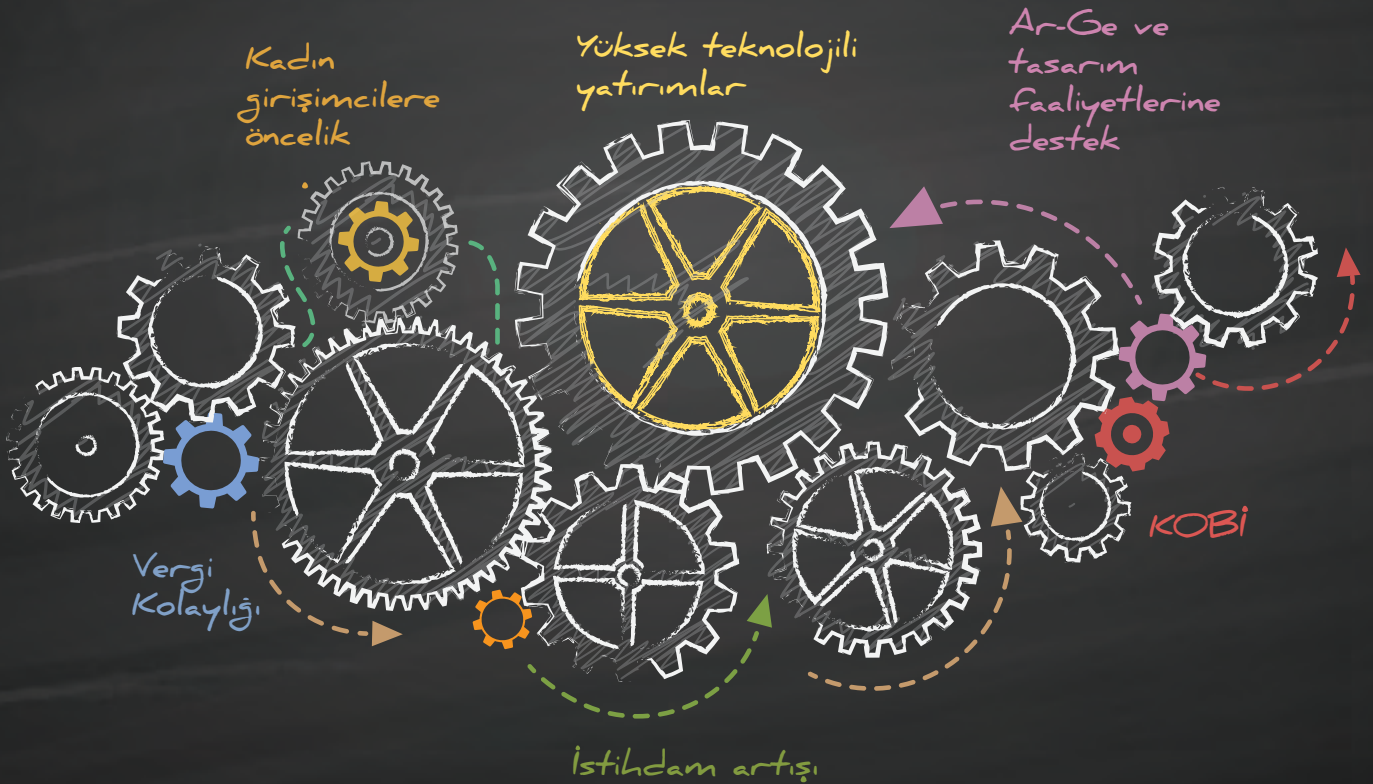


YENİ TEŞVİK PAKETİNDE TEKNOLOJİ, AR-GE VE TASARIMA ÖNCELİK





BLIPPAR'I
ÜCRETSİZ İNDİR



İLANA
TUT



KESFETMEYE
BAŞLA!

YENİ FIAT 500X.

CROSSOVER'A İTALYAN YORUMU.



Fiat'tan yepyeni **Fiat 500X...** Özgün İtalyan tasarımı ve standartların ötesinde teknolojiyle crossover sınıfını alt üst etmeye geliyor!
Yeni Fiat 500X'in güçlü motor seçeneklerini, benzersiz konforunu ve üstün kalitesini test etmek için sizi en yakın Fiat showroom'una bekleriz.

170 HP'ye Varan Turbo Motor Seçenekleri / 4x4 Çekiş Sistemi / 9 İleri Otomatik Vites
Çarpışma Önleme Sistemi / 6,5" Dokunmatik Multimedya Sistemi



500x.fiat.com.tr



ÜLKEMİZİN İLERLEMESİ AMACIYLA ÇALIŞMAYI SÜRDÜRÜYORUZ

Koç Topluluğu'nun değerli üyeleri;

2015 yılında da birçok alanda Topluluğumuza yakışan başarılar elde etmeyi sürdürüyoruz. Son olarak bu yıl 4'üncüsü düzenlenen Türk Patent Ödülleri'ne Koç Topluluğu olarak damgamızı vurduk. Listeye göre ilk sırayı Arçelik ve Ford Otosan paylaşıyor, Otokar da beşinci sırada yer aldı. Ayrıca Arçelik "En çok Uluslararası Patent Başvurusu Yapan Şirket" ödülüne de layık görüldü. Sürekli ezber bozan teknolojilerin ortaya çıktığı günümüzde, inovasyon odaklı her yatırımımız, Koç Topluluğu'nun öncü rolünü pekiştirecek ve ülkemizin geleceğinin şekillendirilmesine önemli bir katkı sağlayacak.

89 yıldır gücümüzü aldığımız Türkiye ekonomisi için atılan her adımı çok önemsiyoruz. Bu adımlardan biri olan ve geçtiğimiz ay açıklanan "İstihdam, Sanayi Yatırımı ve Üretimi Destek Paketi", yeni yatırımları teşvik edecek ve finansmana erişimi kolaylaştıracak önlemler içeriyor. Yüksek teknoloji yatırımlara, Ar-Ge ve tasarım faaliyetlerine destek ve katkıların artırılmasını öngören, kadın girişimcilerin önünü açacak önlemlere yer veren teşvik paketinin üretim ve istihdamın artmasına önemli katkı sağlayacağına gönülden inanıyoruz.

Kurucumuz Vehbi Koç'un "Ülkem varsa ben de varım" prensibinden hareketle, kuruluşumuzdan bu yana içinde yaşadığımız topluma hizmet etmeye ve farklı sorunların çözümüne katkı sağlamaya devam ediyoruz. Bu amaçla hayata geçirdiğimiz ve uzun yıllardır başarıyla sürdürdüğümüz Ülkem İçin Projesi'nin 2012-2015 dönemi uygulamasında, engelli bireylerin yaşamında kalıcı etki yaratmayı, engellilik konusunda toplumsal bilincin oluşmasını sağlamayı amaçladık. Bu alanda son üç yılda önemli çalışmalara imza atarken, bayi ve şirket prosedürlerimizi engelli dostu olma maddelerini ekleyerek tekrar düzenledik. Bu projemizde, bizlere destek olan tüm çalışanlarımıza, bayilerimize ve şirketlerimize teşekkür ederiz. Projemizin 2015-2017 dönemi için seçtiğimiz temayı da Mayıs ayında sizlere duyuracağız.

Ülkemiz için çalışırken, ülkemizin geleceğini inşa edecek gençlere de destek olmayı sürdürüyoruz. Koç Topluluğu şirketlerinin katkısı ve gençlerin bitmeyen enerjisi ile 2006 yılında yola çıkan Koç Fest, bu yıl 10. kez düzenleniyor. Gençlerin ilgisiyle her sene daha da büyüyen ve "Türkiye Koç Fest Üniversite Spor Oyunları" ile de geleceğin sporcularının yetişmesini destekleyen Koç Fest'in daha nice yıllar, aynı başarıyla sürdürülmesini diliyorum, bu vesileyle Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün gençlere armağan ettiği 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nı da en içten dileklerle kutluyorum.

Nisan ayında tüm dünyada büyük üzüntü yaratan iki olumsuz olay yaşadık. Nepal'de gerçekleşen 7.9 büyüklüğündeki depremde ölü sayısı binlerle ifade edilirken, Akdeniz'de batan gemide 800'den fazla mülteci hayatını kaybetti. Depremde açılan yaraların bir an önce sarılmasını, mülteci sorunu konusunda da uluslararası alanda yetkili mercilerin önleyici düzenlemeleri bir an önce hayata geçirmesini diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Levent Çakıroğlu
CEO

İmtiyaz Sahibi
Koç Holding A.Ş. Adına
Levent ÇAKIROĞLU (Sahibi)

Genel Yayın Yönetmeni
Oya ÜNLÜ KIZIL

Sorumlu Yönetmen
Şeniz AKAN

Yayın Koordinatörü
Deniz ENBERKER KARAKIŞ

Yayın Kurulu
Serdar TURAN
Emin GÖRGÜN

Yayınlar Direktörü
Serdar TURAN

Direktör
Emin GÖRGÜN

Editörler
Aynur ŞENOL ALTUN
Gamze ÜNAL
Nesrin KOÇASLAN
Cenk SARIOĞLU
Simgenur GÜDEBERK

Art Direktör
Aziz KOCABAŞ

Grafik Tasarım
Güven KARAMAN

Fotoğraf Editörü
Şeref YILMAZ

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 belirtilmek suretiyle
kullanılabilir.



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



İÇİNDEKİLER

04 Gündem

Koç Topluluğu Şirketleri, Patent
Ödüllerini Topladı

Ali Y. Koç: "İstihdam Odaklı Politika
Önerileri Üzerinde Çalışıyoruz"

Beko, Yetkili Satıcıları İle
İstanbul'da Buluştu

Dünyanın Lider Araç Paylaşım
Markası Zipcar, Otokoç ile
Türkiye'de

Koçfinans'tan Yeni İş Modeli ve
Yeni Marka: Kredidakı

Koç Fest 10 Yaşında!

12 2015'te Yeni Yatırımlarımıza Odaklanıyoruz

Tofaş CEO'su Cengiz Eroldu,
şirketin 2014'te en yüksek
ciro, kâr ve aktif büyüklüğe
eriştiğini belirterek, bu
başarıyı hem yurtiçi hem de
yurtdışı pazarlara yönelik
faaliyetlere bağlıyor. Tofaş'ın
2016 yılı sonrasında 6 modeli
aynı anda üreteceğine dikkat
çeken Eroldu, bu nedenle
2017'yi çok önemsediklerini
dile getiriyor.



20 Yeni Teşvik Paketinde Teknoloji, Ar-Ge ve Tasarıma Öncelik

Hükümet istihdamı artırmak amacıyla bir teşvik paketi hazırladı. Yeni yatırıma ve finansmana erişime ağırlık verilen yeni pakette KOBİ'lere ve kadın girişimcilere yönelik teşvikler dikkat çekiyor. Paket ile yüksek teknolojiyi yatırımlar ile Ar-Ge ve tasarıma yönelik destekler artırılıyor.

30 Altan Erkekli İle Hayat Üzerine

Canlandırdığı karakterler, yer aldığı tiyatro oyunları ve sinema filmleriyle herkes tarafından ilgiyle takip edilen Altan Erkekli, bu ayki Bakış Açısı bölümümüzün konuğu oldu. Erkekli, teknolojinin ilerleyişinden aile ilişkilerine, toplumumuzun yardım severliğinden tiyatro hakkındaki düşüncelerine kadar pek çok konuyu Bizden Haberler Dergisi için yorumladı.



26 Yapı Kredi, TEGV ile Geleceğin Renkli Kalemeleri'ni Yetiştiriyor

Yapı Kredi ve Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) ortaklığında yürütülen "Renkli Kalemeler" projesi geleceğin gazetecilerini yetiştirmeye devam ediyor.



38 Y Kuşağı İdeal İşverenle Nerede, Nasıl Buluşuyor?

Universum'un araştırması şirketlere yetenekleri cezbedebilmek için yapmaları gerekenler konusunda yol gösteriyor.

28 "Bizler Ticareti Koç Terbiyesi ile Öğrendik"

1971 yılından bu yana 3 satış noktasına ulaşan Zafer LPG' nin iki ortağından biri olan Bülent Uğraş, Koç Topluluğu'nun bir parçası olmanın avantajlarını ve gelecek hedeflerini Bizden Haberler Dergisi'ne anlattı.

34 Nesnelerin Çağı Başlıyor

Her yeniliğin odağında yer alan insan, bilgi ve teknoloji çağında nesnelerle başrolü paylaşacak gibi görünüyor. Çeşitli yollardan internete bağlanan ve birbirleriyle iletişim halinde olan nesneler "Nesnelerin İnterneti" çağını başlatıyor.

42 "Sting"le Birlikte Çalmayı İstiyorum"

İyi müzik seven herkeste yeri ayrı olan Bülent Ortaçgil'le konser öncesinde sohbet ettik. İşte karşınızda şarkılarının unutulmaz sözleri ve kendi kelimeleriyle Ortaçgil...

KOÇ HOLDİNG

Koç Topluluğu Şirketleri, Patent Ödülleri Topladı

PATENT LİĞİNDE İLK İKİ SIRAYI PAYLAŞAN ARÇELİK VE FORD OTOSAN'IN ÖDÜLÜNÜ ALAN KOÇ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI MUSTAFA V. KOÇ, "FİKRİ HAKLAR ALANINDAKİ LİDER POZİSYONUMUZU GÜÇLENDİREREK KORUYACAĞIZ" DEDİ.

Arçelik ve Ford Otosan adına ödülleri Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'dan aldı.



Bu yıl 4'üncüsü düzenlenen Türk Patent Ödülleri Töreni'ne Koç Topluluğu şirketleri damgasını vurdu. Patent liginin birincisi Arçelik, ikincisi Ford Otosan olurken, ödülleri Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'dan aldı. Arçelik ayrıca "En çok Uluslararası Patent Başvurusu Yapan Şirket" ödülüne de layık görüldü. Patent liginin beşincisi Otokar'ın ödülünü ise, Koç Holding Savunma Sanayi, Diğer Otomotiv ve Bilgi Grubu Başkanı Kudret Önen aldı.

TOPLULUĞUN PATENT BAŞVURUSU YÜZDE 40 ARTTI

Mustafa V. Koç tören sonrasında yaptığı açıklamada, Koç Topluluğu'nun, 7 bin 100'ün üzerinde marka tescili, 3 binin üzerinde

patent ailesi, 6 bin 600'ün üzerinde patenti, 700'ün üzerinde endüstriyel tasarımı ve 4 bin 200'ün üzerindeki internet alan adı ile Türkiye'nin en büyük fikri haklar portföyüne sahip olduğuna dikkat çekti. Topluluk şirketlerinin, 2014 yılında 563 yeni patent başvurusu gerçekleştirdiğini, bir önceki yıla oranla yüzde 40 artış kaydedilen patent başvurularında Topluluk içerisindeki ilk beş sırayı ise Arçelik, Ford Otosan, Otokar, Tofaş ve Türk Traktör aldığını vurgulayan Mustafa V. Koç sözlerini şöyle sürdürdü: "Küresel bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerleyen, Türk ekonomisinin lokomotifini olmayı sürdüren Topluluğumuz için tarihi yatırımlara imza attığımız önemli bir dönemden geçiyoruz. Koç Topluluğu olarak uzun vadeli bakış açısıyla, geleceğe odaklanıp

yeni yatırımlar yaparken, ülkemiz için katma değer yaratmaya odaklanıyoruz. Bugün de gelecek için de aynı azim ve kararlılıkla ülkemiz için çalışmaya devam ediyoruz."

Koç Topluluğu'nun rekabet gücünü her alanda ortaya koyduğu yeniliklerden aldığını hatırlatan Mustafa V. Koç, "Hem ülkemizin geleceği hem de şirketlerimizin geleceği adına Ar-Ge'ye, inovasyona ve Fikri Haklar Yönetim Programlarının yaygınlaşmasına büyük önem veriyoruz. Sahip olduğumuz fikri haklar Koç Topluluğu'nun büyümesini, rekabetçiliğini ve kârlılığını destekleyen en önemli unsurlardan biridir. Fikri haklara yatırım yapmaya devam edeceğiz ve bu alandaki lider pozisyonumuzu güçlendirerek koruyacağız" dedi.

Ali Y. Koç: “İstihdam Odaklı Politika Önerileri Üzerinde Çalışıyoruz”

WASHINGTON DC’DE GERÇEKLEŞTİRİLEN B20 TOPLANTISINDA KONUŞAN, İSTİHDAM GÖREV GÜCÜ KOORDİNATÖR BAŞKANI ALI Y. KOÇ; GENÇ İŞSİZLİĞİ, KADINLARIN İŞ GÜCÜNE KATILIMI, BECERİ GELİŞİMİ VE İSTİHDAM ODAKLI BÜYÜMEYİ ESAS ALAN POLİTİKA ÖNERİLERİ ÜZERİNE GERÇEKLEŞTİRİLEN ÇALIŞMALARLA DİKKAT ÇEKERKEN, TÜM ÇALIŞMALARIN HEYECANLA SÜRDÜRÜLDÜĞÜNÜ VURGULADI.

Türkiye’nin dönem başkanlığı-nı üstlendiği G20’nin, iş dünyası ayağı olan B20 kapsamında kurulan İstihdam Görev Gücü, B20 Türkiye Başkanlığı’nın tüm görev güçlerinin katılımıyla gerçekleştirdiği toplantı dizisi kapsamında Washington DC’de bir araya geldi. Toplantılar 16-17 Nisan tarihleri arasında Ronald Reagan Building’de düzenlendi.

Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Ali Y. Koç ve Uluslararası İşverenler Örgütü (IOE) Başkanı Daniel Rioja de Funes eş başkanlığında yürütölmekte olan B20 İstihdam Görev Gücü, Washington toplantısı kapsamında bir araya gelerek küresel işsizlik sorunun çözümüne ilişkin Şubat ayından bu yana geliştirdikleri politika önerilerinin üzerinde şekillendiği temaları tartıştı. Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve B20 İstihdam Görev Gücü Koordinatör Başkanı Ali Y. Koç toplantı sonrası yaptığı açıklamada, verimli bir toplantı gerçekleştirdiklerine dikkat çekerken, “Görev gücümüzün bu yılki politika

önerilerine temel oluşturacak dört ana alanı belirlemiştik. Bunlar beceri gelişimi, genç işsizliği, kadınların iş gücüne katılımı ve istihdam odaklı büyüme. Küresel işsizliğin kritik eşiğini oluşturan bu dört temaya ek olarak, etkin ve uygulanabilir öneriler geliştirilmesi yönünde çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Toplantılarımız boyunca da bu politika önerileri üzerine tartışmalar yaptık ve bu önerilerin etkin uygulamasında önemli rol oynayan savunuculuk süreci

üzerine değerlendirmelerde bulunduk. Heyecanla ve inanarak yürüttüğümüz bir sürecin içindeyiz. İnanıyorum ki Türkiye dönem başkanlığında küresel işsizlik konusunda sonuç odaklı çözüm önerilerini G20 liderlerine sunacağız” dedi.

B20 İstihdam Görev Gücü’nün önümüzdeki dönemde biri fiziksel, diğeri telekonferans olmak üzere iki toplantı daha gerçekleştirmesi planlanıyor.



İnanıyorum ki
Türkiye dönem
başkanlığında küresel
işsizlik konusunda
sonuç odaklı çözüm
önerilerini G20
liderlerine sunacağız.

Beko, Yetkili Satıcıları İle İstanbul'da Buluştu

ULUSLARARASI BEKO YETKİLİ SATICILAR TOPLANTILARININ 6'NCISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ. 60. KURULUŞ YILDÖNÜMÜNÜ KUTLAYAN ARÇELİK'İN BEKO MARKASIYLA ULUSLARARASI ALANDA ELDE ETTİĞİ BAŞARILAR TOPLANTININ ANA GÜNDEM MADDELERİNDEN BİRİ OLDU.

Arçelik'in uluslararası markası Beko, Türkiye'nin ve dünyanın farklı bölgelerinden gelen 1240 yetkili satıcısı ile İstanbul'da düzenlenen 6. Uluslararası Beko Yetkili Satıcılar Toplantısı'nda bir araya geldi. Toplantıya Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Dr. Fatih Kemal Ebiçlioğlu ve Arçelik Genel Müdürü Hakan Bulgurlu katıldı. Sektörle ilgili gelişmelerin değerlendirildiği toplantıda, yetkili satıcılar görüş ve beklentilerini dile getirdiler. Prof. Dr. Osman Müftüoğlu'nun konuk konuşmacı olarak yer aldığı toplantıda ayrıca 30, 40, 50 ve 55 yılını tamamlayan yetkili satıcılara hizmet ödülleri verildi.

