiler yaptıkla-

rını zannederlerdi. Onun için de kendi çocuklarını bu işlere koyarlardı. Sonra bunun ciddiyetle bağdaşmadığını anladılar. Gazeteler anladı ve kızmaya başladı bu işe. Sektörden de tepkiler gelmeye başlayınca bu işlerden vazgeçildi. Ben de bunun önüne geçmek için çok mücadele verdim.

Son dönemde dijital medya, sosyal medya çok hızlı gelişti. Basılı medyanın özellikle de gazetelerin ömrünü tamamladığını iddia edenler var. Bu süreçte halkla ilişkilerin yeri nasıl şekillenecek?

Yazılı medya yerini sosyal medyaya, dijital medyaya bıraktığında iki türlü zorluk söz konusu. Birinci benim yaşımda olan insanların gazete okuma alışkanlıklarını değiştirmeye çalışıyoruz. "Youtube'da gördük, Twitter'da böyle yazdı" dediğinizde bizim kuşağımızda bu kabul görmüyor. Medya dediğimiz olay bizim alışageldiğimiz mesaj iletme sürecinden farklılaşıyor. O nedenle de eskiler özellikle bu sürece karşı çıkıyorlar. Medyadaki mesaj kabul gördüğü zaman, işitildiği zaman etkili. Dolayısıyla ben sosyal medyanın çok uzun ömürlü olacağını düşünmüyorum. Her şeyin bir gelişme sınırı var. Söz konusu olan insan ilişkileri. Önemli olan mesajı göndermek ve mesajı kabul edilir hale getirmek. Mesaja bir cevap alabilmek.

Bu mesleği seçmek isteyen gençlere yönelik bir mesajınız var mı? Gençlere ne söylemek istersiniz?

Halkla ilişkilerin kullandığı alet çok önemli. O da dil. Onun için dili bilmek zorundayız. Dilimze sahip olmak veya hakim olmak zorundayız. Onu sağlar-sak büyük ölçüde problemleri çözmüş olacağız. Kaldı ki halkla ilişkiler sosyal bir olay. Onun için sosyal olayların konuşmaya, mesajı gönderip almaya çok ihtiyacı var. Bu sadece kendi dilinizle de olmuyor, çok güzel Türkçe konuşuyorsunuz ama bu da yetmez, İngilizce, Fransızca da bilmeniz lazım. Dışardan gelen insanlarla iletişim kurmanız, yabancı yayınları okumanız, uluslararası toplantılara katılmanız lazım. Dolayısıyla anadilinizi ve birkaç başka dili de çok iyi bilmek durumundasınız.

Bazı yatırımların karşılığını
anında alırsınız.



YAPI KREDİ ÜLKEM İÇİN FONU

Yaptığınız yatırımın bir çocuğu gülümseteceğini bilmek sizi de mutlu etmez mi? Ülkem İçin Fonu'na yaptığınız yatırımla okullarda engelli öğrencilere uygun koşullar sağlanıyor, verdiğiniz destekle eğitime engel kalmıyor.

yapikredi.com.tr
444 0 444



 **YapıKredi**



Nesnelerin Hikâyesi Gün Yüzüne Çıkıyor

KOÇ ÜNİVERSİTESİ'NİN ARKEOLOJİ VE SANAT TARİHİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI ÖĞRENCİLERİ, "MASUM BİR KENT: GÜNDELİK İSTANBUL ÜZERİNE MÜTEVAZİ FİKİRLER" ADLI SERGİLERİYLE SANATSEVERLERLE BULUŞUYOR.

Sanatın evrensel dilini toplum ile buluşturan Vehbi Koç Vakfı'nın sanata verdiği önem, Vakfın en büyük yatırımlarından biri olan Koç Üniversitesi'nde de kendini gösteriyor. Koç Üniversitesi Arkeoloji ve Sanat Tarihi Yüksek Lisans Programı öğrencileri, Koç Üniversitesi öğretim üyesi Ian Alden Russell'in küratörlüğünde Nobel ödüllü yazar Orhan Pamuk'un "Masumiyet Müzesi"nden esinlenerek "Masum Bir Kent: Gündelik İstanbul Üzerine Mütcevaz