MUSTAFA V. KOÇ: "ARÇELİK, BEKO MARKASIYLA OKYANUSLARDA HEYBETLİ BİR GEMİ"

Toplantının açılış konuşmasını yapan Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Arçelik'in başarıları, teknolojisi, aldığı patentler, yurtiçindeki ve yurtdışındaki istikrarı ile Koç Topluluğu içinde amiral gemisi olma

özelliğini koruduğunu belirterek, "Bu yıl 60. kuruluş yıldönümünü kutlayan Arçelik, Koç Topluluğu içindeki önemi ve büyüklüğü nedeniyle amiral gemisi olma özelliğini koruyor. Arçelik artık sadece iç denizlerde değil, özellikle Beko markamızla okyanuslarda da gezen heybetli bir gemi. 60 yıllık köklü kültür ve insan kaynağı ile sektördeki konumumuzu her zaman daha yukarı taşımayı hedefliyoruz" dedi.

LEVENT ÇAKIROĞLU: "ARÇELİK GLOBAL YOLCULUĞUNDA HIZLA MESAFE ALIYOR"

Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu da Arçelik'in başarılarının ardında son derece yetkin ve donanımlı çalışanları ile markayı Türkiye'de ve dünyada başarıyla temsil eden yetkili satıcılar, distribütörler ve iş ortaklarının olduğunu söyledi. Çakıroğlu sözlerini şöyle sürdürdü: "Koç Holding stratejisinde, global pazarlarda büyüme ve yeni işler önceliklerimiz arasında yer alıyor. Arçelik şirketimiz de, Beko markamızla Koç Topluluğu'nun global pazarlarda büyüme stratejisine en önemli katkıyı sağlayan şirket olmaya devam edecek. Şirketimiz global yolculuğunda hızla mesafe alırken;

Türkiye'deki ayrıcalıklı konumumuzu güçlendirmeye, sahip olduğumuz liderliği pekiştirmeye kararlılıkla devam edeceğiz."

AVRUPA'NIN EN HIZLI BÜYÜYEN BEYAZ EŞYA MARKASI BEKO

Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu ise 2008-2014 döneminde, Beko markalı satışların 2 kattan fazla büyüdüğünü söyledi. Beyaz eşya özelinde değerlendirildiğinde bu dönemde satışların 3 katını aştığını belirten Ebiçlioğlu, "2014 yılında Beko markalı beyaz eşya satış adedimiz 10 milyonu geçti" dedi.

Arçelik Genel Müdürü Hakan Bulgurlu, 130'dan fazla ülkede başarıyla faaliyet gösterdiklerine vurgu yaptı ve pazarları çeşitlendirerek rakiplerle uzun yıllardır uluslararası platformda rekabet ettiklerini belirtti. Bulgurlu, rekabetin çok yoğun olduğu Avrupa'da son 7 yılda en hızlı büyüyen beyaz eşya markasının Beko olduğunu hatırlattı.

Arçelik Türkiye Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Can Dinçer, 2015 yılında çok başarılı bir yıl geçireceklerini, bunun için de hep beraber omuz omuza çalışacaklarını belirtti. Arçelik Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Tülin Karabük değişime öncülük hedefiyle sürdürülen marka yolculuğunda yaptıkları çalışmalardan bahsetti. Arçelik Tedarik Zinciri, Satınalma ve Tüketicili Hizmetleri'nden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Oğuzhan Öztürk de 2014 yılında çamaşır makinası, televizyon, ocak, fırın, aspiratör ve davlumbaz ürün gruplarında tüm zamanların en yüksek montaj rakamlarına ulaşıldığını açıkladı.



Arçelik'in 60. yıl pastası bayilerle birlikte kesildi.

Koçfinans'tan Yeni İş Modeli ve Yeni Marka: Kredidakik

ARÇELİK VE BEKO MÜŞTERİLERİNE BAYİDE, SATIŞ ANINDA, ALTERNATİF FİNANSMAN SEÇENEĞİ SUNMAK İÇİN YENİ BİR KREDİ MODELİ ÜZERİNDE ÇALIŞAN KOÇFİNANS, ARÇELİK'E ÖZEL KREDİ MODELİNE "KREDİDAKİK" İSMİNİ VERDİ.

Arçelik bayilerinde yeni iş modelini uygulamaya başlayan Koçfinans, bu işbirliği için "Kredidakik" markasını oluşturdu. Koçfinans, bu işbirliği kapsamında, mevcut online kredi başvuru sistemine, geliştirdiği evraksız değerlendirme sürecini de ekleyerek, bayilere 7/24 kesintisiz hizmet veriyor ve 1 dakikada kredi kararını iletiyor.

Koçfinans; sistemin pilot çalışmalarının yapıldığı hedef illerdeki Arçelik ve Beko bayilerinde satılan tüm ürünlerde geçerli bu kredi sistemi ile bayilerin müşterilerine öncelikli sunabileceği bir ödeme kanalı olmayı ve satışlarına



katkı sağlamayı hedefliyor. Böylelikle; 2014 yılında kredi kartlarına getirilen taksit ve limit sınırlamaları sonrasında, 24 aya kadar taksit imkanı, esnek ödeme planları ve hızlı işlem süreci ile bayilerin müşterilerine sunacağı alternatif bir finans çözümü oluşturuyor. Koçfinans, Kredidakik markası ile tek bir hedefe odaklanarak Arçelik

ve Beko bayilerinin satışını kolaylaştırmayı ve müşterilerin satın alma deneyimini geliştirmeyi amaçlıyor.

Koçfinans bünyesinde 2015 yılında kurulan Pazar Geliştirme ve Müşteri Stratejileri biriminin, Arçelik ve Beko bayilerinin kredili satışlarına ağırlık vermesiyle, 2015 yılının ilk 3 ayında Koçfinans, hedef illerde Arçelik ve Beko bayilerinde yayılımını artırdı.

Koçfinans, çalışanları arasında yaptığı isim yarışması ile Kredidakik markasını yarattı ve Arçelik'ten aldığı güçle de yeni logosunu konumlandırdı. "Kredidakik - Hızlı ve Pratik" sloganıyla desteklediği logosunun soldan sağa doğru yükselen yapısı Koçfinans'ın enerjisini ve yükselen değerini yansıtıyor.

DİĞER OTOMOTİV

Zipcar, Otokoç ile Türkiye'de

ZIPCAR, TÜRKİYE'DEKİ HİZMETLERİNİ OTOKOÇ OTOMOTİV İŞBİRLİĞİYLE BAŞLATTI.

ABD'de öncüsü olduğu saatlik araç kiralama sistemiyle uzun yıllardır lider marka olan Zipcar, Otokoç Otomotiv işbirliği ile Türkiye'de faaliyete başladı. Lansmana Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Görgün Özdemir, Otokoç Otomotiv Araç Kiralamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı İnan Ekici ve Zipcar Uluslararası Operasyonlar Başkanı Massimo Marsili katıldı. İstanbullulara yaşadıkları, çalıştıkları ve seyahat etmek istedikleri bölgelere yakın araçları üyelik sistemiyle sunan Zipcar, böylece araç sahipliğine sürdürülebilir ve ekonomik bir alternatif oluşturuyor. Zipcar öncelikle İstanbul'da şehrin merkez noktaları ve üniversite kampüsleri olmak üzere 20 lokasyonda kullanılmaya başlayacak.

Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Görgün Özdemir, Zipcar'ın dünyadaki ilk lisansiyesi olma gururunu yaşadıklarını söyledi. Özdemir, "Otokoç Otomotiv olarak Avis Budget Group ile sürdürdüğümüz 41 yılı aşkın başarılı ortaklığımızın yeni ve güçlü bir teyidi olarak Zipcar markasının ilk lisansiyesi ülkesi olduk. 5 yıl sonunda 150 noktaya ulaşarak araç paylaşım sektörünün Türkiye'de büyümesine katkıda bulunacağız."

Araç Kiralama Genel Müdür Yardımcısı İnan Ekici ise, "Her bir paylaşılan Zipcar aracının trafikten 17 aracı çektiği görülmüş. Bu şehirde yaşayan üniversite öğrencileri, çalışanlar, araç sahibi olmak istemeyip araca ihtiyacı



olan aynı zamanda aracı olsa da zaman zaman ikinci bir araç kullanan kişilere hitap ediyor. Bu bağlamda Zipcar, İşte Zip, Kampüste Zip ve Herkese Zip gibi değişen ihtiyaçlara hitap eden seçeneklerle şehir yaşamında farklılık yaratacak" dedi.

KOÇ HOLDİNG

Koç Fest 10 Yaşında!

9 YILDA 100 BİN KİLOMETRE YOL KAT EDEN KOÇ FEST 160 BİN SPORCUNUN MÜCADELESİNE SAHNE OLDU 32 ŞEHİRDE SAHADA 2 BUÇUK MİLYONDAN FAZLA, SOSYAL MEDYADA İSE 20 MİLYON GENÇE ULAŞTI. KOÇ FEST ŞİMDİ 10. YAŞININ HEYECANIYLA YİNE YOLLARDA...

olan ilgi de 9 yılda büyük ilerleme kat etti. Amatör branşlara verdiğimiz desteği her yıl artırdık. Koç Fest'e her yıl katılan üniversite ve sporcu sayısının arttığını görmek bizlere ne kadar doğru bir projede yer aldığımızı gösteriyor" dedi. Koç Topluluğu şirketlerinin düzenledikleri çeşitli etkinliklerle Koç Fest'e destek verdiğini hatırlatan Oya Ünlü Kızıl 400 tedarikçi ve 250 kişiden oluşan saha ekibiyle dev bir organizasyon gerçekleştirdiklerini ve ekipte üniversiteli gençleri de istihdam ettiklerini kaydetti.

Koç Fest'te bu yıl büyük final 10-17 Mayıs tarihleri arasında Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi'nde düzenlenecek. Isparta'da 5 bin sporcu mücadele ederken, tribünler de sporculara destek verecek. Gençler sporun yanı sıra Athena'nın konserleriyle de eğlenceye doycak. Büyük finalin gerçekleşeceği Isparta'da Mor ve Ötesi de sahne alacak.



Türkiye Koç Fest Üniversite Spor Oyunları'nın finalleri ile eş zamanlı gerçekleşen Koç Fest, bu yıl 18 Nisan'da Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde start verdi. Muğla'nın ardından sırasıyla Balıkesir, Karabük, Sivas, Gaziantep, Antalya ve Isparta'da üniversitelileri spor ve müzik ile buluşturacak olan Koç Fest kapsamında, bu yıl ünlü rock grubu Athena sahne alıyor.

Koç Fest'in 10'uncu yılında üniversiteli sporculara verilen desteğin devam etmesinin gururunu yaşadıklarını belirten Koç Holding Dış İlişkiler ve Kurumsal İletişim Direktörü Oya Ünlü Kızıl, "Üniversiteler spor ve müziği bir arada çok sevdi. Üniversite sporlarına

KOÇ ÜNİVERSİTESİ

Osmanlı'da Fotoğrafın Öyküsü

KOÇ ÜNİVERSİTESİ ANADOLU MEDENİYETLERİ ARAŞTIRMA MERKEZİ (ANAMED), OSMANLI İMPARATORLUĞU'NDA MODERNİTENİN FOTOĞRAFLA OLAN İLİŞKİSİNİ ANLATAN "CAMERA OTTOMANA" BAŞLIKLİ SERGİYE EV SAHİPLİĞİ YAPIYOR.

Geç Osmanlı döneminde modernite ve fotoğraf arasındaki ilişkiye odaklanan Camera Ottomana sergisi başta Ömer M. Koç Koleksiyonu olmak üzere çeşitli kaynaklardan tıp, altyapı, ulaşım, madencilik gibi çeşitli konulardaki fotoğraf albümleriyle dönemin fotoğraf, yayın ve belgelerini bir araya getiriyor.

Fotoğraf teknolojisinin İmparatorlukta gelişimi ve kullanım alanlarını inceleyen Camera Ottomana'nın küratörlüğünü Zeynep Çelik, Edhem Eldem ve Bahattin Öztuncay üstleniyor. 1840'lardaki mütevazı denemelerden

sonra 1860'larda devlet ve elitler tarafından iyice benimsenmeye başlayan fotoğrafçılığı ele aldıktan sonra II. Abdülhamid döneminde (1876-1909) iyice yaygınlaşan fotoğraf tutkusunu ele alan sergide, 1914 yılına kadar imparatorlukta ve dünyada fotoğrafçılık alanında gerçekleşen gelişmeler paralel olarak sunulacak. Bu kapsamda devlet daireleri, maden ocakları, hastaneler gibi kurumların fotoğraflarının yanı sıra sokaktan manzaralar, suçlu fotoğrafları ve portreler de yer alıyor. Sergi, İmparatorluğun modern imajı ile fotoğrafı bir araya getirirken, teknolojik gelişmelerle



popülerliği artan fotoğrafçılığın propaganda, gazetecilik, eğitim, kriminoloji ve tıp gibi çeşitli alanlarda kullanımının yaygınlaşmasına vurgu yapıyor.

Tat Gıda 2015'te 1 milyar Liralık Ciro Hedefliyor

2015 YILINDA 1 MİLYAR LİRALIK CİROYA ULAŞMAYI HEDEFLEDİKLERİNİ BELİRTEN TAT GIDA GENEL MÜDÜRÜ ARZU ASLAN KESİMER, BÜYÜME STRATEJİLERİNİ DOMATES, SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ İLE MAKARNA İŞ KOLLARI ÜZERİNDEN İLERLETME KARARI ALDIKLARINI KAYDETTİ.

Tat Gıda'nın SEK markasıyla piyasaya çıkardığı 35 ürünün tanıtıldığı basın toplantısında konuşan Tat Gıda Genel Müdürü Arzu Aslan Kesimer, 2014 yılının kendileri için son derece verimli olduğunu söyledi. Domates, süt ve süt ürünleri ile makarna iş kollarını ana odak alanları olarak belirlediklerini dile getiren Kesimer, "Bu alanlarda inovasyon, teknoloji, yatırım ve marka yatırımıyla büyümeyi ve 2015 yılında 1 milyar liralık ciroya ulaşmayı hedefliyoruz" diye konuştu. Özellikle peynirde portföyü genişletmek için bir arayış içinde olduklarını ve bu çerçevede Moova'yı geçen yıl ağustos ayında

32,3 milyon liraya satın aldıklarını hatırlatan Kesimer, şöyle devam etti: "Bu yatırımla 350 ton süt işleme kapasiteli bir işletmeye sahip olduk. Yeni peynir çeşitlerimizi hazırlamak için bin tüketiciyle görüşerek lezzet algılarıyla ilgili araştırmalar yaptık. Peynir portföyümüzü ilk olarak 35 ürünle başlatıyoruz. Böylece pazarın yüzde 90'ına hitap etmiş olacağız."

"PAKETLİ PEYNİRDE İLK 3'TE OLMAYI HEDEFLİYORUZ"

Yenilikçi ürünler için çalışmalarla devam ettiklerini dile getiren Kesimer, şöyle devam etti: "Süt kategorisindeki



Tat Gıda Genel Müdürü Arzu Aslan Kesimer: "2015 yılında markalarımıza 55 milyon lira civarında yatırım yapacağız."

gücümüz ve uzmanlığımızla peynir kategorisinde de kısa zamanda önemli bir başarı yakalayacağımıza inanıyoruz. Hedefimiz 15 büyük markanın yer aldığı paketli peynir kategorisinde ilk 3 markadan biri olmak. 2015 yılında SEK cirosunun 500 milyon lirayı geçmesini, bundan sonraki yıllarda da artarak devam etmesini hedefliyoruz. 2015 yılında markalarımıza 55 milyon lira civarında yatırım yapacağız. Bunun önemli bir kısmı da peynir kategorisine ve SEK markasına olacak."

Setur, Ödüllerine Bir Yenisini Daha Ekledi

SETUR, ULUSLARARASI BİLİŞİM PROFESYONELLERİNİ AĞIRLAYAN IDC TÜRKİYE CIO ZİRVESİ 2015'TE, "BOOKERS CLUB" PROJESİ İLE "YILIN EN İYİ İŞ ETKİNLİŞTİRME PROJESİ" KATEGORİSİNDE BİRİNCİLİK ÖDÜLÜNE LAYIK GÖRÜLDÜ.

Setur, bilişim teknolojilerinin gelişimini inceleyen ve şirketlerin pazar paylarını açıklayan ABD merkezli market araştırmaları şirketi IDC (International Data Corporation) tarafından 8-10 Nisan tarihlerinde Antalya'da düzenlenen CIO Zirvesi 2015'te "Bookers Club" projesi ile "Türkiye'de 2015 yılında Yılın En İyi İş Etkinleştirme Projesi" kategorisinde birincilik ödülüne layık

görüldü. 5 kategoride ödüllerin verildiği zirvede Setur, Türkiye'nin önemli kuruluşlarının CIO'larının oluşturduğu jürinin değerlendirmeleri sonucunda ödüle layık görüldü.

IDC Başkan Yardımcısı Michael Jennett'in elinden ödül alan Setur Bilgi Teknolojileri Müdürü Metin Arabacıoğlu; kendileri ile işbirliği yapan ve tüm dünyada faaliyet gösteren acenteler

arasında işbirliğini güçlendirecek bir ağ oluşturmak amacıyla geliştirdikleri Bookers Club ile ortak bir ürün havuzu oluşturduklarını, acentelerin ürün yelpazelerinin genişlediğini belirtti. Arabacıoğlu, "Sistem sayesinde acentelerin müşterilerine uygun fiyatlı ve alternatifli ürünler sunmaları sağlandı. Aynı zamanda acentelerin güçlü oldukları pazarlardaki ürünleri uygun fiyatlarla sunmasına ve güvenilir ürün çeşitliliğinin artmasına katkıda bulunurken, acenteler arası sinerji de yaratılmış oldu. Birçok projeyi geride bırakarak birincilik ödülüne layık görülmek bizi çok gururlandırdı" dedi.

PERAKENDE

Koçtaş'ın Satış Alanı 240 Bin m²'ye Ulaştı

KOÇTAŞ, BURSA OSMANGAZİ'DAKİ MAĞAZASINI MÜŞTERİLERİNİN YOĞUN İLGİ GÖSTERDİĞİ BULUŞMA ALANLARINDAN BİRİ OLAN ANATOLIUM AVM'YE TAŞIDI. KOÇTAŞ BÖYLECE SATIŞ ALANINI 240 BİN M²'YE TAŞIDI.

Koçtaş, yatırımlarına hız kesmeden devam ediyor. Halen 20 ilde 43 mağaza ile faaliyet gösteren Koçtaş, Bursa'da Osmangazi'de yer alan mağazasını kentin en hareketli noktalarından biri olan Anatolium AVM'ye taşıdı. Bursa'daki ilk mağazasını 2007 yılında Korupark Alışveriş Merkezi'nde hizmete açan Koçtaş'ın, Nilüfer Carrefour mağazası ile beraber Bursa'da toplam 3 mağazası bulunuyor. Koçtaş'ın Bursa Anatolium mağazasının resmi açılışı; Koç Holding Turizm, Gıda ve



Perakende Grubu Başkanı Tamer Haşımoğlu, Koçtaş Genel Müdürü Alp Önder Özpamukçu ve Koçtaş çalışanlarının katılımıyla düzenlenen

bir törenle gerçekleşti. Koçtaş'ın Anatolium AVM'de yer alan mağazası 5 bin 500 metrekarelik satış alanına sahip.

Koçtaş, Yerel Sosyal Sorumluluk Projelerine İmza Atmayı Sürdürüyor

KOCAELİ'DE KOÇ-DER'İN 3 NİSAN'DA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ FARKINDALIK YÜRÜYÜŞÜ'NE GÖNÜLLÜ DESTEK VEREN KOÇTAŞ ÇALIŞANLARI; ADANA PORTAKAL ÇİÇEĞİ KARNAVALI BOYUNCA DA ZİÇEV'Lİ AİLE VE ÇOCUKLARIN YAYINDAYDI.



Koçtaş, "Daha Güzel Evler, Daha Güzel Hayatlar" vizyonu çerçevesinde toplumda sosyal sorumluluk bilinci geliştirmek amacıyla, yerel sosyal sorumluluk projelerine imza atmayı sürdürüyor. Koçtaş, 2014'te bina yenileme çalışmalarını üstlendiği Kocaeli Otizmli Çocuklar Derneği (KOÇ-DER) ve Türkiye Zihinsel Yetersiz Çocukları Yetiştirme ve Koruma Vakfı (ZİÇEV) Adana Şubesi'ni yalnız bırakmıyor.

Kocaeli Otizmli Çocuklar Derneği'nin (KOÇ-DER), Otizm Farkındalık Ayı kapsamında 3 Nisan'da gerçekleştirdiği Farkındalık Yürüyüşü'nde, gönüllü Koçtaş çalışanları otizmli çocuklarla birlikte yürüdü. Bölge halkından da

çok sayıda kişinin destek verdiği yürüyüşle, otizmli çocukların toplumun içerisinde varoluşlarına ve yaşadıkları sorunlara dikkat çekildi.

Koçtaş, bu yıl 1-5 Nisan 2015 tarihleri arasında üçüncüsü düzenlenen, Türkiye'nin ilk ve tek sokak karnavalı olma özelliğine sahip Portakal Çiçeği Karnavalı'nda, geçtiğimiz yıl olduğu gibi, bu yıl da ZİÇEV'li ailelerin ve çocuklarının yanındaydı. ZİÇEV'li çocuklar, Koçtaş sponsorluğunda kurdukları stantta 4 gün boyunca kendi el emekleriyle yaptıkları ürünleri sergilediler. Karnaval korteji'ne de katılan ZİÇEV çocukları ve gönüllü Koçtaş çalışanları, izleyenlerin takdirini topladı.

ben otizmlı bir çocuğum. Dünyayı diğer
çocuklardan farklı algılıyorum ve bazen hayat benim
için çok zor olabiliyor. Endişelenme, erken tanı ve eğitimle
büyüyünce hayatıma tek başıma devam edip
ne olacağıma kendim karar
verebilirim. Eğitim almaya hemen
başlarsam, belki bir gün ben de
meslek sahibi
olacağım
küçük bir tohumum
ben, güneşim ol
anne

Eğer Çocuđunuz



GÖZ TEMASI
KURAMIYORSA



İSMİ
SÖYLENDİĞİNDE
DÖNÜP
BAKMIYORSA



PARMAĞIYLA
İSTEDİĞİ ŞEYİ
GÖSTEREMİYORSA



YAŞITLARININ
OYUNLARINA
İLGİ
DUYMUYORSA



SALLANMAK,
PARMAK
UÇLARINDA
YÜRÜMEK GİBİ
HAREKETLERE
SAHIPSE



DÖNEN
NESNELERE
KARŞI AŞIRI İLGİ
DUYUYORSA



TAKINTILI
DAVRANIŞLAR
GÖSTERİYORSA



Geç olmadan **TOHUM OTİZM VAKFI**'na danışın! **0212 244 75 00** | benbuyuyunce.com | [benbuyuyunce](https://www.instagram.com/benbuyuyunce)



2015'TE YENİ YATIRIMLARIMIZA ODAKLANIYORUZ

TOFAŞ CEO'SU CENGİZ EROLDU, ŞİRKETİN 2014'TE EN YÜKSEK CİRO, KÂR VE AKTİF BÜYÜKLÜĞE ERİŞTİĞİNİ BELİRTEREK, BU BAŞARIYI HEM YURTIÇİ HEM DE YURTDIŞI PAZARLARA YÖNELİK FAALİYETLERE BAĞLIYOR. TOFAŞ'IN 2016 YILI SONRASINDA 6 MODELİ AYNİ ANDA ÜRETECEĞİNE DİKKAT ÇEKEN EROLDU, BU NEDENLE 2017'Yİ ÇOK ÖNEMSEDİKLERİNİ DİLE GETİRİYOR.

“Türkiye’de pek çok ilke imza atmış olan ve kendini sürekli yenileyen bir kurum olarak, bugünün küresel rekabetinde varlığımızı güçlendirme-ye devam ediyor, ülke ekonomisine ve tüm paydaşlarımıza yarattığımız katma değeri de her geçen gün artı-nyoruz” diyen Tofaş CEO’su Cengiz Erol, 2014 yılı hakkında değerlen-dirmelerde bulunurken, bu yıl yeni model yatırımlarına yönelik Ar-Ge çalışmalarına odaklanacaklarını söylüyor. Tofaş’ın gündemindeki yeni projelerin detaylarını Bizden Haberler Dergisi’ne anlatan Erol, Tofaş’ın 2017 yılına odaklandığını söylüyor.

Koç Holding ile yolunuz ilk olarak 1989 yılında kesişti. 1995 yılından itibaren Tofaş’ta finansman ala-nında birçok görev üstlendiniz. 2008 yılında CFO, 2015 yılında da Tofaş’ın CEO’su oldunuz. Tofaş ile 19 yıllık bir geçmişiniz bulu-nuyor. Bu süre zarfında sizce otomotiv sektörü ve Tofaş nasıl bir gelişim gösterdi?

Evet, meslek hayatıma Koç Holding çatısı altında başladım. 1993-1995 yıllarında Fiat bursu ile İtalya’da yaptığım MBA sonrasında; 1995 yılı Eylül’ünde Bursa’da çalışmaya başladım. Meslek hayatımın 19 yılını geçirdiğim Tofaş, benim için adeta bir okul oldu. Tofaş’a büyük katkılarda bulunan kıymetli CEO’larla çalıştım. Bu süre zarfında Türkiye otomotiv sektörü önemli değişimler gösterdi. Tofaş ise bu süreç içinde, kilometre taşı niteliğinde proje ve inisiyatiflerin yer aldığı bir yenilenme hikâyesine imza attı.

1990’ların ortasına kadar döne-min sanayi ve ekonomik şartlarıyla yalnızca iç pazar için, ağırlıklı montaj üretiminin yapıldığı bir ortam hâkimdi. Üretimde yerli payının artması, yine üretimde ilk robot kullanımı ve fabrika kapasitesinin yılda 250 bin araca ulaşması açısından, 90’lı yıllar Tofaş’ın sıçrama yaptığı bir dönem oldu.



“2014’te gerçekleştirilen 67, toplamda 210 patent başvurusuyla ülkemizin patent liderleri arasında yerimizi aldık.”

Tofaş olarak, 1994 yılında Fiat Uno üretimine başlayarak, Türkiye’nin ilk B segmenti otomobilini pazara sunduk. Ardından 1995’te, Türkiye’nin ilk büyük ölçekli ihracat hamlesini ger-çekleştirdik ve Tempa’nın Avrupa’ya ihracatını başlattık. Bu hamle; Türkiye otomotiv sanayisinin Avrupa pazarla-rına yönelik üretim yetkinliğinin ispatı olurken, Türkiye’nin gelecek yıllarda otomotivde üretim üssü haline gelme-sinde önemli bir rol oynadı.

Aynı dönemde başka bir önemli adım daha atıldı ve Tofaş Ar-Ge kuruldu. İlk etapta Fiat lisansıyla üretilen araçların Türkiye koşullarına uygun hale geti-rilmesi amacıyla kurulan Ar-Ge, yıllar içinde gelişerek Tofaş’ın yenilenme sürecinde de önemli bir rol oynadı.

1996 yılında imzalanan Gümrük Birliği anlaşması sonrası değişen sektör dinamikleri ile yeni bir rekabet ortamı oluştu. Bu süreç Tofaş için de ayrı bir dönüm noktası oldu. Yeni modellere geçiş için çalışmalar hızlanarak devam etti. Tofaş, 1998 yılında Fiat Auto’nun dünya otomobili Palio projesinin Bre-zilya ile birlikte 2 önemli merkezinden biri oldu. Palio, Siena ve Palio Wee-kendi modellerinden oluşan bu proje, Türkiye’de Uno ile oluşmaya başlayan B segmentinin pazarda istikrarlı bir yer bulmasında etkili oldu.

Ar-Ge’nin kurulması ile başlayan yeni-lenme süreci 1998 yılına gelindiğinde “Scudino Projesi” olarak başlayan ve 2000 yılında Tofaş tarihinin ve Ar-Ge’sinin en önemli adımı olarak devreye alınan Doblò ile hayat buldu.

Tofaş’ın, kalıp tasarım ve üretim ala-nında o günlere kadar ulaştığı yet-kinlikler, Doblò’nun proje ve geliştir-me sürecinde yer almasını sağladı. Tofaş Ar-Ge, ilerleyen yıllarda Fiat Auto’nun geliştirme merkezlerinden biri haline dönüştü. Fiat’ın dünyada ilk kez bir modelini İtalya dışında tek bir ülkede gerçekleştirme kararı ile ortaya çıkan Doblò sayesinde Tofaş, bütünüyle yeni bir modelin üretim üssü haline geldi. Doblò, lansmanın-dan sonraki dönemlerde 2 kez ‘Yılın Ticari Aracı’ ödülünü alırken Tofaş da ihracat rekorları kırdı.

2000’li yılların başında ise Tofaş, Fiat Siena’dan Albea’ya geçiş sürecinde, önemli bir deneyim daha yaşadı. Siena’nın yerini alacak daha büyük hacimli bir ürünün kavram çalışmasını başlattı. Ürün kavramı Fiat Auto tarafından benimsendi ve Sinea modeli Albea’ya dönüştü. 2002 yılında üretimine başlanan model Brezilya, Çin ve pek çok gelişmekte olan pazarda yerini aldı. Böylelikle Türkiye otomotiv sana-yisinde ilk defa bir ürün konsepti geliştirilmiş oldu.

2005 yılında, Türkiye için devrim niteliğinde bir projeye imza atıldı. Minicargo projesi ile ilk defa çoklu marka (Fiat, Peugeot ve Citroen) üretimi gerçekleştirildi. Türkiye’nin, Avrupa’nın hafif ticari araç üretim üssü haline gelmesini sağlayan Doblò ile birlikte Minicargo projesi Tofaş’ın yetkinliklerini çok daha üst boyutlara taşıdı. Fikri sınai hakları Tofaş’a ait olan bu projeler, Türkiye ve Avrupa’da kendi segmentlerini yarattı; çok amaçlı araç konseptinin yaygınlaşmasında örnek teşkil etti.

2007 yılında Linea üretimine baş-landı; dünya Lansmanı Türkiye’de gerçekleşen Linea’nın yenilenmesi sorumluluğunu Tofaş üstlendi. 2012 yılında pazara sunulan Yeni Linea, Türkiye’nin en fazla tercih edilen otomobillerinden biri oldu.

RAKAMLARLA TOFAŞ

520

MİLYON DOLAR

'YENİ SEDAN' PROJESİNİN
YATIRIM DEĞERİ

80

ÜLKE

FİKRİ VE SİNAİ HAKLARI
TOFAŞ'A AİT DOBLÖ MODELİNİN
İHRAC EDİLDİĞİ ÜLKE SAYISI

100

BİN

2015 YILI İÇ PAZAR SATIŞ
HEDEFİ

250

BİN

2015 YILI İÇ ÜRETİM HEDEFİ

170

BİN

2015 YILI İHRACAT HEDEFİ

2013 yılında Dünya Klasında Üretimde -WCM- "Altın Seviye"ye erişen Tofaş fabrikası, 2014 yılında ise bir atılıma daha imza attı. Kuzey Amerika ve Kanada pazarları için 360 milyon dolarlık yatırımla Doblö Amerika projesini hayata geçirdi. Yine aynı dönemde, üreteceği yeni binek otomobillerin yatırım kararını açıkladı.

2015 yılına gelindiğinde ise, ilk aylarda imzalanan Minicargo'nun yenilenmesine dair yatırım ile birlikte art arda devreye alınan yeni model yatırımları 1,5 milyar doları buldu. Bursa'nın ikinci, Türkiye'nin ise 6'ncı büyük sanayi kuruluşu olan Tofaş bugün, Avrupa ve ABD gibi dünyanın farklı bölgelerine araç geliştirerek üretim yapan, Fiat Chrysler'in Avrupa'daki 2 önemli Ar-Ge ve üretim merkezinden biri haline dönüştü.

Tofaş olarak, yaklaşık 6 bin 500 çalışanımız, her geçen gün büyümeye devam eden 600 kişilik Ar-Ge ekibimiz ve yeni modellerin üretimine odaklanmış, 400 bin araçlık üretim kapasitesi ile geçen yılı tarihinin en yüksek ciro, aktif büyüklük ve kârına erişerek tamamladık.

Yıllar içinde temsil ettiğimiz Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Jeep, Ferrari,

Maserati markalarıyla iç pazarda tüm müşteri segmentlerine hitap eden güçlü bir oyuncu konumuna geldik. Öte yandan, ticari faaliyetlerimizin yanı sıra spor, eğitim ve kültür sanat alanlarında uzun yıllardır, istikrarlı bir biçimde sürdürdüğümüz sosyal sorumluluk projelerimizle de içinde yaşadığımız topluma değer yaratma çabasındayız. Türkiye'de pek çok ilke imza atmış olan ve kendini sürekli yenileyen bir kurum olarak, bugünün küresel rekabetinde varlığımızı güçlendirmeye devam etmekte, ülke ekonomisine ve tüm paydaşlarımıza yarattığımız katma değeri de her geçen gün arttırmaktayız.

2014 yılında Tofaş'ın satışları yüzde 6 artarak 7,4 milyar TL'ye ulaştı. Net kâr ise 574 milyon TL'yi buldu. Bu rakamlar Tofaş'ın şu ana kadarki en önemli ciro, kâr ve aktif büyüklük rakamları. Geçen yılki bu başarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz, nelere bağlıyorsunuz?

Sizin de belirttiğiniz gibi, 2014'te tarihimizin en yüksek ciro, kâr ve aktif büyüklüğüne eriştik. Burada en büyük etken hem yurtiçi pazara hem de yurtdışı pazarlara yönelik faaliyet gösteriyor olmamız. 2 milyar dolarla Türkiye'nin en çok ihracat yapan üçüncü şirketi olduk. Geçen yıl Tofaş olarak 222 bin adetle toplam sektör üretiminin %19'una imza attık. Üretimimizin 142 bin adedini ihraç ederek otomotivdeki toplam ihracatın %16'sını gerçekleştirdik. 353 milyon dolar dış ticaret fazlası yarattık. Yani geçen yıl üretimimizin yüzde 60'ını ihraç etmişiz. İhracat anlaşmalarımızdaki iş modelimiz, bize finansal garantiler sunuyor. Öte yandan, kurda artış olması da bir diğer etken... Satışlarımızı Euro üzerinden gerçekleştiriyoruz. Euro'nun değerlendirilmesi de satış gelirlerimize olumlu yansıdı.

Tofaş, 2014 yılında Türkiye pazarındaki satışlarının yüzde 84'ünü yerli üretimden gerçekleştirdi.

"Kuzey Amerika gibi regülasyonların ve müşteri beklentilerinin farklı olduğu bir pazara girebilmiş olmak bizim için oldukça değerli."





Tofaş'ın yerli üretimdeki bu başarısında etkili olan faktörler sizce nelerdir?

Üretimde ulaştığımız kalite ve verimlilik seviyesi; Ar-Ge'de ulaştığımız yetkinlikler büyük ürün projelerini Tofaş'a taşıyabilmemizdeki en önemli etkenler oldu. Şu an Doblö, Fiorino ve Linea'nın üretimini gerçekleştiriyoruz. İç pazarda Doblö, en fazla tercih edilen ticari araç; Fiorino ve Linea da kendi segmentlerinde lider konumdadır. Ürünlerimizin iç pazardaki başarısı yerli üretimden satışlarımızda bizi liderliğe taşıyor. FCA'nın Avrupa'daki 2'nci büyük Ar-Ge Merkezi konumunda bulunan Tofaş, Ar-Ge ve üretim yetkinlikleriyle dünya çapında rekabet eden bir üreticiye dönüştü. Dünya standartlarında üretim kabiliyetimizde nitelikli iş gücümüzün büyük katkısı var. Öte yandan artık bir otomobilin çok sayıda parça grubunda, yerli yan sanayi şirketlerimizin uluslararası standartlara uygun, yüksek kalitede ve rekabetçi ürünleri bulunuyor. Yan sanayimizin ulaştığı yetkinliğin de Tofaş'ın yerli üretimdeki başarısında önemli katkısı bulunuyor.



“Bu yıl 1,5 milyar dolarlık yatırımımızın 700 milyon dolarlık kısmını gerçekleştireceğiz. 520 milyon dolar yatırım değerine sahip ‘Yeni Sedan’ projemizin test üretimleri ise başladı.”

2014 yılı Tofaş için önemli yatırım kararlarının alındığı bir yıl oldu. Bu yatırımların bu sene gördüğümüz-göreceğimiz sonuçlarından, yeni yatırımlarınızdan ve yeni projelerinizden bahsedebilir misiniz?

Daha önce belirttiğim üzere, son 2 yılda açıkladığımız 1,5 milyar dolar değerinde yeni model yatırımlarımız kapsamında çalışmalarımıza hızla devam ediyoruz. Bu yıl 1,5 milyar dolarlık yatırımımızın 700 milyon dolarlık kısmını gerçekleştireceğiz. 520 milyon dolar yatırım değerine sahip ‘yeni sedan’

projemizin test üretimleri başladı. Yeni araçlarımızı bu yılın son çeyreğinden itibaren Türkiye'yle birlikte dünyanın farklı ülkelerinde satışa sunacağız. Ayrıca, 2016 yılında devreye girecek yeni hatchback ve station wagon modelleriyle Fiorino FaceLift projeleri üzerinde çalışmalarımızı da sürdüreceğiz. 2016 sonrasında 6 model aynı anda üretiyor olacağız. Ürün gamımızı yeniledikten sonra, 2017 yılındaki performansımız büyük önem taşıyor.

Tofaş olarak, 2014 yılında yaptığınız Ar-Ge çalışmalarından, aldığınız patentlerden, Ar-Ge yatırımlarından bahsedebilir misiniz? 2015 için planlarınız neler?

Tofaş'ın en önemli odaklarından birisi hiç kuşkusuz Ar-Ge yetkinliğini geliştirmek. Bizi ulusal ve uluslararası arenada sürdürülebilir rekabet gücüyle öne çıkaracak alanın Ar-Ge ve yenileşim olduğunu çok önce fark ettik. Henüz 1990'lı yıllarda rotamızı geleceğe yönelttik. Bugün FCA bünyesinde Avrupa'daki ikinci büyük Ar-Ge'ye sahibiz. Avrupa Birliği ve üniversitelerle ortak projeler de gerçekleştiriyoruz.



“Bizim odağımızda 2017 yılı yer alıyor. 2015 ile ilgili alacağımız bazı taktiksel kararlar olabilir. Ancak yeni ürünlerin devreye girmesiyle birlikte 2017 yılındaki performansımız büyük önem taşıyor.”

Tofaş'ın Ar-Ge merkezinde yeni ürün projelerini art arda hayata geçirirken, 2014'te gerçekleştirilen 67, toplamda 210 patent başvurusuyla ülkemizin patent liderleri arasında yerimizi almış bulunuyoruz.

Bu yıl yeni model yatırımlarımıza yönelik Ar-Ge çalışmalarına odaklanacağız. Ayrıca üniversitelerle birlikte bugüne kadar 100'ün üzerinde ortak proje hayata geçirdik. Bu projelerin artması için çalışmalarımızı sürdüreceğiz.

Otomotiv sektörü bu yıla nasıl bir başlangıç yaptı ve bu başlangıcın ardından genel olarak bu sene sektörde nasıl bir hareketlilik bekliyorsunuz?

Sektör, iç pazar açısından yıla hareketli bir başlangıç yaptı. Verilere baktığımızda ilk çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre çok ciddi artışlar görüyoruz. Toplam 173 bin aracın satıldığı Ocak-Mart dönemi 2014'e göre %50 büyüdü. Otomobilde %42 artışla 127 bin adetlik satış gerçekleşirken, hafif ticari araç pazarında %78'lik büyümeyle 46 bin adet araç satıldı. Bu artışta Mart ayındaki satışların da bir etkisi oldu. Pazar sadece Mart ayında bir önceki yıla göre %75 büyürken, hafif ticari araç satışlarında %121 gibi oldukça dikkat çekici bir artış gerçekleşti. Bu gidişatin çok geri gitmeyeceğini yıl sonunda iç pazar büyüklüğünün 900 bin seviyesine yaklaşacağını tahmin ediyoruz.

Burada önemli bir noktayı da belirtmek isterim. Bizim odağımızda 2017 yılı yer alıyor. 2015 ile ilgili alabileceğimiz bazı taktiksel kararlar olabilir ancak bütün yeni ürünlerin devreye girmesiyle birlikte 2017 yılındaki performansımız büyük önem taşıyor.

Bu değerlendirmelerinizi göz önüne alarak Tofaş'ın sektörde şu anki yerinden ve 2015 yılında ol- mayı öngördüğü yerden bahsedermisiniz?

Sektördeki canlanmayla paralel olarak biz de yıla hızlı bir başlangıç yaptık. Ocak-Mart döneminde iç pazarda 6 markamızla 20 binin üzerinde satış gerçekleştirirken, Fiat markamız toplam satışlarda üçüncü sırada bulunuyor. İlk çeyrekte 65 bin adetlik üretim gerçekleştirirken bunun 43 bin adetten fazlasını ihraç ettik. Yılın genelinde iç pazar satışlarımızı 100 binin üzerine çıkarmayı hedefliyoruz. 250 bin adedin üzerinde üretim, 170 bin adedin üzerinde ihracat yapmayı planlıyoruz. Özetle iç pazardaki varlığımızı güçlendireceğimiz, ekonomiye olan katkımızı artıracığımız bir dönem öngörüyoruz.