Fikirler" adlı serginin kapılarını açtı. Koç Üniversitesi Anadolu Medeniyetleri Araştırma Merkezi'nin (AnaMed) ev sahipliğinde gerçekleşen ve 3 Eylül tarihine kadar sanatseverleri ağırlayacak olan serginin hikâyesi Russell'in 2012 yılında Masumiyet Müzesi'ni ziyaret etmesiyle ortaya çıktı. Müzeyi ziyaret edenlerin çoğunun Orhan Pamuk'un Masumiyet Müzesi kitabını okumadığını fark eden Russell, onların Türkiye'de ve İstanbul'da her zaman

kullanılan nesnelere ne anlamlar yüklediklerini düşünmeye başladı. "Müze, gündelik hayatımızda kullandığımız nesnelerin, bizde ne kadar çok mekân algısı uyandırdığını gördüm ve bundan etkilendim" diyen Russell, Müze'nin kataloğunda yayımlanan Orhan Pamuk'un gündelik hayat üzerine müze ve sergi açma çağrısı yaptığı "Müzelerin Mütcevazı Manifestosu"nu da okuduktan sonra bu konuyla ilgili çalışmalarını hızlandırdı.



“İnsanlar, gündelik nesneler hakkında hikâyelerini anlatırken kendilerinden bir şeyler paylaşıyorlar. Onların bu paylaşma isteklerine saygı duyuyorum ve bu, bana ilham veriyor.”

GÜNDELİK NESNELERİN HİKÂYELERİ ANLATILIYOR

“Onun bu çağırısı üzerine harekete geçmenin bir onur olacağını düşündüm” diyen Russell, Koç Üniversitesi’nde Tasarım Mirası dersini alan yüksek lisans öğrencilerinden Masumiyet Müzesi’ni gezmelerini ve Müze’de onlar için bir anlamı olan nesneleri belirlemelerini istedi. Russell, bu projede nesnelerden yola çıkarak çalışmayı tercih etmesinin sebebini şu sözlerle açıklıyor: “Gündelik nesneler vasıtasıyla öğrencilerimi, iş arkadaşlarımı, yerel halkı daha iyi tanıdım. Kahve fincanı kadar basit bir nesnenin insanlar arasında nasıl bir bağ yarattığını görmek beni hep şaşırtmıştır. İnsanlar, gündelik nesneler hakkında hikâyelerini anlatırken kendilerinden bir şeyler paylaşıyorlar. Onların bu paylaşma isteklerine saygı duyuyorum ve bu, bana ilham veriyor.”

Masumiyet Müzesi’nde yüksek lisans öğrencileri için en fazla anlam ifade eden otuzdan fazla nesne arasından grubu en çok etkileyen 12 nesnenin seçildiği sergide, çay bardağı, saat, saç tokası gibi gündelik eşyaların hikayeleri haritalama, illüstrasyon, fotoğraf ve kent sakinlerinden ödünç alınan objeler aracılığıyla anlatılıyor. Amerikalı sanatçı Mark Dion’un “The Jenks Society for Lost Museums” (Jenks Yitik Müzeler Topluluğu) adına Masumiyet Müzesi’ne ithafen gönderdiği kartpostalın da yer



– 01 –

Hasan Deniz’in gözünden biriktirilmiş kolonya şişelerinin hikayesi.



– 02 –

– 02 –

Masumiyet Müzesi’ndeki nesnelerden biri de çay bardağı. Fotoğraf: Community Museum Project.



– 03 –

Hakan Çağlav’ın gözünden “Kazanan” ve “Kaybeden”.

aldığı sergide kurguyla gerçek hayat arasındaki çizgi derinleşiyor. Çalışmaların fotoğraf sanatçısı Hasan Deniz’in İstanbul’un tarihi sokaklarında çektiği fotoğraflar eşliğinde kurgulanması da nesnelerin hikâyelerinin çıkış noktası olan İstanbul ve kent sokaklarıyla olan bağını güçlendiriyor.

“Masum Bir Kent: Gündelik İstanbul Üzerine Mütevazı Fikirler” adlı serginin hazırlık aşamasından bu yana Koç Üniversitesi ve Koç Üniversitesi

Anadolu Medeniyetleri Araştırma Merkezi’nden (AnaMed) oldukça çok destek gördüklerini belirten Russell, “Bu serginin, insanların, hikâyelerini ve milli kültür üzerine çalışan kurumların gözden kaçırdığı nesnelerin saygınlığını, güzelliğini, değerini ve önemini gösterecek bundan sonraki projelerin başlangıcı olmasını umuyoruz” dedi ve sergilerin gençlerin fikirlerini profesyonel bir ortamda paylaşmalarını ve sergi açma konusunda tecrübe kazanmalarını için çok önemli olduğunun altını çizdi.



“Her şeyi kalıcı hâle getirme arzum var”

ULUSLARARASI SAVAŞ FOTOĞRAFÇISI, GAZETECİ, BELGESEL YAPIMCISI, MACERACI BİR GEZGİN... COŞKUN ARAL, ÇEKTİĞİ FOTOĞRAFLAR, KAÇIRILAN BİR UÇAKTA KORSANLARLA YAPTIĞI RÖPORTAJ VE DAHA BİRÇOK SIRA DIŞI ÇALIŞMASIYLA TÜRKİYE'DE VE DÜNYADA ADINDAN BAHSETTİREN BİR İSİM. TÜRKİYE'NİN İLK BELGESEL KANALI İZ TV'Yİ DE HAYATA GEÇİREN ARAL, MESLEK HAYATI BOYUNCA YAŞADIKLARINI VE GELECEKTEKİ PROJELERİNİ BİZDEN HABERLER DERGİSİ'NE ANLATTI.

Haberleri, fotoğrafları ve belgeselleriyle Türkiye'de ve dünyada birçok başarıya imza atan Coşkun Aral'ın hikâyesi Siirt'te başladı. Fotoğrafa ve habere olan ilgisi, Aral'ı “insanlık için çalışan” bir doktor olma idealinden başka bir profesyonel tercihe

yönlendirdi ve Coşkun Aral, 1974 yılında Günaydın Gazetesi'nde çalışmaya başlayarak gazeteciliğe ve fotoğrafçılığa ilk adımı attı. 1977 yılında yaşanan 1 Mayıs olayında çektiği fotoğraflar, 14 Ekim 1980'de kaçırılan uçakta dünyada ilk kez

hava korsanlarıyla gerçekleştirilen röportajla adını duyuran Aral, meslek hayatında birçok savaşa tanıklık etti. Lübnan, İran, Irak, Afganistan, Kuzey İrlanda, Çad ve Uzakdoğu'da meydana gelen savaşlar vücudunda izler bırakırken, ona diğer insanlar-

dan farklı yaşamışlıklar da kattı. Her şeyi kalıcı hale getirme arzusuyla çalıştı. Aral, son yıllarda daha sakin bir hayat yaşamayı tercih etti. Ford Trucks Sanat Atölyesi'nin üç yıldan bu yana düzenlediği "Kamyoncuların Hayatı/Yollar Sizin Gözünüzle Daha Çekilir Olsun" fotoğraf yarışmasında danışmanlık yapan Aral, "Birçok ilkim var. Dünyanın kaderini belirleyen son 25 yılda, birçok insanla birçok şey paylaştım. Onlardaki beni, bendeki onları aktarmak istiyorum" diyor ve yaşadığı savaşların öyküsünü yapacağına sözlerine ekliyor.

Türkiye'de ve dünyada birçok başarıya imza attınız. Mesleğinizde ve bu başarılarınızda sizi siz yapan, sizi diğer insanlardan farklılaştıran unsurlar neler oldu? Diğer insanlardan çok farkımın olduğunu düşünmüyorum. Benim sadece her şeyi bir belgeye dönüştürme, kalıcı hale getirme arzum var. Türkiye'de bunu yapan çok az insan bulunuyor. Ben de onlardan biriyim. Aslında bir mesaj taşıyıcıyım sadece.

Fotoğrafta çok iyi olduğumu söyleyemem. Ben bir haber fotoğrafçısıyım. Sanatsal kaygım da var, olmasını da arzu ediyorum ama sanat fotoğrafçıları gibi değil. Fotoğrafta da ışık temel faktördür, bunun saatlerini ben belirleyemiyorum. Ayırdığım zaman belirliyor. O yüzden sanata, sanat kaygısına zamanım uygun olursa ağırlık verebiliyorum. Bizim yaptığımız sanat değil, biz sadece belgeciyiz. Bundan bin yıl önce yaşasaydım belki taşlara resim yapardım, minyatür yapardım ya da gravür yapardım. Benim derdim aktarmak.