2014 yılında Tofaş, Türkiye'nin küresel ticari araç üretim üssü haline gelmesinde kilit rol üstlenen Doblò modelinin ABD ve Kanada'ya ihracatına başladı. Bu ihracatın sizin için öneminden bahsedebilir misiniz?

Fikri ve sınai hakları Tofaş'a ait Doblò modelimizi dünyanın 80 ülkesine ihraç ediyoruz. İhraç pazarlarımıza son olarak ABD ve Kuzey Amerika'yı ekledik. 360 milyon dolarlık yatırımla Kanada ve ABD regülasyonlarına uygun olarak yenilediğimiz Doblò, RAM markası tarafından Promaster City ismiyle Amerika pazarına sunuldu ve beğeniyle karşılandığını memnuniyetle görüyoruz. Kuzey Amerika gibi regülasyonların ve müşteri beklentilerinin farklı olduğu bir pazara girebilmiş olmak da bizim için oldukça değerli. Türkiye otomotiv ana-

ve yan sanayi açısından da değerli bir deneyim olduğunu düşünüyorum. Aynı zamanda Chrysler'in de ticari araç gamını tamamlamış olduk. Küreselleşme ve bu rekabet ortamında pazar farklılaştırması ön plana çıkıyor. Biz de bu yönde çalışmalarımıza yoğunlaşıyoruz. ABD ile başladık ve bu pazarda daha iyi rakamlar çıkacak diye düşünüyorum.

Dünyanın 80 ülkesine ihracat yapan bir üretici olarak ana ihracat pazarımız Avrupa'nın ötesine geçmek ve ihracat pazarlarımızı çeşitlendirme stratejisi doğrultusunda ABD ve Kanada'ya ihracata başlamamızın ardından yeni ilave pazarların da önümüzdeki dönemde devreye girmesini hedeflediğimizi söyleyebilirim.

Tofaş'ın sürdürülebilirlik alanında yaptığı çalışmaları ve bu alandaki kısa, orta ve uzun vadedeki hedeflerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Daha yaşanır bir dünyanın yolu, karbon salımını azaltmaktan, çevre ile dost üretimden, iş kazalarını sıfırlamaktan ve hem şimdiki hem de bizden sonraki nesillere çok daha iyi bir gelecek inşa etmekten geçiyor. Tofaş'ın Kurumsal Sürdürülebilirlik Politikası da bu çerçevede şekillenmekte diyebiliriz. Sürdürülebilirlik kapsamında enerji verimliliği, çevre yönetimi ve kurumsal yönetim alanlarındaki çalışmalarımızı, sürekli iyileştirme hedefiyle uzun yıllardır devam ettiriyoruz. 2010'dan bu yana her yıl karbon ayak izimizi ölçüyor ve bunu ISO 14064 standardına göre bağımsız denetçilere doğruluyoruz. Ülkemizde bu sistemi ilk uygulayan şirketlerden biriyiz. Bu çalışmalar bize iklim değişikliğiyle mücadelede önemli tecrübeler kazandırdı. Amacımız; sadece üretim ve satışta değil, sürdürülebilir yönetimde de sektörün öncüsü olarak, başarılarımızı artırmak ve daha ileri noktalara taşımak. Güvenli ve gelişim odaklı bir iş yaşamı sunmak bizim en çok önem verdiğimiz konu-



ların başında geliyor. Fabrikamız; FCA genelinde uygulanan Dünya Klasında Üretim (WCM) Programı'nda Altın Seviye'ye ulaşan 4 fabrikadan biri. Bu çerçevede; müteahhit firma çalışanlarının da dahil olduğu, yaralanma ve kayıp günlük kaza frekans oranlarımızı 0,5 seviyelerine indirdik. Gelecek dönemlerde de üretim süreçlerimizde iş sağlığı ve güvenliği uygulamalarımızı güçlendirmeye devam edip "0 iş kazasına" ulaşmayı hedefliyoruz. 'Altın' üretim seviyesiyle başlayan yolculuğumuzu, CDP Küresel Liderlik Raporu ve BİST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alan ilk ve tek otomotiv şirketi olarak sürdürdük. Ayrıca, Kurumsal Sürdürülebilirlik Politikası çalışmalarımız kapsamında, 2014 yılı sonunda Türk otomotiv sanayisinde "Sürdürülebilirlik Raporu" yayınlayan ilk otomotiv üreticisi olduk.

Orta ve uzun vadede, yenilenebilir enerji kaynaklarından daha fazla yararlanmayı hedefliyoruz. Enerji üretim merkezimizin modernizasyonu için yatırım yapmaya devam edeceğiz. Ayrıca enerji tüketimimizin daha detaylı ölçülmesi ve izlenmesi amacıyla, sistem yatırımları yapıyoruz. Tofaş, 2020 yılı hedeflerini; su ve katma değeri olmayan enerji tüketimini

%30, üretim ve lojistik faaliyetlerindeki sera gazı emisyonlarını %30, tehlikeli atıkları %20, uçucu organik karbon emisyonlarını %20 azaltmak olarak belirledi. Araç başına enerji tüketim değerimiz, emisyon değerimiz ve su tüketimimiz, baz aldığımız 2012 yılına göre düşüş gösterdi. Toplam enerji kazancımız 10 bin konutun bir yıllık enerji tüketimine karşılık geliyor.

Tofaş sosyal sorumluluk alanında aktif olarak çalışmalar yapan bir marka. 2015 yılında Tofaş sosyal sorumluluk alanında ne tür etkinlikler gerçekleştirmeyi düşünüyor?

Sosyal sorumluluk çalışmalarımız doğrultusunda kültür-sanat, eğitim ve spor alanlarındaki faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Sosyal sorumluluk faaliyetlerimizin büyük çoğunluğu uzun soluklu projeler. Geçtiğimiz yıl, Bursa'da eğitime önemli katkı sağlayacağına inandığımız Tofaş Fen Lisesi'nin inşaatını tamamlayarak, 2014-2015 eğitim-öğretim yılına yetiştirdik.

Tofaş Spor Kulübü ile uzun yıllardır Türkiye'de sporcu yetiştirme, spor aracılığıyla gençlerimizin gelişimine katkı sağlama misyonu ile çalışıyoruz.

Kulübümüz altyapı odaklı yönetimi, basketbol okulları ve yürüttüğü sosyal sorumluluk projeleriyle bu alanda istikrarlı çizgisini koruyor. Bu yıl Şubat ayında temel atma törenini gerçekleştirdiğimiz yeni spor kompleksiyle Bursa'da 10 milyon liralık bir spor yatırımına imza attık. Tofaş Spor Kulübü için, fabrikamız arazisi içerisinde inşasına başladığımız yeni tesis, Tofaş çalışanlarının yanı sıra Bursa'daki amatör spor kulüpleri ve sporculara da hizmet verecek. 5.800 metrekarelik tesiste 3 adet basketbol sahasının bulunduğu spor salonu, kondisyon merkezi ve her türlü fizik tedavi ihtiyacını karşılayacak, tam teşekküllü sporcu rehabilitasyon merkezi yer alacak. Bu yeni spor kompleksinin de bu yılın son çeyreğinde hizmete girmesini planlıyoruz.

Tofaş Anadolu Arabaları Müzesi bünyesinde yer alan Tofaş Sanat Galerisi'nde gerçekleştirdiğimiz sergilerle Bursa'nın kültür sanat hayatına katkıda bulunuyoruz. Bu yıl yepyeni bir sergiyle ziyaretçilerimizi ağırlayacağız. Kültür sanat alanında, müzemizin yanı sıra Hierapolis ve Küçükyağı arkeolojik kazılarına destek veriyor; Venedik Bienali Türkiye pavyonunun da sponsorluğunu üstleniyoruz.

Divan Grubu Yatırımlarına Emin Adımlarla Devam Ediyor

FAALİYET GÖSTERDİĞİ ALANLARDA HEM BİR EKOL HEM DE BİR OKUL OLMAYI BAŞARAN DİVAN GRUBU, 2015 YILINDA YENİ PROJELERİ HAYATA GEÇİRMeye HAZIRLANIYOR. GÜNDEMDEKİ ÇALIŞMALARI VE GRUBUN HEDEFLERİNİ DİVAN GRUBU MALİ İŞLER VE İŞ GELİŞTİRME DEN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI DR. FAİK ÖZTUNÇ ANLATTI.



Divan Grubu Mali İşler
ve İş Geliştirmeden Sorumlu
Genel Müdür Yardımcısı
Dr. Faik Öztunç

Hizmet sektöründe önemli kilometre taşlarından biri olan Divan Grubu, kuruluşundan bu yana faaliyet alanlarını zenginleştirirken yeni yatırımlarla da her zaman genç kalıyor. Bizden Haberler Dergisi'nin sorularını yanıtlayan Divan Grubu Mali İşler ve İş Geliştirmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Dr. Faik Öztunç, grubun başarısını faaliyet alanları arasındaki başarılı entegrasyona bağlıyor.

Kuşkusuz ki Divan Grubu'nun başlangıç noktası 1950'lilerin başında açılan Divan İstanbul. Peki, Divan Grubu'nun yeni otel projeleri neler?

1950'li yılından günümüze kadar olan süreçte Divan Grubu restoran, pastane, catering venue işletmeleri ile entegre bir marka olarak rakiplerinden fark yarattı ve uluslararası zincir bir otel olma yolunda da çok fazla yol kat etti.

Otelcilik alanında; Divan, Divan Suites, Divan Express markaları ile büyütüyoruz. Şu anda tüm bu markalarla; yurtdışında Irak/Erbil, Azerbaycan/Bakü, Gürcistan/Batum'da ve yurtdışında da İstanbul, Ankara, Antalya, Muğla-Bodrum, Gaziantep, Eskişehir gibi önemli şehirlerde toplam 18 otelimiz bulunuyor. Bu yılın ikinci yarısında açılacak beş yıldızlı Divan Adana ve Divan Mersin ile birlikte otel sayımız 20'ye yükselecek. Diyarbakır, Cizre, Denizli ve yurtdışında Bağdat'da otel inşaatlarımız devam ediyoruz.

Geçtiğimiz haftalarda Divan ve Divan Express markası ile Cezayir'de iki otel anlaşması imzaladık. Yeni imzalanan ve inşaat aşamasındaki projelerle birlikte toplam otel sayımız 26'ya ulaştı. Bu yıl ayrıca 4 proje daha imzalamayı hedefliyoruz.

Divan Grubu, otelciliğin yanı sıra restoran, ziyafet mekânı ve stadyum operasyonunda hizmetler veriyor. Bu hizmetler şu anda hangi bölgelerde yoğunlukla veriliyor?

Otel dışında, münferit hizmet veren restoranlarımızın tümü İstanbul içerisinde, iki yakaya dağılmış durumda. Bunun yanı sıra Anadolu yakasının en büyük kapalı salonuna sahip olma özelliği taşıyan Divan Fenerbahçe Faruk Ilgaz Tesisleri



Yeni imzalanan ve inşaat aşamasındaki projelerle birlikte toplam otel sayımız 26'ya ulaştı. Bu yıl ayrıca 4 proje daha imzalamayı hedefliyoruz.

ile şu anda yeniden inşasına başlanan Divan Kuruçeşme; ziyafet mekânlarımız arasında yer alıyor. Büyük bir catering hizmeti olarak adlandırabileceğimiz stadyum operasyonları ise şimdilik Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadyumu ve Galatasaray TT Arena'da sürdürülüyor. Ayrıca, Ford-Otosan'ın Gölçük Tesisleri içinde dışarıya da hizmet veren Doğa Restaurant'ı da işletiyoruz.

Türkiye'de toplamda 17 Divan Pastanesi bulunuyor. "Pastane" kavramı Türk insanının alışkanlıkları açısından çok farklı bir alanda konumlanıyor. Divan'ın bu konuda nasıl bir standart oluşturduğunu düşünüyorsunuz?

Divan, lüks çikolata ve butik pastane konseptinin Türkiye'deki lideri olarak dünyanın sayılı lokum ve çikolata markaları arasında yer alıyor. Divan Pastaneleri açıldığı günden bu yana yurtdışında ün salmış pasta ve çikolata şeflerini Türkiye'ye getirip Türk insanını değişik tatlarla tanıştırmış, Türk şeflerine eğitimler vermiş ve birçok girişimciye de okul olmuştur. Divan'ın yarattığı ve artık Divan Klasikleri haline gelen lezzetlerden Rokoko, Divan Spesiyal Pasta, beyaz



**Otelcilikte 1950'li
yıllardan bu güne ulaşan
üstün hizmet kalitemiz
artık Divan Residence
ve Managed by Divan
ismindeki iki konseptimiz
ile lüks konut sahiplerine
de sunuluyor.**

çikolata ve badem krokanın mükemmel uyumu ile yaratılan Arduaz, usta ellerin hazırladığı el yapımı çikolatalar, prenses badem, krep dantel, yaprak nane gibi lezzetler ile fark yarattı. Geleneklerden kopmadan yenilikçi yaklaşımlarla kendisini yenileyerek çağdaş kalabildi ve bu sayede sadık ve kıymetli bir müşteri kitlesi yarattı. Mesela, bir Fransız klasiği olan macaron'un geleneksel Parisien kökenlerini, otantik Türk tatları ile harmanlayarak Türkiye'de macaron denince ilk akla gelen isimlerden olmayı başardı. Lüks çikolata ve butik pastane konseptinin Türkiye'deki lideri Divan Pastaneleri, el yapımı gurme ürünleriyle 17 butik mağazada konuklarına prestij, keyif ve kalite sunuyor. Ayrıca Migros ve Macrocenter mağazaları içerisinde yer alan fırınlarıyla operasyonuna devam ederken, In Bakery by Divan markasıyla taze ve zengin içerikli unlu mamul ürünlerini toplamda 42 fırında satışa sunuyor.

Divan Pastaneleri olarak yurt dışında da büyümeye devam ediyoruz. Haziran ayının sonunda yurtdışındaki ilk pastanemizi Doha'da açacağız. Bu işbirliğini o bölgenin gıda, tekstil ve otomotiv iş kollarında başarı ile faaliyet gösteren Almana Grup ile gerçekleştireceğiz. Aynı zamanda Dominos, illy cafe, Mc Donald's, Nissan, Armani, Dolce & Gabbana gibi uluslararası 50'den fazla markalarının bölgedeki temsilcisi konumunda olan Almana Grup'un Divan markasını ileriye taşıyabilecek vizyona ve iş bilgisine sahip olduğu görüşüyoruz. Katar bölgesinde açılacak olan pastane, cesur bir kararla Türkiye'deki tüm ürün gamını Türkiye'deki gibi taze

ve günlük olarak satışa sunacağımız bir nitelikte planlandı. Bu kararın arkasında durabilmek adına donuk ürün ihraç etmektense ürünlerin orada üretilmesi için bilgi transferleri gerçekleştiriliyor. Bu karar İstanbul'da Divan Pastanesi'nde Divan Special pastamızı yiyen tüketicinin aynı pastayı aynı lezzetle ve tazeliğe Katar'da tüketebilmesini sağlıyor. Bu durum tüketicimize ve Divan markasına gösterdiğimiz önemin en belirgin yansımalarından biri.

Rezidans projeleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Otelcilikte 1950'li yıllardan bu güne ulaşan üstün hizmet kalitemiz artık Divan Residence ve Managed by Divan ismindeki iki konseptimiz ile lüks konut sahiplerine de sunuluyor. Bu konseptte nihai alıcılara otel konforunda rezidans hizmeti verilmesi hedefleniyor. Mevcut durumda İstanbul'da işletmesini yapmış olduğumuz 2 adet rezidans projesi bulunuyor. Bunlardan ilki, son dönemde A+ plus projeleri ile gündemde olan Şişli/Bomonti bölgesindeki Divan Residence at Bomonti Plaza, ikincisi ise Atatürk Havalimanı ve ulaşım akslarına yakınlığı ile dikkat çeken Güneşli bölgesindeki Divan Residence at G Plus projesidir. İnşaat halinde ve Kocaeli/Darca'da olan G Marin Managed by Divan projesi 2015 yılı son çeyreğinde hizmet vermeye başlayacak. Divan Residence markamızda; özellikle içinde otel de olan ve aynı zamanda konut bulunduran projelerde büyümek istiyoruz.

Kalite ve lüks kavramına yeni bir soluk kazandıran Divan Grubu'nun planlanan yeni projeleri neler?

2015 yılı başında Ümraniye'deki genel

müdürlük binamızda yer alan üretim faaliyetimizi günümüz koşullarına göre son teknoloji ile tasarlanmış Taşdelen'deki yeni üretim tesisimize taşındık. İstanbul Boğazi'ndeki ziyafet mekanımız Divan Kuruçeşme'nin restorasyon çalışmaları ise devam ediyor. Antalya'daki otelimizin yıkılıp yeniden yapılması için çalışmalarımız devam ediyor. Otellerin büyüme planı çerçevesinde ise Türkiye'nin öncelikli şehirlerinde ve yurtdışında Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde, Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerinde ve Kafkasya'da yeni otel projeleri ile görüşmeler devam ediyor. Restaurant ve pastanelerimizde de uygun lokasyonlarda hedeflenen kârlılıklara ulaşıldığı takdirde yeni yerler açmak planlarımız içinde.



Divan Pastaneleri olarak yurtdışındaki ilk pastanemizi Doha'da açacağız.

Yeni Teşvik Paketinde Teknoloji, Ar-Ge Ve Tasarıma Öncelik

HÜKÜMET İSTİHDAMI ARTIRMAK
AMACIYLA YENİ BİR TEŞVİK
PAKETİ HAZIRLADI. YENİ
YATIRIMA VE FİNANSMANA
ERİŞİME AĞIRLIK VERİLEN
YENİ PAKETTE KOBİ'LERE VE
KADIN GİRİŞİMCİLERE YÖNELİK
TEŞVİKLER DİKKAT ÇEKİYOR.
PAKET İLE YÜKSEK TEKNOLOJİLİ
YATIRIMLAR İLE AR-GE VE
TASARIMA YÖNELİK DESTEKLER
ARTIRILIYOR.

Türkiye her ne kadar istihdam artışında önemli başarılar kaydetmiş olsa da, dinamik demografik yapısı ve son dönemde işgücüne katılımında gözlenen artış nedeniyle işsizlik oranlarını aşağı çekmekte zorlanıyor. Son açıklanan Ocak ayı istihdam verilerinde de benzer bir tablo ortaya çıktı. İstihdam edilenlerin sayısı 2015 yılı Ocak döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine göre 998 bin kişi artarak 25 milyon 454 bin kişi, istihdam oranı ise 1,1 puanlık artış ile yüzde 44,3 oldu. 2014 yılının genelinde ise yaklaşık 1 milyon 400 bin yeni istihdam sağlandı. İstihdamdaki bu artışa rağmen işsiz sayısı geçen yılın aynı dönemine göre 454 bin kişi artarak 3 milyon 259 bine yükseldi. İşsizlik oranı ise 1 puanlık artış ile yüzde 11,3 seviyesinde gerçekleşti. Bu son veriler, istihdam alanında daha etkin politikaların uygulanması gerektiğini ortaya koydu.

Kasım, Aralık, Ocak aylarında dönüşüm programlarını ilan eden ve birçok sektörel açılımı gündeme getiren Hükümet de istihdamı artırmak amacıyla yeni bir teşvik paketi hazırladı. "İstihdam, Sanayi Yatırımı ve Üretimi Destek Paketi", 2 Nisan'da ekonomiden sorumlu bakanların eşliğinde Başbakan Ahmet Davutoğlu tarafından açıklandı. 11 aylık paketin en önemli özelliği olarak yeni yatırıma ve finansmana erişime yönelik önlemlere ağırlık verilmesi dikkat çekiyor. Vergi indirimlerinden, işverene mesleki eğitim desteğine kadar bir dizi teşvik unsuruna yer verilen pakette, toplum yararına çalışan sayısının 120 bin kişiyi kapsayacak şekilde artırılması da acil önlemlerden biri olarak öne çıkıyor. Yeni paketin maliyeti, emeklilere maaş artışı desteği ile birlikte 7,5 milyar TL olarak açıklandı.

İŞKUR'DAN İŞGÜCÜ DESTEĞİ

Teşvik Paketi kapsamında özel sektör işyerlerinde 6 ay süreyle İşbaşı Eğitim Programında (İEP) çalışacak kursiyerlere İŞKUR tarafından net asgari ücret ödenecek. İşverenin kursiyerler için yaptığı harcamalar vergi matrahından düşürülebilecek. İşbaşı Eğitim Programı sonrası kursiyerlerin aynı işkolunda işe alınması durumunda ise imalat sektöründe 42 ay, diğer sektörlerde ise 30 ay boyunca SGK işveren primi İŞKUR tarafından

üstlenilecek. Kursiyerin Temmuz ayına kadar işbaşı eğitimine başlamış olması halinde destekler altı ay daha uzatılacak. Yine Teşvik Paketi ile "Toplum Yararına Çalışma" kapsamında ilave 120 bin istihdam sağlanması öngörüülüyor.