1974 yılında başladığınız meslek hayatınızda çok şey yaşadınız, çok şeye tanık oldunuz. Hayatınızda dönüm noktası sayılabilecek olayları ve bunların sizde bıraktığı izleri anlatabilir misiniz? Çok kez yaralandım, çok kez kurşun sıyırdı, mayın sıyırdı, kucağımdaki çocuk merminin hedefi oldu, bindiğim araba havaya uçtu, komada kaldım. Bunlara benzer çok olay yaşadım.

Onun için hayatımda bir dönüm noktasından bahsedemiyorum. Küçük bir toplu iğnenin acısı bile insanı her şeyden alıkoyabiliyor. Üst çenem takma, ayağımın üzerinden 1.5 ton top arabası geçti, dolaşım sistemim kötü, yükler ve yürüyüşler dizlerime ve omurgama zarar verdi. Soğuklardan, zatürrelerden ciğerimin bir kısmı gitti. Beynimde aldığım darbelerin izleri var.

Önümde bir insanın kafası kesilirken korkuyorum, ama şu anda internette ya da televizyonda canlı kafa kesme sahneleri yayınlanıyor. Bunların hepsi benim için bir dejavu. Bu işin en büyüğü, en küçüğü yok. Bazen 1-2 saatlik alikonma bile zor olabiliyor ki ben günlerce de alıkondum, işkenceleri gördüm. Kendimce bunların izlerini yaşıyorum.



Bizim yaptığımız sanat değil, biz sadece belgeciyiz. Bundan bin yıl önce yaşasaydım belki taşlara resim yapardım, minyatür ya da gravür yapardım.

Meslek hayatınız boyunca gördüğünüz, yaşadığınız olayları aktarmak için çalıştığınızı ifade ediyorsunuz. Özellikle 2000 yılının Temmuz ayında yayımladığınız "Sözün Bittiği Yer" isimli fotoğraf albümünde insanları etkileyen birçok kareye yer verdiniz. Bu sahnelere tanık olduktan sonra hayata bakış açınızda neler değişti?

İnsanoğlunun eksisi ve artışı var. Mesela dünyada yamyamlık tekrar başladı, Suriye'de bir insan diğerinin kalbini yedi. İhtiyaçtan değil, bunu yaparken haz alan insanlar var. Ben buna başka yerlerde tanık olmuştum. Afrika'da Liberya'da tanık olmuştum. Bu, yarın Türkiye'de de olabilir. Çünkü insan beyni zaman zaman o milyon yıllık oluşumda en dipte kalmış özelliklerini üste çıkarabiliyor, hemcinsini yiyecek kadar bile vahşi olabiliyor.

Yaşamı belirleyen bizim algımız, gözlemlerimiz, meraklarımız. Bunların sonucunda bazı dersler çıkarıyoruz ve onların bir şekilde tekrarlanmamasını istiyoruz. Fakat günümüzde içimizde var olan o dipteki özellikler hep var. ortaya çıkıyor.

İnsan olarak bütün yaşadıklarımızdan ders alıyoruz. Habercilikte 5N 1K vardır. Neden, niçin, nasıl, ne zaman ve kim diye sorulur. Niçin en son sorulacak sorudur. O zaten sizin olgunlaş-



Coşkun Aral, 14 Ekim 1980 günü kaçırılan Diyarbakır uçağında, dünyada ilk kez hava korsanlarıyla röportaj yaptı.

ma sürecinizin bir belirtisidir. O soruları sorduğunuz zaman zaten bir yere varabiliyorsunuz. Ben niye varım, nasıl buraya geldim gibi... Ben bu şekilde dünyayı sorgulayanlardanım.

Türkiye'nin ilk bilgi ve belge kanalı İz TV'nin yöneticilerinden birisiniz. Belgesel kanalı olarak toplum üzerinde iz bırakmayı hedeflediğiniz İz TV'nin şu anda geldiği yeri değerlendirebilir misiniz?

İz TV'nin kuruluşunda ekonomik olarak çok zorlandık, hâlâ da zorlanıyoruz çünkü Türkiye'de belgesel bir kazanç alanı değil. Türkiye'de belgeseli yapmanın dışında bir de yayınlamak için para veriyorsunuz çünkü belgeseller reklam almıyor. Yayın platformunda futbola ayrılan bütçenin binde biri bize ayrılrsa ya da ulusal kanalların yarısı kadar imkânımız olsa, o zaman çok daha farklı şeyler yapabiliriz.