YATIRIMCIYA DAHA ÇOK VERGİ İNDİRİMİ

Pakette istihdam teşviklerinin yanı sıra ağırlıklı olarak yatırım teşviklerinde yapılan iyileştirmeler dikkat çekiyor. Paket ile yatırım döneminde uygulanan vergi indirimleri artırılıyor. Bu kapsamda yatırımcıların 2015 ve 2016 yıllarında gerçekleştirecekleri yatırım harcamaları için, yatırım döneminde mevcut diğer tüm faaliyetlerinden elde edecekleri tüm kazançlarına daha yüksek miktarda vergi indirimi uygulanacak. Birinci bölgede daha önce hiç uygulanmayan yatırıma katkı oranı yüzde 50 olarak belirlenirken, ikinci bölgede yüzde 10'dan yüzde 55'e, üçüncü bölgede yüzde 20'den yüzde 60'a, dördüncü bölgede yüzde 30'dan yüzde 60'a, beşinci bölgede yüzde 50'den yüzde 70'e çıkarılıyor. Altıncı bölgede ise yüzde 80 olan oran muhafaza ediliyor.

YÜKSEK TEKNOLOJİ YATIRIMLARINA TAM DESTEK

Yeni pakette yüksek teknoloji yatırımlara daha fazla destek verilmesi öngörüülüyor. İleri teknoloji sınıfında yer alan yatırımlar, öncelikli yatırımlar kapsamına alınacak ve 5. bölge desteklerinden yararlandırılacak.

YENİ YATIRIMCIYA DAHA FAZLA DESTEK

2015 yılı sonuna kadar başlayacak olan yatırımlar daha yüksek oran ve sürelerde desteklenecek. Yatırıma katkı oranı bölgesel teşvik uygulamaları için ilk dört bölgede beş puan, beşinci bölgede 10 puan, altıncı bölgede ise 15 puan artırılabilecek. Aynı artışlar büyük ölçekli yatırımlar için de geçerli olacak.

SİGORTA PRİMİ İŞVEREN HİSSESİ DESTEĞİ

Sigorta primi işveren hissesi desteği de hem süre hem oran itibarıyla artırılıyor. Mevcut uygulamada birinci ve ikinci bölgeler için sigorta primi işveren desteği bulunmazken, yeni düzenlemeyle yıl sonuna kadar başlayacak yatırımlar için birinci bölgeye iki yıl, ikinci bölgeye ise

YATIRIMA KATKI TUTARININ YATIRIM DÖNEMİNDE UYGULANACAK ORANLARI (%)			YATIRIMA KATKI TUTARININ UYGULANACAK SÜRELER	
BÖLGELER	MEVCUT DURUM	DEĞİŞİKLİK SONRASI	MEVCUT DURUM	YENİ YATIRIMLAR*
1	0	50	-	2 yıl
2	10	55	-	3 yıl
3	20	60	3 yıl	5 yıl
4	30	65	5 yıl	6 yıl
5	50	70	6 Yıl	7 yıl
6	80	80	7 yıl	10 yıl

* 31.12.2015 tarihine kadar başlanılan yatırımlar

üç yıl süreyle sigorta primi işveren hissesi desteği getiriliyor. Bu süre üçüncü bölgede üç yıldan beş yıla, dördüncü bölgede beş yıldan altı yıla, beşinci bölgede altı yıldan yedi yıla, altıncı bölgede ise yedi yıldan 10 yıla çıkarılıyor.

ÖZKAYNAK KULLANIMINA VERGİ KOLAYLIĞI

Yeni paket finansmana erişim alanının genişletilmesi konusunda da önemli kararlar içeriyor. TBMM'de 26 Mart 2015 tarihinde kabul edilen Kanun ile öz sermaye ile finansmana vergi kolaylıkları getirilmişti. Böylece, nakdi sermaye artırımını yapan şirketler için artırılan sermayenin belli bir kısmı her yıl kurum kazancından indirilebilecek. Şirketler kredi almak suretiyle, borçlanarak yaptıkları yatırımlardan çok daha avantajlı şekilde, yaptıkları yatırımlarda teşvik edilecek. Şirketlerin borç yerine öz kaynak kullanımını özendiren bu uygulama ile ekonomideki atıl kaynakların sisteme kazandırılması, aynı varlıkların nakde



Yeni paket, kadın girişimcilerin finansmana erişimini kolaylaştırıcı bazı düzenlemeleri de içeriyor.

dönüştürülerek şirketin sermaye yapısı güçlendirilmesi, yeni şirket kurulumu ve halka arz özendiriliyor.

Yatırım ve ara mallarının vadeli ithalatında yüzde 6 olarak uygulanan Kaynak kullanımı Destekleme Fonu (KKDF) oranının sıfırlanmasıyla da sanayicinin girdi maliyeti azaltılıyor.

AR-GE VE TASARIMA DAHA FAZLA DESTEK

Yeni Teşvik paketi ile Ar-Ge ve tasarım faaliyetlerine destek ve katkılar artırılabilecek; tasarım merkezleri, Ar-Ge merkezleri gibi desteklenecek. Ar-Ge



ve tasarım personelinin daha esnek çalışmasına olanak sağlanacak. KOBİ'lerin siparişe dayalı Ar-Ge ve tasarım faaliyetleri destek kapsamına alınacak.

HAZİNE YATIRIMCININ YAYINDA

Yeni Paket ile Hazine destekli kefalet kapsamı genişletildi. Hazine kaynaklarından kredi garanti kurumlarına aktarılacak kaynak miktarı TBMM'de yapılan düzenleme ile 1 milyar TL'den 2 milyar TL'ye çıkarıldı. Böylece Kredi Garanti Fonu aracılığıyla 20 Milyar TL tutarına kadar Hazine kefaleti verilebilmesinin önü açıldı.

Bakanlar Kurulu Kararı ile Hazine destekli kefalet sisteminden yararlanabileceklerin kapsamı da genişletildi ve kapsama imalatçı KOBİ'ler ile Kadın Girişimciler ilave edildi.

İMALATÇI KOBİ'LER VE KADIN GİRİŞİMCİLER İÇİN DE FARKLI AVANTAJLAR

Mevcut durumda her bir KOBİ için 1,5 Milyon TL ve her bir risk grubu için 2 Milyon TL olan kefalet limiti, imalat sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin yatırım kredileri için 2,5 Milyon TL'ye, her bir risk grubundaki imalatçı KOBİ'ler için ise 3 Milyon TL'ye çıkarıldı.

Ayrıca, diğer KOBİ'ler için 8 yıl olan maksimum vade, imalatçı KOBİ'ler için 10 yıla çıkarılırken diğer KOBİ'ler için yüzde 75 olan kefalet oranı da yüzde 80'e yükseltildi.

Ayrıca kadın girişimcilerin finansmana erişimlerinin kolaylaştırılması ve böylelikle



RUHİ SANYER

Bloomberg Businessweek Türkiye Yayın Danışmanı

TEŞVİKLER İYİ AMA UYGULAMAYI GÖRELİM

Ruhi Sanyer, pakette yer alan destekler içerisinde özellikle teknoloji yatırımlarına ilişkin desteklerin Türkiye'yi orta vadede farklı bir platforma taşıyabileceğini öngörüyor.

Geçen ay açıklanan "İstihdam, Sanayi Yatırımı ve Üretimi Destek Paketi" Türkiye'nin sanayide yapısal dönüşümü gerçekleştirmesini kolaylaştıracak, demir-çelik ihraç etmek için her yıl hurda demir ithalatına 8-9 milyar dolar harcayan bir ülke olmaktan çıkmasına katkıda bulunacak hükümler içeriyor. Yatırım teşvikleri arasında özellikle ileri teknoloji yatırımlarına sağlanacak olan destekler Türkiye'yi orta vadede (5 yıl) farklı bir platforma taşıyabilir. Destek Paketi'nin işgücü eğitimiyle ilgili teşvikleri, hem nitelikli işgücü yetiştiren kuruluşların omuzlarından bir yükü alacak hem de sanayide nitelikli çalışan sayısını artıracaktır. Bu hükümler geçtiğimiz yıllarda nitelikli eleman yetiştirmek için elini taşın altına koyan

bazı özel sektör kuruluşlarının ne denli doğru iş yaptığının devlet tarafından tescil edildiği anlamına da geliyor. Hız kesen ekonomiyi yeniden canlandırma-yı hedefleyen paket içerdiği teşvikler anlamında olumlu. Ancak sonuçlarının bugünden yarına alınmasını beklememek gerekiyor. İlk yıl yatırımlarla ilgili karar alma sürecinin uzunluğu ve önümüzdeki ay yapılacak seçimler nedeniyle paketin büyümeye bir etkisi olmayacak. Ancak önümüzdeki yıllarda destek paketinin vaat edildiği gibi uygulanması, bürokratik engellerle yatırımcının canından bezdirilmemesi durumunda olumlu sonuçlar artan ölçüde kendini gösterecektir. Yani kısacası "Teşvikler iyi ama uygulamayı görelim" demek mümkün.

kadın istihdamının artırılması amacıyla yeni bir düzenleme yapıldı. Düzenleme ile Kadın Girişimcilerin 100 bin TL'ye kadar ve 5 yıl vadeli kullanacakları krediler için Kredi Garanti Fonu aracılığıyla yüzde 85 oranında kefalet imkanı sağlandı.

ARGE'YE DAYALI YATIRIMLAR İÇİN PROJE VE FİNANSMAN DESTEĞİ

TÜBİTAK tarafından başta enerji, ulaşım ve sağlık sektörleri olmak üzere imalat sanayinde hazırlanan projeler Türkiye Kalkınma Bankası aracılığı ile desteklenecek. Bu kapsamda fizibilite çalışmaları TÜBİTAK tarafından sonuçlandırılacak.

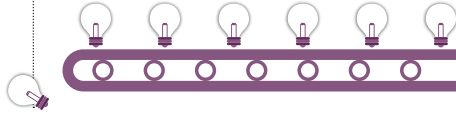
Projeler özel sektör tarafından hayata geçirilecek. TÜBİTAK gerektiği takdirde bu şirketlere belirli bir süre ortak olabilecek. Projenin finansmanında özel sektör öz kaynak kullanımı yüzde 20 olacak. Türkiye Kalkınma Bankası

da yüzde 50'ye kadar uygun koşullu finansman desteği sağlayacak.

Türkiye Kalkınma Bankası bütün bu kalkınma ve istihdam projelerini düzenlemek ve onlara yeterli desteği vermek için yeniden yapılandırılacak.

KOBİ'LERE TEMİNAT KOLAYLIĞI

KOBİ'lerin finansmana erişiminin artırılması amacıyla taşınırın teminat olarak kullanılmasının önündeki engelleri kaldıracak düzenlemeler yapılacak. Taşınırın teminat olarak kullanılmasıyla finansmana erişim bakımından önemli bir imkan sağlanmış olacak. Bununla ilgili hazırlanmakta olan Kanun Tasarısı önümüzdeki dönemde TBMM'ye sevk edilecek.



2015-2016 HARCAMALARI İÇİN YATIRIMA KATKI TUTARININ YATIRIM DÖNEMİNDE UYGULANACAK ORANLARI (%)

BÖLGELER	YATIRIMA KATKI ORANI (%)			
	BÖLGESEL TEŞVİK UYGULAMALARI		BÜYÜK ÖLÇEKLİ YATIRIMLARIN TEŞVİKİ	
	MEVCUT	31.12.2015 TARİHİNE KADAR BAŞLANILAN YATIRIMLAR	MEVCUT	31.12.2015 TARİHİNE KADAR BAŞLANILAN YATIRIMLAR
1	10	15	20	25
2	15	20	25	30
3	20	25	30	35
4	25	30	35	40
5	30	40	40	50
6	35	50	45	60

DR. ŞEREF OĞUZ

Sabah Gazetesi Yazarı / Ekonomi Yönetmeni

TEŞVİKLER ORTA VE UZUN VADEDE ETKİSİNİ GÖSTERECEK

Giderek daha nitelikli teşviklerin gündeme geldiğini belirten Dr. Şeref Oğuz, bu teşviklerin etkisinin önümüzdeki yıl itibarıyla ortaya çıkacağını söylüyor.

Neyi beslerseniz, onu büyütürsünüz. Teşvik, bir beslenme yöntemi olarak daima katkı sağlar. Burada sorun, teşvikin yöntemindedir ve geçmişimizde işe yaramayan çok sayıda teşvik paketi vardır. Ancak giderek daha nitelikli hale gelen teşvik sistemi söz konusu...

Nitelikli işgücüne olan ihtiyacın giderek katlandığı ortamda bu teşviklerin, orta ve uzun vadede etkisini göstereceğine inanıyorum. "Meslek Lisesi Memleket Meselesi" Projesi'nin böylesi teşviklerin habercisi olacağını biliyorduk. 11 Ayaklı İstihdam, Sanayi Yatırımı ve Üretimi Destekleme Paketi'ni hayata geçirecek adımların tamamlanması halinde, bu teşvik manzumesinin ilk sonuçlarını alabileceğiz.

Bana göre bu tedbirlerin bu yılki büyümeye etkisi sınırlı olmakla birlikte önümüzdeki yıldan itibaren belirgin farklılaşmaya tanık olabileceğiz. Bu arada yönetimde ihtiyaç duyulan reformların da eş zamanlı yürümesi gerekiyor. Karar süreçlerindeki yavaşlığıyla her teşviki adeta etkisizleştirme amacı güden hantal bürokrasimiz, umulan faydayı azaltmakla kalmıyor, kaynakların kötü kullanımına çanak tutuyor, ülkeye zaman kaybettiriyor. Seçim sonrasında odaklanılacak ekonomik icraatların neler olduğu zaten 24 farklı Atılım Paketleri ile belirlenmiş durumda... Bunların dayandığı 1200 farklı stratejik adımın çoğu, istihdamı artırmaya, kadının işgücüne katılımını cezbetmeye ve gençlere

beceri kazandıracak uygulamalara yöneliktir.

Ancak söz konusu yönetmelik veya yasa değişikliğinden ziyade zihniyet değişimi olduğunda, kültürel dönüşümün zaman alacağı bilinmelidir. İstihdama olumlu etkinin hızlandırılması için üniversite ile sanayinin bir türlü işlemeyen işbirliğini, yeni bir vadiye çıkarmak şarttır. Birbirinden bağımsız duran bu iki kurumun ortaklığı tesis edildiği sürece istihdama nitelik kazandırmaya bağlı olarak somut etkileri almaya başlayacağız.

Yeni teşvik paketi kapsamında, Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu'nun (KKDF) sıfırlanması birçok sektörde olumlu karşılandığı söylenebilir. Bu kararlar, dış girdiye bağımlı üretim yapan sektörler yüzde 6'lık yükten kurtuldu. Ancak özellikle nihai ürün üreticileri karardan endişeli... Sektörden gelen uyarıların da dikkate alınacağı ve düzeltme adımının seçimden sonra atılacağını söyleyebilirim.

“Bizler Ticareti Koç Terbiyesi ile Öğrendik”



TEKİRDAĞ-ÇERKEZKÖY'DE BULUNAN ZAFER LPG, TAM 45 YILDIR MUSTAFA UĞRAŞ VE EDİP BÜLENT UĞRAŞ ORTAKLIĞINDA HİZMET VERİYOR. 1971 YILINDAN BU YANA 3 SATIŞ NOKTASINA ULAŞAN ZAFER LPG'NİN İKİ ORTAĞINDAN BİRİ OLAN EDİP BÜLENT UĞRAŞ, KOÇ TOPLULUĞU'NUN BİR PARÇASI OLMANIN AVANTAJLARINI VE GELECEK HEDEFLERİNİ BİZDEN HABERLER DERGİSİ'NE ANLATTI.

Beko bayisi olmaya karar verdiğiniz günlere dönersek, kaç yılında Koç Topluluğu'na katıldınız, bu kararı almanızda neler etkili oldu? Bize o günlerden biraz söz edebilir misiniz?

Koç Topluluğu'na katılımımız 1969 yılında Aygaz bayiliği ile oldu. Bizim ve Çerkezköy'ün Beko markası ile tanışması ise 1971 yılına dayanıyor. Bizler bu sene ikinci kuşak Aygaz ve Beko bayii olarak, Aygaz ile 47. yılımızı, Beko ile ise 45. yılımızı kutluyoruz. Bu devamlı-

lığı sağlamak ve çitayı yükseltmek için çalışmak ve istikrar korumak öncelikli hedefimiz.

Sonrasında nasıl bir gelişim süreci yaşadınız? Bu gelişimde etkili olan faktörler ve bağlı kaldığınız ilkelere bahsedebilir misiniz?

Beko markasının global çapta büyümesi ile bizim de işlerimizi yerel bazda geliştirmemiz paralel oldu. Markanın her yeniliğini ve gelişimini mağazalarımızda hızlıca uyarlayarak yol almaya çalıştık.

2007 yılında 300 m² örnek mağazamızı açtık. 2011 yılında ise Trakya Bölgesi'nde öncü olarak 2 mağazamızı birden konsept mağaza şeklinde dekore ettik. Yeni konsept ile birlikte ciro ve müşteri portföyü olarak ciddi büyümeyle imza attık.

Bölgenin Beko ürünlerine ilgisi nasıl? Bu ilginin nedenleri sizce nedir?

Beko markasının bilinirliği ve kalite güvenilirliği ürünlere olan ilgiyi her geçen gün daha da artırıyor. Özellikle de logo



Ticaret hayatımızın başladığı günden beri yalnızca Koç Topluluğu ile çalışmamız, bize bu ailenin bir parçası olduğumuzu hissettiriyor ve bizi gururlandırıyor.

değişimi, konsept mağazaların çoğalması, reklam ve sponsorlukların markayı daha da cezbedici hale getireceğine inanıyorum.

Müşteri memnuniyeti sağlamak adına, ne gibi ilkelerle çalışıyorsunuz? Herhangi bir problem yaşandığında yaklaşımınız ne oluyor?

“Bir Dünya Markası” sloganımız ile çıktığımız bu yolda, halkımıza, Beko markalı ürünlerimizin kalitesini, estetiğini, satış sonrası servis hizmetlerimizi ve satış ile bitmeyen dostluğumuzu ön plana çıkararak anlatmak; pazardaki üstünlüğümü zü, müşterinin markamıza ve firmamıza olan ilgisini en üst seviyelere çıkarmak en önemli ilkelerimiz. Karşılaştığımız herhangi bir problemde ise yaklaşımımız müşterimizin isteğini yakından takip ederek müşteri memnuniyetini sağlamak.

Koç Topluluğu’nun bir parçası olmak nasıl bir duygu?

Bizler ticareti Koç terbiyesi ile öğrendik. Bu şemsiyenin altında bulunmak ve bu gücü yanımızda hissetmek ticaretteki güvenimizi ve güvenilirliğimizi sürekli artırdı. İlişkimizin sadece ticari boyutta olmadığını son örneğini 2012 yılında Çerkezköy’de yaşanan büyük sel felaketinde görmüş olduk. Bu süreçte bize gösterilen ilgi ve destekten dolayı teşekkürü bir borç biliriz.

Uzun yıllardır gelenekselleşen bayi toplantıları hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu toplantıların ne gibi faydalarını görüyorsunuz?

Koç Topluluğu’nun Aygaz ve Beko bayi toplantılarını, vizyonumuzu geliştirmek adına çok etkileyici ve yapıcı buluyoruz.

Yıllar içerisinde markalarımızın geldiği noktayı görmek, bayi arkadaşlarımızla birlikte ortak sinerji yakalamak adına faydalı olduğunu düşünüyoruz.

Beko’nun bir dünya markası olma sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz? Markanın bu denli rağbet görmesindeki etkenler neler sizce?

Özellikle İngiltere ve Fransa’da pazar lideri oluşu, diğer Avrupa ülkelerinde de bu hedefi kovalaması zaten dünya markası olduğunu gösteriyor. Markamızın rağbet görmesinin başlıca nedenleri köklü münhasır bayi yapısı, kalite ve satış sonrası hizmetleri, servis memnuniyetleri ve son olarak da dünyaca tanınmış kulüp ve organizasyonlardaki sponsorlukları olarak sıralanabilir.

Koç Topluluğu’nun bugün ülkemizde ve dünyada geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Çok başarılı buluyorum, uzun yıllarca edindiği tecrübe ve dünya genelinde bilinirliği, dünya çapında markalara sahip olması bizleri hem gururlandırıyor hem de güven veriyor. Son yatırımlar olan DEFY ve Tayland Buzdolabı Fabrikası ile beyaz eşya sektöründe yeni ufuklara doğru yelken açacağını düşünüyorum.

BU KELİMELER SİZE HANGİ ANLAMLARI ÇAĞRIŞTIRIYOR?

VEHBİ KOÇ: DUAYEN, “ÜLKEM VARSA BEN VARIM”

KOÇ TOPLULUĞU: TÜRKİYE EKONOMİSİNİN AMİRAL GEMİSİ, İSTİHDAM SAĞLAYAN, REEL ÜRETİCİ

BEKO: YÜKSELEN YILDIZ

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ: İSTİSNASIZ ÇOK ÖNEM VERİLMESİ GEREKEN

İSTİKRAR: KESİNLİKLE OLMASI GEREKEN

HEDEF: DEVAMLILIK VE SAĞLIKLI OLARAK BÜYÜMEK

GELECEK: GÜÇLÜ VE KURUMSAL BİR FİRMA OLMAK

Aktif olarak katıldığınız ve desteklediğiniz bir sosyal sorumluluk projesi var mı?

Sosyal sorumluluk bilinci Koç Topluluğu’nun önem verdiği ve bizlere de aşıladığı bir olgudur. Bu amaçla bizlere düşen görevleri geçmişte hep yerine getirmeye çalıştık, Koç Holding’in TEMA ve Kızılay ile yürüttüğü çalışmalarda elimizden geldiğince görev almaya çalıştık.

Edip Bülent Uğraş (sağda), kardeşi Mustafa Uğraş ile her yeniliği ve gelişimi mağazalarına uyarladıklarını belirtiyor.



Yapı Kredi, TEGV İle Geleceğin Renkli Kalemleri'ni Yetiştiriyor

YAPI KREDİ VE TÜRKİYE EĞİTİM GÖNÜLLÜLERİ VAKFI (TEGV) ORTAKLIĞINDA YÜRÜTÜLEN "RENKLİ KALEMLER" PROJESİ GELECEĞİN GAZETECİLERİNİ YETİŞTİRMeye DEVAM EDİYOR.



Öyle bir gazete düşünün ki manşetinden, fotoğraflarına, röportajlarından konu seçimine her bir aşaması çocukların elinden çıksın. Küçük gazetecilerin; sağlıktan, spora, sanattan tarihe geniş bir konu skalasında işlediği haberlerle hazırlanan Renkli Kalemler işte tam da böyle bir gazete.

Yapı Kredi'nin çocuklara okuma, yazma, araştırma, kendini doğru ifade etme gibi konularda beceriler kazandırmak amacıyla 2006 yılından bu yana TEGV ile sürdürdüğü "Okuyorum Oynuyorum" eğitim programı her yıl çocuklara yönelik bir eğitim programını hayata geçiriyor. Bugüne kadar 120 bine yakın çocuğa ulaşan projenin bu seneki ayağı ise Renkli Kalemler Gazetesi oldu.

"Renkli Kalemler" projesi ile Türkiye'nin farklı noktalarında bulunan TEGV Eğitim Parkları'ndaki ilköğretim çağındaki çocuklar medyanın değerli isimlerinin koçluğunda gazete çıkararak, kalemlerini geliştiriyor, analitik düşünme yetilerini daha üst noktalara taşıyarak yeteneklerini keşfediyorlar. Çıkardıkları gazetenin içeriği ve biçimlenmesi sürecinde ortak karar alma becerilerini ortaya çıkarmaları ve amaca yönelik seçim yapmaları da projenin ana hedefleri arasında bulunuyor.

PROJENİN ÜÇÜNCÜ DÖNEMİ BAŞLADI

Yapı Kredi ve Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) işbirliği ile 8 yıldır sürdürülen "Okuyorum Oynuyorum" eğitim programı kapsamında hayata geçirilen "Renkli Kalemler" projesi şu an 3. dönemini yaşıyor. Çocukları bir gazetenin yaratım sürecine dahil eden Renkli Kalemler, onların analitik düşünme yetilerini daha üst noktaya taşımayı, medyanın değerli isimlerinin koçluğunda kalemlerini geliştirmeyi ve kişisel gelişimlerine katkı sağlamayı hedefliyor.

Bu kapsamda Mart-Haziran 2015 döneminde düzenlenecek Renkli Kalemler'in 3. dönem çalışmalarına destek veren gazeteciler; Ferruh



Proje ile çocukların zihinsel gelişimleri desteklenirken, geleceğe daha güvenle bakmaları hedefleniyor.

Altun, Antalya TEGV Suna-İnan Kıraç Eğitim Parkı'nda; Günseli Özen Oca-koğlu, Şanlıurfa Sevgi Erdoğan Gönül Eğitim Parkı'nda; Beyza Özel ve Özlem Yüzak TEGV Eskişehir Atatürk Eğitim Parkı Ali Numan Kıraç Etkinlik Merkezi'nde; Hakan Gülüdağ ve Aslı Çakır ise TEGV Ferit Aysan Eğitim Parkı'nda çocuklarla bir araya geldiler. Bu ilk buluşmalarda usta gazeteciler, temel gazetecilik prensipleri üzerinde durdular ve çocuklara ilk gazetecilik eğitimlerini verdiler.

"2015 YILI SONUNA KADAR 130 BİN ÇOCUĞA BU PROGRAMLA ULAŞMAYI HEDEFLİYORUZ"

Yapı Kredi Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Yöneticisi Nurcan Erhan, Yapı Kredi'nin ülkemizin eğitim alanındaki önemli bir sorunu olan okur-yazarlık oranının artırılması ile ilgili de pek çok projenin içerisinde yer aldığını ve almaya devam ettiğini belirterek, eğitim alanında 2006 yılından bu yana Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) işbirliğiyle ilköğretim ça-



ğındaki çocukların okuma alışkanlığını geliştirmeleri amacıyla “Okuyorum Oynuyorum” projesinin yürütüldüğüne dikkat çekiyor.

“Profesyonel ve sonuç odaklı çalışma anlayışı, deneyimi, toplumda oluşturduğu saygı ve güven, ülke çapında yaygın örgütlenmesi ve Türkiye’nin eğitim alanında faaliyet gösteren en yaygın sivil toplum kuruluşlarından birisi olması TEGV ile işbirliğimizi güçlendiren ve bu ortaklığın sürdürülebilir olmasını sağlayan en önemli unsurlardır” diyen Erhan, sözlerine şöyle devam ediyor: “Okuyorum Oynuyorum eğitim programı, 6-14 yaş grubu (1-8. sınıf) çocukların okuma becerilerini geliştirmek amacıyla, her sınıf düzeyi için seçilmiş 10 ayrı kitaptan/öyküden ve bu öyküleri anlamaya yönelik çalışmalardan oluşuyor. Program, Milli Eğitim Bakanlığı Türkçe öğretim programının genel ve özel amaçlarının yanı sıra yaratıcı okuma ve dinleme becerilerini geliştirmeyi hedefleyen çok çeşitli yöntem ve tekniği içeriyor. Okuyorum Oynuyorum eğitim programı, TEGV’in 3 bin 500’ü aşkın gönüllüsü tarafından Türkiye çapındaki eğitim parkı ve öğretim birimlerinde, bu proje için özel tasarlanmış “Okuma Adası” adı verilen

etkinlik odalarında uygulanıyor. 2015 yılı sonuna kadar da 130 bin çocuğa bu programla ulaşmayı hedefliyoruz.”

ÇOCUKLAR MEDYANIN DEĞERLİ İSİMLERİ İLE BULUŞUYOR

Yapı Kredi olarak 9 yıldır gerçekleştirdikleri bu çalışma ile çocukların gelişimine katkıda bulunacak ek faaliyetler de düzenlediklerini belirten Erhan, edebiyat şenlikleri, yazar-çocuk buluşmaları ile ünlü sanatçıların da desteklediği ve Çocuk Hakları Bildirgesi’nden seçilen 12 temel ilkenin senaryolaştırdığı “Sokak Tiyatroları”nın da bugüne kadar gerçekleştirilen etkinlikler arasında yer aldığını kaydediyor. Ayrıca Erhan, Renkli Kalem projesinin ise deneyimli gazetecilerin desteği ile ilk olarak 2014 yılında hayata geçirilen bir konsept olduğunu vurgulayarak, bu projenin içerik bakımından Okuyorum Oynuyorum’un hedef ve misyonunu bir adım daha öne götürecek bir proje olarak değerlendirilebileceğini sözlerine ekliyor.

Türkiye’nin dört bir yanında TEGV etkinlik noktalarında yürütülen Renkli Kalem ile medyanın değerli isimleri-

ni çocuklarla buluşturduklarına dikkat çeken Erhan, “Deneyimli gazeteciler çocuklara temel gazetecilik eğitimleri veriyor. Süreç sonunda çocuklar kendi şehirlerine ait haberlere yer verdikleri gazeteleri kamuoyu ile paylaşıyor. Renkli Kalem’in şu an 3. dönem çalışmalarını TEGV’in Antalya, Eskişehir, İstanbul ve Şanlıurfa’daki Eğitim Parkları’nda gerçekleştiriyoruz” diyor.

“GELECEĞİN YAZARLARI OLMALARINA DA ÖN AYAK OLUYORUZ”

Proje hedefleri hakkında da bilgi veren Erhan, “Renkli Kalem ile esasen çocukların “dinleme-anlama” ve “konuşma-anlatma” becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmayı, araştırma, kendini yazılı veya sözlü doğru ifade etme ve yaratıcı düşünme gibi konularda beceriler kazanmalarını hedefliyoruz. Basının usta kalemelerini çocuklarla buluşturarak medya okuryazarlığı konusunda bilinç kazanmalarına hatta geleceğin yazarları olmalarına da ön ayak oluyoruz” diyerek şunları kaydediyor: “Bu süreçte çocuklar mizanpajından fotoğraflarına, haber içeriğinden tasarımına kadar Renkli Kalem Gazetesi’ni kendileri üretiyor ve kendi illerinde kamuoyu ile paylaşıyor. Bu süreçte çocuklar bir gazetenin yaratım sürecine dahil edilmenin ötesinde yaşadıkları yerlerde gerçekleşen olayları, haberleri kendi bakış açıları ile değerlendirme imkanı yakalıyor. Projeye başladığımız bu 1 sene içerisinde de projeye katılan çocukların gazete okuma alışkanlığı ve medya okuryazarlığı konusunda bilinç kazandıklarını görüyoruz. Bu açıdan da Renkli Kalem’i hedeflerini gerçekleştiren bir proje olarak tanımlayabiliriz.”

“GAZETECİLİĞİN ALFABESİ ANLATILIYOR”

Projeye destek veren gazeteciler ve projeye katılacak olan çocukların nasıl seçildiğine dair bilgiler veren TEGV Genel Müdürü Mete Meleksoy ise, projeye katılan her bir çocuk grubunun, önceki dönemlerde Okuyorum Oynuyorum eğitim programını alan



NURCAN ERHAN

Yapı Kredi Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Yöneticisi;

“Gazetecilik mesleğinin çok okumayı ve araştırmayı gerektirmesi, etîğin gözetilerek doğru ve tarafsız olabilmek adına insanın kişisel özelliklerini geliştirmesi, Okuyorum Oynuyorum projesinin ve dolayısıyla Renkli Kalem’in hedefleriyle örtüşmekte. Çocukların iyi birer okuyucu, yazar her şeyden öte iyi birer vatandaş olarak yetişmelerinde gazeteciliğin esaslarının öğretilmesinin çok önemli olacağını düşünüyoruz.”



METE MELEKSOY

TEGV Genel Müdürü;

“Çocukların, gazetenin içeriğine ve biçimine karar verme sürecinde ortak karar alma mekanizmasını işletmelerini, amaçla yönelik seçim yapmalarını, haber içeriğinin ayrımcı/nefret suçu içermeyen ifadelerle oluşturulması yoluyla ayrımcılık karşıtı ve mesleki etik açısından farkındalık kazanmalarını, yazı aracılığı ile teknolojiyle bağlarının kuvvetlenmesini hedefliyoruz.”

toplam 8-12 çocuktan oluştuğunu açıklayarak, TEGV'in her eğitim parkında 1 çocuk grubu ile uygulama yapıldığını, grupta yer alan çocukların 4-5 ve 6. sınıf seviyelerinden karma olarak oluşturulduğunu belirtiyor.

Meleksoy, projeye destek veren medyanın usta isimlerinin çocuklara gazeteciliğin alfabesini anlatırken hem gazetecilik prensipleri üzerinde durduklarını, hem de çocukların aklına takılan soruları yanıtladıklarını belirtiyor. Bu doğrultuda Aslı Çakır, Beyza Özel, Esen Evran, Ferhan Kaya Poroy, Ferruh Altun, Gila Benmayor, Günseli Özen Ocakoğlu, Hakan Güldağ, Nermin Bezmen, Özlem Yüzak, Pınar Akbıyık Yıldız, Sinan Özedincik ve Yonca Tokbaş gibi konusunda uzman gazetecilerin farklı Eğitim Parklarında çocuklarla bir araya geldiklerini sözlerine ekliyor.

12 haftalık çalışma sonrasında çocukların öncelikli olarak gazetecilik mesleği ile tanıştıklarını vurgulayan Meleksoy, “Gazetecilerin kullandıkları eşyaları/gereçleri tanıyor ve farklı gazetecilik türleri olduğunu fark ediyorlar. İkinci olarak çocuklarda



okuma, yazma, araştırma, kendini doğru ifade etme, anlatmaya çalıştığı haberi görsel enstrümanlarla destekleme, yaratıcı düşünme ve ifade etme gibi konularda beceri sahibi oldukları gözlemleniyor” diyor.

2014-2015 İLKBAHAR ETKİNLİK DÖNEMİ GAZETENİN DÖRDÜNCÜ SAYISI İLE SON BULACAK!

Renkli Kalemler Gazetesi'nin ilk üç sayısı, 2014 İlkbahar Etkinlik Dönemi'nde uygulanan program ile İstanbul Sema-Aydın Doğan, Samsun

ve Van Eğitim Parklarımızda yayın hayatına merhaba dedi. Çocuklarımız, gönüllülerimiz ve gazeteci koçlarımızın değerli katkılarıyla çıkarılan bu üç sayıyı 2014-2015 Sonbahar Etkinlik Dönemi'nde Ankara, Gaziantep ve İzmir Eğitim Parklarımızda çıkarılan gazeteler takip etti. Projenin içinde bulunduğumuz son dönemi olan 2014-2015 İlkbahar Etkinlik Dönemi ise Antalya, Eskişehir, İstanbul Ferit Aysan ve Şanlıurfa Eğitim Parkları çocuklar tarafından hazırlanacak Renkli Kalemler gazeteleri ile son bulacak.



Altan Erkekli İle Hayat Üzerine

CANLANDIRDIĞI KARAKTERLER, YER ALDIĞI TİYATRO OYUNLARI VE SİNEMA FİLMLERİYLE HERKES TARAFINDAN İLGİYLE TAKİP EDİLEN ALTAN ERKEKLİ, BU AYKI BAKIŞ AÇISI BÖLÜMÜMÜZÜN KONUĞU OLDU. ERKEKLİ, TEKNOLOJİNİN İLERLEYİŞİNDEN AİLE İLİŞKİLERİNE, TOPLUMUMUZUN YARDIM SEVERLİĞİNDEN TİYATRO HAKKINDAKİ DÜŞÜNCELERİNE KADAR PEK ÇOK KONUYU BİZDEN HABERLER DERGİSİ İÇİN YORUMLADI.

Teknoloji

“GENÇLER VE ÇOCUKLAR TEKNOLOJİ BAĞIMLISI OLDULAR”

Teknoloji, içinde yaşadığımız çağda; yerinde kullanıldığında, iletişimde, sağlıkta, yeni şeyleri keşfetmede, çok önemli bir araçtır. Ancak maalesef günümüzde her şeyin suyu çıkmış durumda. İnsanlar, ihtiyaçları olduğu için değil, en iyisine, en mükemmeline sahip olmak için uğraşıyorlar. Yani insanlar ihtiyaçlarına, bütçelerine göre değil de, tüketim toplumunun belirlediği unsurlara göre yaşıyorlar. Gençlerimizin daha duyarlı ve daha uyanık olmalarını temenni ediyor insan... Doğaya, insanlara, çevreye ait şeylerle haşır neşir olacaklarına, yeniliklerle, teknolojik mamullerle, ürünlerle kendilerini haşır neşir ediyorlar. Oysaki bilgisayara dalıp oyun oynayacaklarına dışarı çıkıp doğanın içerisinde oyun oynasalar ya... “İstanbul’da yaşıyoruz nereye gideriz” diyecek-seniz, Polenezköy var, Belgrad ormanları var... Orada 1 saat



yürümek bile, çiçeğe, böceğe, dala, ağaca bakmak bile kendini yeniden keşfetmenin yoludur. Tabi bunu ailelerin de yapması ve önermesi

gerekıyor. Yani, gençlerin teknolojiye düşkünlüğü konusunda yalnızca gençleri suçlamamak gerekiyor.

İnsan İlişkileri

“SEN OLSAN NE YAPARDIN” VİCDANLARIMIZLA YÜREKLERİMİZİN ARASINDAKİ MESAFEYİ GÖSTERİYOR



Sunuculuğunu üstlendiğim bu programın vicdanlarımızla yüreklerimizin ne kadar mesafede olduğunu göstermesi açısından faydası var. Herkesin bir yüreği var. O yüreği, vicdaniyla nerede buluşturabiliyor? Sözelimi çok aç bir adam bir restoranın kapısını açıp garsona çok aç olduğunu söyleyebiliyor. Hepimiz de buna üzülebiliyoruz. Belki de, “Ya başka bir şey daha isterse. Ben de

çocuğuma bir şeyler alacağım” diye düşünmeye başlayabiliyoruz, vicdanımız ve yüreğimiz birbirlerini sorgulamaya başlıyorlar. Ancak birisi çıkıp “Bir insan aç. Eğer ben toksam bu dünyada aç insan olmamalı” diyerek onu doyurabiliyor. Yalnız önemli olan ve bazen de karşılaştığımız bir nokta daha var bu programda, “Biz yardım etmek istiyoruz, ama çok kandırdık. Etrafta çok fazla sahte-

kar var” diyenler de çok. Sahtekarlar her zaman her yerde olacaklar, devam edecekler, savaşları da sahtekarlar çıkaracak, hırsızlıkları da onlar yapacaklar. Ama iyi insanların yaşaması adına bununla savaşılmalı. “Kandırılabilirim, ama ben yine de, insan olmanın erdemiyle ona yardım edeceğim... Bir başkasını insanlığa kazandıracağım. Bu yüzden vazgeçmemeliyim.”

Anne-Çocuk

“SENEDE BİR GÜN DEĞİL HER GÜN ANNELER GÜNÜ OLMALI”

Tüketim toplumunun adlandırdığı gibi, Anneler Günü’nün yalnızca bir gün kutlanması duygusunu pek benimsemiş değilim. Kendi çocuğumdan yola çıkarak söylüyorum. Blue çağında, yeri geldiğinde gün içinde birkaç defa annesine sesinin tonunu yükseltip de senede bir gün iyi davranmasını kabullenemiyorum. Aslında her gün Anneler Günü... Mesela rahmetli annem gelse de şöyle yanına gidip dursam istiyorum sadece. Ben 5 yıl kadar Beyin Felçli Çocuklar Derneği’nin başkanlığını yaptım. Bir defasında bir yavrumuz, güneşe doğru bakıyordu. Masmavi gözler, bembeyaz ten, ama anlatamam, öyle masum, öyle hüzünlü bakıyor ki... Annesi de belli ki benden yaşça küçük, ama saçları bem-



beyaz... Ve dedi ki “Umarım Allah onun canını benimkinden önce alır.” Çok üzüldüm o an ve “Nasıl böyle bir şey söylüyorsunuz?” dedim. “Altan Abi ben ölürsem hiç kimse,

benim baktığım gibi bakamaz ki ona” dedi... Bu evlat sahibi olan herkes için çok anlamlı ve derinden yaralayan bir cümle. Onun için, her gün Anneler Günü bana kalırsa...

Hayvan Sevgisi

Söz konusu hayvanlar olduğunda orada karşılıksız bir sevgi vardır. Bir tek sevgi ister ve korunmayı beklerler. Bu duyguyu görünce de karşısındaki insan için canlarını verirler. Ben 5 sene Belediye Meclis Üyeliği yaptım Beşiktaş'ta... Üzülüyordum. Çünkü bir sürü hayvan sokaklarda...

Yasalarımıza göre belediye sokak hayvanını alır, kısırlaştırır ve aldığı yere geri bırakır. Ödenek yetersizliğinden hayvanların barınabilecekleri bir alan organize edemezler çünkü.