İz TV, çok tanınan ve ciddiye alınan bir kanal oldu. Şu anda belli paketler dâhilinde izlenebiliyor. Gönül ister ki, İz TV herkesin izleyebileceği bir platforma gelsin çünkü bizim hedef kitlemiz bütün insanlar. Her gün programlarla ilgili bize yorumlar geliyor. Bunlara baktığınızda birilerinden çok nefret ediyorlar, birilerini çok seviyorlar. Bu da bizim iyi tarafımız. Eleştirileri ciddiye alıyoruz.

Şu ana kadar fotoğraflarınız birçok sergide yer aldı, kitaplarınız yayımlandı ve belgeseller yaptınız. Meslek hayatınızda önümüzdeki günlerde neler yapmayı düşünüyorsunuz?

Bundan sonra, yaşadığım ve vücudumda çok ciddi izler bırakan savaşların öyküsünü hazırlamayı düşünüyorum. Bu projeyi eşimle birlikte yapacağım. Beni diğer insanlardan farklı kılacak olaylar yaşadım. Birçok ilklerim var. Onların öyküsüyle o coğrafyalardaki değişimi aktarmak istiyorum. Son 25 yılda dünyanın kaderini değiştiren birçok kişiyle birçok şey paylaştım. Onlardaki beni, bendeki onları aktarmak istiyorum. Bir de idealim var, o da belgesel konusunda dünyanın en görkemli ödülleri alacak bazı yapıtlarda minik de olsa imzaman olması.



Bundan sonra, yaşadığım ve vücudumda çok ciddi izler bırakan savaşların öyküsünü hazırlamayı düşünüyorum.

Ford Trucks Sanat Atölyesi'nin "Kamyoncuların Hayatı/Yollar Sizin Gözünüzle Daha Çekilir Olsun" fotoğraf yarışması üçüncü yılında. Bu yarışmaya danışmanlık yapmak sizin için nasıl bir deneyim oldu?

Kamyon şoförleri toplumun en çok fatura kesilen kesimlerinden biri. Ben seyahatlerde hep karayolunu kullandığım için onların mağduriyetlerini en iyi yaşayan, bunlara en çok tanık olan kişiyim. Kamyon şoförlerinin daha kaliteli bir yaşamı hak etmeleri ve onların



-01-

-01-
Aral'ın "Çerçevesiz Yaşamlar" sergisinden
Malezya Borneo Adası'ndan bir kare.



-04-

-04-
Aral'ın "Sözün
Bittiği Yer"
adlı fotoğraf
albümünden
Beyrut'taki Şatilla
Kampı'nda bir
milis.



-02-

-02-
Coşkun Aral'ın "Çerçevesiz Yaşamlar"
sergisinden Kamboçya'nın Siem Reap kentinde
göl kenarında yaşayan insanlar.



-03-

-03-
Bu yıl 3.'sü yapılacak olan ve Coşkun Aral'ın danışmanlığı yaptığı
Ford Trucks Ulusal Fotoğraf Yarışması'nın geçen yılki birincisi Ali
Haydar Ceylan'ın objektifinden kamyon şoförlerinin hikayesi.

farkındalıkla fotoğraf çekmelerini istiyor
olmam beni bu işe bağladı.

Bu yarışmayı düzenleyen Ford, dün-
yada uluslararası sorumlulukları çok
yüksek olan bir firma. Gönül ister ki,
bütün firmalar bu tür etkinlikler yapsın.

Bu yarışmayla kamyoncunun dünya-
sının başka dünyalarla da bağlantılı
olabileceğini göstermek ve teknolojinin
kendi aralarındaki iletişimi, özleştiriyi,
nerede olduğunu fark edebilmeyi,
farkındalık yaratmada araç olarak

kullanılmasını sağlamak amaçlandı.
Farkındalık yaratmak derken anlatmak
istediğim şey şu: Mesela, bir kam-
yoncunun geçtiği yerde çok güzel bir
şelale var. Onu görüyor, o fotoğrafı
çekerken farkındalık oluşuyor. Önce
şelalenin fotoğrafını çekiyor. Sonra
ailesini alıp o şelalenin kenarına gidip
orada piknik yapıyor. Mesela bir köprü
görüyor. O köprüyü kimin yaptığını
öğreniyor. O fotoğrafı çekiyor. Bu da,
kendisi için birtakım yeni giriş sahaları,
araştırma alanları yaratıyor. Bu tür
etkinliklerin sonsuza kadar devam et-

mesi lazım çünkü her olay, her alanda
bir pencere oluşturuyor.

Bu yarışma ile hem sosyal medya,
internet hem de teknoloji tanıtılıyor. İlk
dönemlerde bir kamyoncunun fotoğ-
raf makinası sahibi olması düşünül-
mezdi. Şimdi yolda karşılaştığımızda
bana hangi marka fotoğraf makinasını
tercih etmeleri gerektiğini soruyorlar.
Fotoğraf çekiyorlar, sonra bilgi sahibi
oluyorlar. Kendi aralarında daha iyi fo-
toğraf çekmeye çalışıyorlar. Her bakış
bir pencere açıyor.

DUR, NEFES AL VE KENDİNİ DİNLE

KİŞİSEL GELİŞİM UZUN VE MEŞAKKATLİ BİR YOL... HAYATA ADIM ATILAN İLK ANDAN İTİBAREN BAŞLAYAN BU SÜREÇ, ÖZELLİKLE İŞ HAYATIYLA BİRLİKTE DAHA DA BÜYÜK BİR ÖNEM KAZANIYOR. KİŞİSEL GELİŞİM UZMANI ARET VARTANYAN, GEREK ÖZEL HAYATTA GEREKSE İŞ HAYATINDA KİŞİNİN KENDİNE SINIR KOYMAMASI GEREKTİĞİNİ SÖYLÜYOR VE EKLİYOR: "İLK ADIMDA BİRAZ SOLUKLANIN VE KENDİNİZİ DİNLEYİN. HER ŞEY BU İLK ADIMLA BAŞLAR."

01

DUR VE DİNLE

Biraz dur ve soluklan. İnsanların ya da yaşamın seni tanımlamasının ötesinde sen kendini nasıl tanımlıyorsun. Eksilerini ve artılarını olduğu gibi senin gözünden masaya koy. Artık kendini geçmişle ve çevrenle tanımlamaktan vazgeçme zamanı...

02

SİHİRLİ DEĞNEK

Elinde sihirli bir değnek olduğunu hayal et. Sınır yok. Yaşamında neyi değiştirdin? İlişkiler, iş, sosyal hayat... Gerçekten ne istiyorsun? Düşünmeden hissederek kâğıda dök.

03

YOL HARİTASI

Nereye gitmek istediğini biliyorsun artık. O zaman mevcut koşulların nezdinde yol haritası süreci başladı. Bazen düzeni sarsmak gerekir. Karar senin! Gerçekten senin hayatın mı yoksa önüne konan kopya bir hayat mı? Kullanımda olmayanları, sana eşlik etmeyenleri temizlemek zorundasın.

05

UNUTMA

Sen, sen gibi değersin. Kendin olmaktan vazgeçtiğinde her şeyden vazgeçmiş olursun. Duygularınla insan olduğunu hatırla. Kendini ispatlamak için değil, sevdiğin için başardığında hissedebilirsin. Sen ve hepimiz, her şeyden önce insanız... Kendimizle barışmadan geliyeceğimiz bir yer yok. O yüzden önce kişisel dönüşüm.

04

BÜTÜNSELLİK

Beslenme, spor, nefes almak ve daha birçok parametre bütünü oluşturuyor. Kendini iyi hissetmek ilk adım. Sen pozitif olamazsan, her şey sınırlı. Yüreğinin kabul etmediklerinden vazgeçmeyi öğrenmeden sonuca gidemezsin. İçeride başka, dışarıda başka bir sen çok yorucu olur.

PERFORMANS UZMANLARINA AYGAZ OTOGAZ

*En zor koşullarda bile
yüksek performans.*



Koc



www.facebook.com/AygazOtogaz
www.aygaz.com.tr



AYGAZ
otogaz+



TÜRKİYE'DE ÜRETİLEN

A+++
İLK VE TEK
-KLİMA-



HAVAYI TEMİZLEYEN ARÇELİK İONİZER INVERTER KLİMA

Oluşturduğu iyonlarla gözle görünmeyen bakteri, virüs ve alerjenleri yok eder, havayı %99 oranında temizler.



arcelik.com.tr



444 0 888
YETKİLİ SERVİS İÇİN TEK NUMARA

A+++ Enerji Seviyesi 126410 A model
kodlu üründe bulunmaktadır.



arçelik

Yeniliği aşkla tasarlar