"HAYVANLAR SADECE SEVGİ İSTER VE KORUNMAYI BEKLER"

Osmanlı zamanında da köpekler Hayırsız Ada'ya götürülmüş. Bu köpeklerin bir kısmı yüzerek geri gelirmiş. Maalesef hayvanlara karşı sevgisizlik var... Hayvan hakları deyip bırakıyoruz. Madem seviyoruz hayvanlarımızı, o zaman sağlam bir yasa çıkararak onların yaşam haklarını güvence altına almalıyız. Sokakta yaşayacaklar diye öylece bırakamayız. Doğadaki hayatlarından onları alamamalıyız. Doğada onlara yaşayabilecekleri bir alan yaratmalıyız.



Tiyatro

"TİYATRO İBADETHANE GİBİ, İNSANLARIN ARINDIĞI, KENDİNE BAKIP KENDİNİ KEŞFETTİĞİ YER..."

Benim için oyunculuk tüm hayatım demek... Yaşamın yeniden keşfedildiği yerdir tiyatro sahnesi... Hayata güzel bakabilmenin, yani en önemli sanatın bir parçası... Resimden ve müzikten önde olduğunu düşünüyorum tiyatrunun... Çünkü tiyatrunun içinde resim de var, müzik de var, renk de var... Sinemadan farklı, her şey gözünüzün önünde oluyor. Bizim toplumumuz için, tiyatro ibadethane gibi, insanların arındığı kendine bakıp, kendini keşfettiği yer... Bir oyunumu anlattım. "İnadına Yaşamak" diye bir oyunum vardı Ankara'da... Toplu satış olmuş, içerisi dolu, tam 340 kişi var. Oyun da çok komik başlıyor, 100'den fazla kişiyi seslendiriyorum oyun içerisinde... 80.

oyunumuzu oynuyoruz belki de. Ama ilk dakikadan itibaren buzdolapları tarafından izleniyormuşuz gibi hissettik. Tık yok izleyicilerden... Oyunu bitirdik ve alkışlamadılar bile düzgünce... Başka bir gün, bir duygusallık var üzerimizde, saat 18.30'da kaç kişi var diye sorduk gişeye, "80 kişi var" cevabını aldık. Önceki oyundan o kadar kötü etkilenmişim ki, daha bilet satmayın diyesim var. Neyse, 6.30 seansı başladı... Sanki birileri o seyircilere gidip, "Biz çok büyük bir hata yaptık, bu adamın bütün motivasyonunu yıktık. Gidin, bu oyunu izleyin ve bu durumu telafi edin" demiş. Bu kadar coşkulu bir seyirci ilk kez gördüm hayatımda. O gün kaybettiğim motivasyonu yeniden kazandım.



Brooks Brothers



ZORLU CENTER ISTANBUL - AKASYA ACIBADEM - PANORA AVM

BROOKSBROTHERS.COM

NEW YORK

LONDON

PARIS

MILAN

ROME

MADRID

MOSCOW

SHANGHAI

TOKYO

HONG KONG

[illegible]

İnanılmaz bir konfor hayal edin... Sabah yatağınızdan kalkmadan trafik durumunu analiz ederek sizi uyandıran bir akıllı çalar saat, saatinizle iletişimde olan, siz uyanmadan sıcacık bir ikram için hazırlanan bir çay-kahve maki-nesi veya yine trafik durumuna göre kullanacağı yola karar veren ve kendi kendine giden bir otomobil... Hayal kurun dedik, ancak tüm bunlar hayal olmaktan çıkacak gibi görünüyor. Nesnelerin İnterneti ile birlikte, birbirle-riyle bağlantılı, akıllı ürünler tasarrufun, konforun, verimliliğin arttığı yeni bir döneme işaret ediyor.

Çok geniş bir kavram olan 'Internet of Things' yani 'Nesnelerin İnterneti' aslında son dönemlerin en büyük trendlerinden bir tanesi. Bu trend, günlük hayatımızda önemli bir yeri olan nesnelerin internete bağlanması ve bir araya gelerek bir sistem oluşturma-sını, başka bir deyişle birbirleriyle iletişim kurmalarını, konuşmalarını ifade ediyor. Son dönemlerde düzen-lenen teknoloji fuarlarının en dikkat çekici unsurları haline gelen bu ürünler şimdilik giyilebilir teknoloji alanında daha sık görüle de yakın gelecekte daha çok karşımıza çıkacak. Ancak Financial Times Teknoloji Yazarı ve Futurist Jonathon Margolis, bu tekno-lojinin günlük hayata girmesi için biraz daha zaman olduğunu, bu deneyimi yaşayacak ilk ülkelerin ise Amerika ve Japonya olacağını öngörüyor.

NEDİR AKILLI, BAĞLANTILI ÜRÜNLER?

Nesnelerin İnterneti, diğer bir deyişle "akıllı, bağlantılı ürünler", bilgi teknolo-jilerindeki değişimin üçüncü dalgasını temsil ediyor. Bu değişimde ilk dalgayı ciddi bir verimlilik artışını da bera-berinde getiren manüelden otoma-tiğe geçiş, yani otomasyon dönemi oluşturmuştu. Fakat bu devrim biraz sessizdi. Zira otomasyonda sistemler ne birbirleriyle, ne cihazlarla, ne de diğer sistemlerle konuştular.

İkinci dönem ise internet dönemi-ydi. Otomasyon sürecinin üzerine eklenen internetin bağlantılılığıyla sistemler sa-dece kendi içlerinde otomatikleşmekle



**Yapılan araştırmalar,
Nesnelerin İnterneti'nin en
güçlü sonuçlarını ilk olarak
'B To B' alanda ortaya
koyacağını gösteriyor.**

kalmadı, birbirleriyle otomatik biçimde faaliyet gösterir hale geldi. Bir başka deyişle farklı sistemler birbirleriyle iletişim halinde, bir arada çalışmaya başladılar. Bu hem üretile değer-i yükseltti hem verimliliği artırdı hem de ciddi biçimde veri akışına yönelik bir alt yapı hazırladı.

Üçüncü dönemde ise bambaşka bir şeyden bahsediyoruz: Nesnelerin İnterneti... Artık; en basit ürünlerin bile akıllı-bağlantılı cihazlarla donandığı ve böylelikle cihazların cihazlarla, cihaz-ların sistemlerle, sistemlerin insanlarla konuştuğu bir döneme doğru gidi-yoruz. Yani değişimin mikro boyuta indiği bir dönemdeyiz. Bu dönem beraberinde müthiş bir de platformu da getiriyor. Nesnelerin interneti ile bağlantılı akıllı cihazların var olduğu her noktadan bilgi almak ve bunları etkin biçimde toplayıp depolayıp analiz ede-rek fikre, karara, içgörüyeye dönüştür-mek mümkün hale geliyor. Uzmanlar, bu akıl almaz çağı başlatan en önemli icadın mobil internet ve akıllı telefonlar olduğunda hemfikir. Ancak bu kendisi küçük, teknolojsi büyük icatlar yeni ve daha büyük icatların da habercisi.

PEKİ KABİLİYETLERİ?

Akıllı, bağlantılı ürünlerin kabiliyet-leri dört başlıkta inceleniyor. Bunlar Gözetim, Denetim, Optimizasyon ve Otonomi... Bir merdiven gibi düşünülebilecek bu yapıda, dördün-cü basamak olan Otonomi diğer üç başlığı da kapsıyor. Diğer bir deyişle ilk üç basamaktan biri olmadığında Otonomiden bahsetmek de mümkün olmuyor.

Bu teknolojinin sınırsızlığını anlatmak için çok sık kullanılan örneklerden biri olan "kendi kendine giden otomobil"

konusu bu noktada da önemli bir örnek olarak öne çıkıyor. 2040 yılında araçların yüzde 75'inin sürücüsüz olması bekleniyor. Ford da, beş yıl içinde otonom araçların piyasada olacağını öngörüyor. Financial Times Teknoloji Yazarı ve Futurist Jonathon Margolis, kendi kendine gidebilen araçların avantajlarını ise şu şekilde sıralıyor: "Kendi kendine giden araçlar sensörleri sayesinde çarpışmayacak, trafik kurallarını zaten biliyor olacaklar, bu nedenle de trafik uyarı levhaları-na gerek kalmayacak. Bu şehirlerin görünümünü de değiştirecek. Şehir yaşamı evrilecek, şehir dışında yaşam daha da artacak."

HAYAT DEĞİŞİYOR, REKABET DEĞİŞİYOR

Harvard Business School profesörle-rinden Michael E. Porter ile Massac-husetts merkezli PTC'nin Başkanı ve CEO'su olan James E. Heppelmann, Harvard Business Review dergisinde kaleme aldıkları makalede, tekno-lojideki bu devrimin şirketler arası rekabete nasıl yansıyacağına farklı bir bakış açısı getiriyor. İki uzmana göre akıllı, bağlantılı ürünler, geleneksel ürün sınırlarını aşan yeni işlevsellik ve kabiliyetler için sürekli genişleyen fırsatlar sunuyor. Ürünlerin değişen doğası değer zincirlerini yıkıma uğra-tıyor ve şirketlerin ürünleri algılama, tasarlama ve tedarik etme şekli-den bu ürünlerin üretilme, denetlenme ve sunulma şekline, ve gerekli IT altya-pısını güvenli hale getirme yöntemine kadar neredeyse her faaliyeti yeniden tasarlamaya zorluyor.

Aslında tüm bu değişimler yeni stra-tejik kararlar alınmasını ve her şirketin bulunduğu sektörü ve kendisini bir kez daha değerlendirmesini gerektiriyor. Diğer bir deyişle akıllı, bağlantılı ürünler hem iş dünyasını hem de rekabeti dönüştürüyor.

FIRSATLARI DA VAR, RİSKLERİ DE...

Her kurumun, her sektörün, her endüstrinin kendine has dinamikleri içerisinde Nesnelerin İnterneti'nden fırsat çıkarma, farklı uygulamalar oluş-turma şansı var. Zira 2020 yılına kadar

4 milyar insanın birbiriyle bağlantılı olması ve bunun 4 trilyon dolarlık bir pazar oluşturmaya bekleniyor. Üretilen aplikasyon sayısı 25 milyonu geçerken, tüm dünyada 50 trilyon gigabit veri de bu sistemler üzerinden akacak. Böylece çok ciddi bir pazar, bir altyapı, bir platform oluşturma potansiyeli ortaya çıkacak.

ŞİRKETLERİ NE BEKLİYOR?

Nesnelerin internetinin en güçlü sonuçları B To B (Business To Business) alanında oluşacak. Bu dönemin şirketlere ne kazandıracığı veya kaybettireceği ise şirketlerin bu konuyu nasıl ele aldıklarına göre değişecek.

Olumlu senaryolara birkaç örnek verecek olursak; üretim süreçlerinde kullanılan makinelerin ve sistemlerin birbiriyle konuşup üretimde maksimum verimli, minimum maliyetli hale gelmeleri mümkün olacak. Bu amaçla oluşturulan altyapılar sayesinde üretim süreçlerinde elde edilen veriler akıllı analitik sistemlerle analiz edilebilecek. Bu sayede üretimin hangi noktada



Akıllı, bağlantılı ürünlerin artışında üretim maliyetlerinin düşmesi en önemli etkenlerden biri olacak.

verimli, hangi noktada verimsiz olduğu tespit edilip, gerekli aksiyonları almak da mümkün hale gelecek. Ya da makinelerin performans düşüklükleri tespit edilip, arıza uyarıları çok önceden alınabilecek. Bir uçak motorundan örnek verecek olursak, Nesnelerin İnterneti ile uçak motorundaki sensörler sayesinde motorun performansı anlık olarak analiz edilip, arıza daha oluşmadan tespit edilebilecek ve böylece olası kazaların önüne geçilebilecek.

Bir başka avantajı ise aynı amaç için çalışan farklı bölümlerin büyük resmi görmesini sağlaması olacak. Bir üretim tesisi düşünün... Birbirinden

ayrışan, kendi sorumlu olduğu alan dışında pek de bilgi sahibi olmayan çalışanlar bu teknolojiyle, gerçekleştirdiği işin, verdiği kararın veya kendi operasyonunun diğer bölümleri ve operasyonları nasıl etkilediğini anlayabilecek. Buna göre işin kendisinin sorumlu olduğu kısımda öneriler geliştirip iyileştirmelerin yapılmasını sağlayabilecek.

PEKİ TÜKETİCİ TARAFINDA NELER OLACAK?

Gelecekte hepimizin birbiriyle konuşan cihazları, saati, bilekliği, belki de üzerinde giyilebilir teknolojiler olan mücevherleri, akıllı ev sistemleri, elektrikli araçları olacak. Bugün de kısmen birbiriyle konuşabilecek Nesnelerin İnterneti uygulamasına sahip bir dünyanın içerisinde yaşıyoruz. Her saniye bir veri üretiyoruz, her saniye bir data ortaya koyuyoruz.

Tüm bu veriler izinli bir yapı ve mantıklı bir sistematik içerisinde toplandığı zaman, özellikle tüketici alışkanlıkları ve beklentilerini anlama konusunda

2020'DE AKILLI CİHAZLAR HER YERDE

1992

1.000.000
Bağlantılı olan cihaz sayısı



2009

Nesnelerin İnterneti'nin (IOT) Varsayılan Başlangıç Tarihi
CISCO IoT'un 2008 - 2009 arasında bir tarihte doğduğunu varsayıyor.



2013

11.2 Milyar
Araştırma şirketi Machina Research tahminlerine göre, küresel makineden makineye iletişim 2022'de 18 Milyar olacak. Bunun büyük bir bölümünü tüketici elektroniği ve akıllı binalar oluşturacak.



2003

0.5 milyar
Sadece 11 yıl içerisinde bağlantısı olan cihazların sayısı %49,900 oranında arttı.



2012

8.7 Milyar
Birleşmiş Milletler Ulusal Zeka Konseyi Nesnelerin Teknolojisini, kendilerinin 6 meşhur "İşleri Aksatan" teknolojileri arasına aldı.



çok ciddi yararlar sağlıyor. Nesnelerin İnterneti tüketici tarafında da başta pazarlama ve satış alanı olmak üzere ürün geliştirme alanında da ciddi bir potansiyel sağlamayı vaat ediyor. Bunun öncü uygulamalarını sağlık alanında görmek mümkün. İnsanlar artık sağlık bantları takarak tansiyonlarını, ne kadar spor yaptıklarını görebiliyorlar. Hatta ileriki uygulamalarında kan değerlerini, kolesterolünü, şekerini sürekli data olarak bir sisteme verip, günlük ne yemesi gerektiğini, o gün ne kadar antrenman yapması gerektiğini dahi öğrenebilecekler.

NEREDEN, NASIL BAŞLAMALI?

Peki üst düzey yöneticiler ve karar vericiler bu yeniliğe nasıl hazırlanmalı? Yapılan araştırmalar dikkat edilmesi gereken alanlardan birincisinin, çalışmaların en etkili biçimde nereden başlayarak ve hangi hızla hayta geçirileceği olduğunu ortaya koyuyor. Bu araştırmaların ortak sonucu, işin tüketici tarafında riskleri olduğu yönünde. Zira tüketiciler aldıkları hizmetler konusunda çok hassas. Örneğin kusursuz



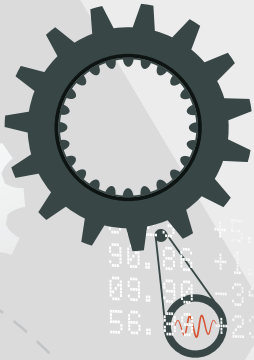
2020 yılında yaklaşık 50 milyar makine birbiriyle konuşacak.

çalışan bir sistemde birkaç dakikalık bir aksama, tüketici şikayet hatlarına anında yansırken, bu denli detaylı ve

tüm hayatı etkileyecek bir uygulamada da benzer memnuniyetsizlikler ortaya çıkması muhtemel. Bu nedenle yöneticiler öncelikli olarak B To B alanında ve belirlenen stratejiler çerçevesinde hareket etmeli.

Nesnelerin İnterneti'nin aslında üç noktada rekabette yöneticileri zorlaması bekleniyor. Bunlardan ilki büyük kurumların ihmal ettiği alt alanlarda rakip yeni oyuncuların ortaya çıkması, ikincisi daha önce belli sektörlerde hiçbir şekilde rekabet etmeyenlerin sektöre giriş yapması, üçüncüsü ise verilerin gizliliği ve güvenliği... Zira bu kadar fazla verinin güvenliğini sağlamak ve bunları etik yaklaşımlar içerisinde izinli şekilde kullanmak Nesnelerin İnterneti ile daha da hassas bir konu haline gelecek.

Nesnelerin İnterneti ile sektörlerin kalın çizgileri ortadan yavaş yavaş kalkacak gibi görünüyor; hepsi birbirinin içine geçiyor ve birbirlerini etkiliyor. Bu senaryo üzerinden bakıldığında ise ortaya şu gerçek çıkıyor: Yöneticilerin bu platformların neresinde durduklarını iyi bilmeleri, fırsatları görmeleri ve çok iyi değerlendirmeleri gerekiyor.



2018

22.9 Milyar

Yeni ortaya çıkan sensörler, çok daha yaygın olarak kullanılacak. Trafik ışıkları ve trafik kameraları, parklarda olan spot sensörleri ve akıllı makinalar geniş bantlı sistem sayesinde birbirleriyle iletişim halinde olacaklar.

2014

14,4 Milyar

Bugün, internetin bazı şeylerle iletişim kuruyor olmasının iki katı kadar insanlar gezegenle iletişim halindeler.

2020

50.1 Milyar

Artan nüfus da göz önüne alındığında, dünyada yaşayan insan başına 6.6 cihaz düşecek.

Kaynak: www.itworldcanada.com

Y KUŞAĞI İDEAL İŞVERENLE NEREDE, NASIL BULUŞUYOR?



**Harvard
Business
Review**

TÜRKİYE

www.hbr.org

www.hbrturkiye.com

Bu makale Harvard
Business Review

Türkiye'nin Eylül 2014

sayısında yayımlanmıştır.

Copyright © 2014

Harvard Business School

Publishing Corporation.

Tüm hakları saklıdır.

Eyrim Kuran

Dünyanın 35 ülkesinde 500 binin üzerinde üniversite öğrencisi ile ideal işveren algısı üzerine araştırmalar yapan Universum, bu sene Türkiye'nin Y Kuşağı'nın ideal işverenleri araştırmasında 30 üniversitede 19 binin üzerinde gence ulaştı ve gençlerin ideal şirketlerini belirlerken etkilendiği kanal ve kaynaklara dair de derinlikli içgörüler edindi.

Üzerinde yaşadığımız gezegen, artık 3 milyar kişinin online olduğu, sosyal medyada hergün 758 milyon fotoğrafın paylaşıldığı, 1,2 milyarın üzerinde bireyin Facebook kullandığı, internet trafiğinin yüzde 20'sinin mobil cihazlar aracılığıyla gerçekleştiği, her gün 27 milyar WhatsApp mesajının iletildiği, her ay 6 milyar saatlik YouTube video-sunun seyredildiği bir küresel köy.

Nüfusunun yüzde 35'i Y Kuşağı (1980-99 yılları arasında doğanlar) olan 76 milyonluk Türkiye'de de dünyanın diğer tüm coğrafyalarında olduğu gibi gençlerin algısı hızla değişiyor ve bu değişimde sosyal platformlardaki hızlı bilgi akışının büyük etkisi var. Universum araştırmaları gösteriyor ki, üniversite öğrencilerinin yüzde 50'sinin potansiyel işverenler hakkında bilgi sahibi oldukları kanal sosyal paylaşım mecraları.

Son 11 yıldır ideal işverenler hakkında evrilen algıyı gençlerin iş yaşamına dair değişen beklentileri şekillendiriyor. 2003 yılında "İyi bir eğitim ve sertifika sahibi olmak, yönetici olmak ve finansal anlamda güçlü olmak" isteyen, 2008 yılına gelindiğinde "sosyal sorumluluğa önem veren", "iyi repütasyonu olan" ve "dostcanlısı çalışma ortamı" sunan bir şirkette çalışmayı talep eden gençler, 2014 yılında bizlere ideal şirket tanımını şu şekilde yapıyor: "Güven veren, insana saygı duyan, yaratıcı ve dinamik düşüncüyü destekleyen ve gerçek anlamda küresel bir şirket."

Türkiye'de üniversite öğrencilerinin 2014 yılında tercih ettikleri ideal sektör- lere bakıldığında da geçtiğimiz yıla kıyasla farklılıklar görüyoruz. Yönetim ve strateji danışmanlığı en gözde çalışma alanı olarak ilk sırada karşımıza çıkar-



Gençlerin "İş ve Yaşam Dengesi" kavramından tam olarak ne anladığı da ülkeden ülkeye kaçınılmaz biçimde farklılıklar gösteriyor.

ÖĞRENCİLER SOSYAL AĞLARDA EN ÇOK KİMDEN ETKİLENİYOR?

% 54

ŞİRKETİN ÇALIŞANLARI

% 52

AYNI OKULDAN MEZUN OLUP O ŞİRKETTE ÇALIŞANLAR YA DA ÇALIŞMIŞ OLANLAR

% 48

OKULDAKİ ÖĞRETİM GÖREVLİLERİ

% 40

ŞİRKETTE STAJ YAPAN ÖĞRENCİLER

% 26

ÜNİVERSİTENİN KARIYER MERKEZİ

ken, eğitsel ve bilimsel kurumlar, kamu, medya ve reklamcılık sektörlerine olan talepte yükseliş gözlemliyoruz. Bununla birlikte, başta bankacılık olmak üzere, yazılım-bilişim, otomobil, enerji, ilaç ve telekomünikasyon endüstrilerine olan talepte azalma olduğunu tespit ediyoruz.

Türkiye'nin üniversiteli Y kuşağı, kariyer hedeflerinin başına girişimci veya yaratıcı/inovatif olabilmeyi koymaya devam ediyor. Bu hedefi, belli başlı gelişmiş ekonomilerde yapılan Universum araştırmaları ile kıyasladığımızda, dikkate değer bir farklılık gözümüze çarpar. Girişimcilik-yaratıcılık Fransa'da üniversite öğrencilerinin yedinci sıradaki kariyer hedefiyken, Almanya'da altıncı, İngiltere'de ikinci ve ABD'de beşinci sırada karşımıza çıkıyor.

Son yıllarda Y kuşağı algısı çalışmalarının önemli çıktılarından olan ve hakkın- da epey yazılan, çizilen "İş ve Yaşam Dengesi" parametresi, Türkiye'nin Y kuşağı için kariyer hedeflerinde dördüncü öncelik sırasına sahipken, Fransa, Almanya, İngiltere ve ABD'de birinci öncelik olarak karşımıza çıkıyor. Hal böyleyken, gençlerin "İş ve Yaşam Dengesi" kavramından tam olarak ne anladığı da ülkeden ülkeye kaçınılmaz biçimde farklılıklar gösteriyor. Bu sorunun sorulduğu 19 binin üzerinde Türk gencinin yüzde 44'ü iş ve yaşam den- gesini "insana saygı" olarak tanımlıyor.

Peki Türkiye'nin Y Kuşağı, ideal bir işverenin sunabileceği en değerli niteliklerin neler olduğunu düşünüyor? Profesyonel eğitim ve gelişim olanakla- rı, önceki yıl olduğu gibi bu yıl da birinci sıradaki yerini koruyor.

Her ne kadar son yıllarda Türkiye'de yapılan araştırmalar Y kuşağının bir işyerinde kalma ortalama süresini 2,5 yıl olarak ortaya koysa da üniversite öğrencilerine ilk iş yerlerinde kaç yıl kal- mayı planladıkları sorulduğunda yüzde 48'i 5 yıldan fazla kalmayı istediklerini belirtiyor.

Peki, üniversiteli Y kuşağının henüz iş yaşamı deneyimine sahip olmadan,

şirketlere dair bu denli kapsamlı bir algı geliştirebilmelerinde rol oynayan faktörler neler?

Universum araştırmaları bizlere öğrencilerin işverenler hakkında bilgiye eriştiği ortalama kanal sayısının 7,7 olduğunu ve öğrencilerin kariyer amacıyla etkileşimde oldukları online top-

luluklarda geçirdikleri zamanın yüzde 47'sinde mobil cihazlar aracılığı ile etkileşim kurduklarını söylüyor. Öğrencilere hangi mecralarda işveren hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak istedikleri sorulduğunda sosyal ağlar ve topluluklar yüzde 40 ile başı çekiyor. Bununla birlikte tüm mecralara baktığımızda, dijital kanallar ve yüzyüze etkileşimin eşit

seviyede talep edilmesi, online ve offline entegrasyonunun işverenler için ne kadar değerli olduğunun altını bir kez daha çiziyor. Öğrencilere web tabanlı etkileşimin kampüs aktivitelerinin yerini alıp alamayacağı sorusu sorulduğunda yüzde 53'ünün "hayır" yanıtını vermesi, dijital etkileşimin yüzyüze kanallarda da mutlaka desteklenmesi gerektiğinin işaretini veriyor.

Türkiye'nin üniversiteli Y kuşağının 2014'te en sık kullandığı ilk 5 online topluluğa baktığımızda yüzde 87 ile Facebook'un başı çektiğini ve yüzde 73 ile YouTube, yüzde 69 ile Twitter, yüzde 48 ile LinkedIn ve yüzde 46 ile Instagram'ın takip ettiğini görüyoruz.

İşverenlerin sosyal mecralarda gençlerle kurdukları etkileşimde en önemli mücadele alanlarından biri de kuşku-

KARİYER HEDEFİ

ÖNEM SIRASI

Girişimciliğimi/yaratıcılığımı kullanabilmek	1
Uluslararası kariyer yapmak	2
Lider olmak/insan yönetmek	3
İş/özel yaşam dengesine sahip olmak	4
Teknik ya da fonksiyonel bir uzman olmak	5

Y KUŞAĞI YETENEKLERİ ÇEKMEK İSTEYEN ŞİRKETLER İÇİN İPUÇLARI

5 milyonun üzerinde üniversite öğrencisi olan Avrupa'nın en genç nüfuslu ülkesi Türkiye'de, bir yandan üniversite mezunu genç işsizliği oranları artarken diğer yandan yetenek pazarında rekabet kızışıyor. Hedef kitlesi olan Y kuşağı kaynağına erişmek isteyen şirketler için de yapılacaklar listesinde maddeler çoğalıyor. Listenin en can alıcı maddelerini sizler için sıraladık:

1 "NEDEN BENİ TERCİH ETSİNLER?"

Sorulması gereken ilk soru, "Hedeflediğim genç yetenek neden beni tercih etsin?" Buna verilecek ilk yanıt "büyük bir kuruluşum ve iyi bir finansal paket sağlıyorum" ise bir kez daha düşünmekte fayda var. Zira, bugünün genç yetenekleri için bu sunulanlar artık hijyen (koruyucu) faktör; bir başka deyişle varolduklarında iş tatminini artırmazlar da olmadıklarında iş tatminsizliği yaratıyorlar. O halde, Y kuşağında organizasyonel çekicilik algısı yaratmak isteyen şirketin ilk işi, sundukları ve sunmaktan övündüklerinin hangilerinin hijyen (koruyucu) faktörler, hangilerinin ise motivasyonel faktörler olduğunu kavramak olmalı. İletişim temas noktalarında ise en çok vurgulanması gerekenler, işte bu motivasyonel faktörlere ilişkin gerçek hikayeler.

2 FİNANSAL SERMAYEDEN ENTELLEKTÜEL SERMAYEYE: "BU ŞİRKETTE ÇALIŞMAK NASIL BİR ŞEY?"

Türkiye'nin Y kuşağının yüzde 70'i ideal şirketine karar verirken, o şirkette çalışmanın nasıl bir şey olduğuna dair içgörülerin peşinde. Öğrencilerin gerek basılı, gerekse dijital kanallarda hangi bilgileri almayı önemsedikleri sorulduğunda alınan yanıt da bu yüzde 70'lik talebi destekler nitelikte. Basılı kanallarda öğrencilerin yüzde 49'u, dijital kanallarda ise yüzde 46'sı çalışan röportajları ve profillerine dair bilgi almayı önemsiyor. Öğrencilere bir şirket hakkında fikir sahibi olurken en çok etkilendikleri unsur sorulduğunda ise yüzde 54'ü "şirketin çalışanları" yanıtını veriyor. Tüm bu sonuçlar bizleri çok net bir tablo ile buluşturuyor: İletişim kanallarının neler olduğu farketmeksinin işverenin gerçek çalışan hikayeleri ile sahici bir etkileşim kurması ve otantik bir duruş sergilemesi her geçen gün daha da fazla önem kazanıyor. Şirketin maddi varlıklarının ne denli güçlü olduğuna dair kurgulanan bir iletişim Y kuşağı için yeterli çekicilik bazı oluşturmuyor.

suz, cevap verme süresi. Öğrencilerin yüzde 36'sına göre işveren sosyal mecrada adaya 24 saat içinde yanıt vermeli. Benzer şekilde, Türkiye'nin üniversiteli Y kuşağı için işverenin sosyal mecrada yeni gönderi girme sıklığı da çok önemli. Öğrencilerin yüzde 33'ü işverenin günde bir kez paylaşım platformlarında içerik girmesinin önemine inanıyor.

Türkiye'nin üniversiteli Y kuşağı an itibariyle sosyal mecralarda karşılaştığı işverenlerin aktivitelerinden tam anlamıyla memnun mu? Araştırma, gençlerin bu konuda şirketlerin daha fazlasını yapması gerektiğini düşündüğüne işaret ediyor. "İşverenle etkileşime geçmek için hangi yenilikçi kanalları istersin" sorusuna gençlerin yüzde 55'i "web tabanlı staj programları" şeklinde cevap veriyor.

3 EN ÖNEMLİ REKABET AVANTAJI: PROFESYONEL VE KİŞİSEL GELİŞİME YATIRIM.

"Sürekli öğrenme" Y kuşağının en belirgin taleplerinin başında geliyor. Buradaki püf noktası ise, şirketin işi ve doğası gereği değil, isteyerek ve yapılandırılmış bir biçimde "okul şirket" halini alması. Yani "bizim şirkette insan isterse kendini çok geliştirebilir" den çıkıp "şirketimiz bilinçli ve üzerinde özenle çalışılan farklı programlarla kurumsal bir akademi niteliği taşıyor" ulaşmamız gereken bir yolculuktan bahsediyoruz ve İnsan Kaynakları departmanının altında bir eğitim birimi oluşturmaktan daha fazlasını kastediyoruz. Y kuşağı için eğitim ve gelişim, sadece sınıf ortamında ya da son yıllarda hayli kullanılan e-öğrenme platformlarında gerçekleşmiyor. Bilakis, araştırma bu kanalların en az tercih edilenler olduğunu gösteriyor. "Mentorlük" ve "Tersine Mentorlük" gibi yaşayarak öğrenme programlarına daha fazla odaklanılması, üniversite işbirlikleri ile ileri akademik destek sağlanması ve şirket içi rotasyon olanakları sunulması bu jenerasyon için şirketinizi daha çekici bir yer haline getiriyor.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Mart – Haziran 2014 tarihleri arasında gerçekleşen ve organizasyonel çekicilik ölçümü parametrelerini içeren çalışma, web tabanlı anketler aracılığıyla gerçekleşti. Çalışmanın bağımsızlığına vurgu olarak, araştırma soruları öğrencilere herhangi bir organizasyon ismi kullanılmadan katılımcı üniversitelerin kariyer merkezleri aracılığıyla ulaştırıldı. Çalışmanın birinci etabında öğrencilerden çalışmayı düşünebilecekleri işverenleri seçmeleri; ikinci etapta ise ilk bölümde seçtikleri potansiyel şirketler içinden beş ideal işvereni belirlemeleri istendi. Araştırma sadece ideal şirket algısını ortaya koymakla kalmıyor, üniversiteli

gençlerin bu şirketlere ve ilgili sektörlerle dair geliştirdikleri algı ve kariyer yaşamı beklentileri ile ilgili detaylı analizler sağlıyor. Araştırmanın en güçlü yanlarından biri de şirketlere Y kuşağı istihdamındaki gerçek rakiplerini önemli içgörülerle sunabilme gücü.

Araştırmaya Katılan Üniversiteler:

İTÜ, YTÜ, Dokuz Eylül, ODTÜ, Marmara, Uludağ, Anadolu, Çukurova, İstanbul, Yeditepe, Bilkent, Bahçeşehir, Gazi, Boğaziçi, Koç, Ankara, Sabancı, Bilgi, Akdeniz, Selçuk, Ege, Hacettepe, Karadeniz Teknik, Atatürk, Özyeğin, TOBB, İzmir Ekonomi, Ondokuz Mayıs, Işık ve Galatasaray.

4 SOSYAL MEDYA İLE BARIŞMAK.

Araştırmanın en çarpıcı sonuçlardan biri de bu. Gençler, işverenlerin sosyal medyada daha etkin ve en önemlisi de çift yönlü bir iletişim kurmasını bekliyor. Kuşkusuz sosyal medya okur yazarlığı olan bir şirketin artık sadece bir sosyal paylaşım platformunda şirket sayfası açmasından bahsetmiyoruz. Anlamlı ve yaşayan bir içerikle etkileşimi sürdürmek şirketin en önemli görevi. Şirkette, gençler için değer yaratan öğelerin sahibi ve samimi bir tonda aktarılması ve bunun monolog formatından çıkıp tam zamanlı bir diyalog biçimini alması için gerekli yatırımların yapılması gerekiyor. Ama en başta, öncelikle iç müşteri-lerimizin yani mevcut çalışanlarımızın dijital kanallara erişim özgürlüklerine saygı duyarak sosyal medya ile barışmak gerekiyor. Tam da bu sebeple, Y kuşağı tarafından seçilen Türkiye'nin ideal işverenlerinin yüzde 42'si temas noktası olarak en çok sosyal platformları önemsiyor. Kullanılan mecraların yüzde 70'e yakını dijital platformlardan geçiyor.

5 İNSANA SAYGI: KULAĞA HOŞ GELDİĞİNDE DEĞİL, SAHİDEN!

İş ve yaşam dengesi, sadece Türkiye'de değil, tüm dünyada Y kuşağı için bir şirketi en çekici kılan parametrelerden. Türkiye'nin Y kuşağı içinse bu tema içinde daha çok insana saygı barındırıyor. Yani sadece çalışma saatlerinin makul başlangıç ve bitişlerinden değil, çalışma saatleri içinde de insani öğelere saygı duyulmasının gereğinden bahsediyoruz. Yeni jenerasyon yetenekler için hobi ve ilgi alanlarını günlük çalışma rutinlerine dahil edebilecekleri platformlar olması her geçen gün daha fazla önem kazanıyor. Bu yüzden de, bugünün şirketi için sadece verimli çalışma alanları değil, dinlenmek, eğlenmek, paylaşmak gibi insana ve yaşama dair temel gereksinimlere yanıt veren yaşam alanları yaratmak zorunluluğu ortaya çıkıyor.

‘Sting’le birlikte çalmayı istiyorum’



İYİ MÜZİK SEVEN HERKESTE YERİ AYRI OLAN BÜLENT ORTAÇGİL’LE YILDA VERDİĞİ 50 KONSERDEN BİRİNİN ÖNCESİNDE SOHBET ETTİK, SONRASINDA ŞARKILARINI DİNLEDİK. İŞTE KARŞINIZDA KENDİ ŞARKILARININ UNUTULMAZ SÖZLERİ VE KENDİ KELİMELERİYLE ORTAÇGİL...

RÖPORTAJ ESRA YALÇINALP

Açıkçası kendisiyle röportaja gitmeden önce biraz gergindim. Evde çift kaset-çaları müzik setinde, yazları güneye gittiğimizde ise arabada, onun kaset-leri çalardı: Benimle Oynar Mısın?, 2. Perde, Oyuna Devam... Ortaokul ve lisenin duygulu dönemlerine gelince dünyayla arama süzgeç görevi görsün diye koyduğum kulaklıklarımın, bana doğru süzülenler arasındaydılar: Eski albümlerin üzerine bir de Bu Şarkılar Adam Olmaz ve Light... Sadece benim değil, memleketin ortak kültür dağarcığına girmiş yüzlerce şarkı sözünü dinlemediğim zamanlarda da yanımda olmuştu.

Su olsam, ateş olsam / Göklerdeki güneş olsam...

...Çünkü insanlar yıllar boyunca soru sormadan durur...

Olmalı mı olmamalı mı / Yoksa hiç değişmemeli mi / Ama ben değişmezsem, ben olamam ki...

1974'te ilk albümü 'Benimle Oynar Mısın?'ı çıkarması, dönemin aranjmanla Anadolu Pop arasındaki sıkışmış yerli müzik ortamında taze bir nefes olmuş Ortaçgil'in. Öyle ki, o güne kadar eşi benzerine rastlanmamış nitelikteki duru şarkı sözleri ve temiz gitarı bundan sonraki dokuz yılın albümsüz ve konsersiz devam etmesine yetmiş. Mühendisliğini bırakmamış ve ancak 1983'te Fikret Kızılok'la beraber kurduğu Çekirdek Sanat Evi'nde ilk resitalini vermiş. Artık bugünden baktığımızda Bülent Ortaçgil, yılda ortalama 50 konser veren, Türkiye'de neredeyse çalmadığı şehir kalmamış, eski ve yeni kuşak iyi müzik severlerin hepsinin ayrı bir yere koyduğu bir müzik ekolü niteliğinde.

İşte insan kendini böylesine bir figürün önünde bulduğunda, ister istemez içi titriyor. Şunu söylemeliyim ki en aklımda kalan anlardan biri 'Merhaba' deyip konuşmaya başlamasıydı. O her tınısını, alçalmasını yükselmesini iyi bildiğim sesiyle tanıdığım ve şartlandığım şarkı sözleri dışında başka kelimeler sar-



**Okuyorum. Gazete, kitap...
Sudoku yapıyorum.
Ortalarda dolaşmaktan
hoşlanmıyorum. Ben evcil
bir adamım. Bir de şehir
acıtıyor artık o yüzden daha
az dolaşıyorum.**

fetmesi beni afallattı. Acaba kullandığı kelime grupları arasında ne gibi şarkı sözleri var, acaba anlattıklarından yeni şarkılar çıkar mı diye dinledim kendisini. Uzun lafın kısısı, röportaj güzel geçti, detayları yazının devamında.

Sonrasında kuliste son hazırlıklarını tamamladı ve "ak saçlı derviş" Erkan Oğur ve "her daim sahne arkadaşı gümbür gümbür sesli" İsmail Hakkı Demircioğlu'nun ısıttığı sahnede yerini aldı. Konser salonundaki karşılıklı saygı ve sevgi ortamı neredeyse elle tutulur vaziyetteydi. Ortaçgil konser boyunca izleyicilerle şarkı aralarında sohbet etti, ne dinlemek istediklerini sordu. "Sev Beni"yi istediğini haykıran "Seviyorum seni!" diye şakalaştı ama "Onun ismi 'Sev Beni' değil," diye uyarmayı da ihmal etmedi, onun adı "Kimselere Anlatmadım":

**Bu saçmasapanlıktan kurtar beni
Uykusuz gecelerin gizli örtüsünden çıkar beni
Ben bunları kimseye anlatmadım
Kendimle bile konuşmadım
Ben bunları kimseye anlatmadım
Bir tek sen duy diye, sen bil diye,
sen anla diye...**

Konseri kah izleyicinin istekleriyle, kah kendinin ve grubunun gönlünden geçenlerle sürdürdü, fakat repertuvara dair en dikkat çekici nokta, Ortaçgil külliyyatının eski ve yeni şarkıları arasındaki tansiyonu her daim izleyicisiyle paylaşmasıydı. Sadece yeni şarkılarını çalsa izleyici memnun olmaz, sadece eski çalsa kendisi sıkılacak...

Elbette o ince ve hassas çizgiyi iyi tutturdu Ortaçgil, her iki taraf da memnun. Bir nazik dans karşılığı. "Erkan Oğur'u burada bulmuşken çalalım," diyerek çok da sık çalmadığı "Bozburun"a geçti. "Bozburun'un eşsiz doğasına dokunacak biri olursa karşısında ilk beni bulacak" diye de ekledi. Ne de olsa yıllar önce arkadaşlarını ziyarete gidip çok sevdikten sonra artık yılın altı ayını geçirdiği sahil beldesi burası:

**Boz taşlar önümüzde
Cebimizde yalnızlık var
Şu dümdüz büyüyen gecede
Tek dostumuz yakamozlar
Kimsesiz koylar ortasında
Her biri başka siyah bu dağların
Güneşi yolladık bütün renklerle
Oyuncağıyız artık alışkanlıkların**

Ardından "Bu Su Hiç Durmaz"ın üzerine bir de "Benimle Oynar Mısın" patlatınca, haliyle sıra yine ona geçiyor şarkı tercihi yapma hakkında. "Hazır eskilerin gazını almışken, yeni bir şarkı çalalım bari..." deyip "Duyuyor musun?"a başlıyor... Evet, Ortaçgil duymamızı istiyor:

**Düşünceni gizlemek kibarlık
Kendini gizlemek meziyet
Orada yerinde misin?
Duyuyor, duyuyor musun?**

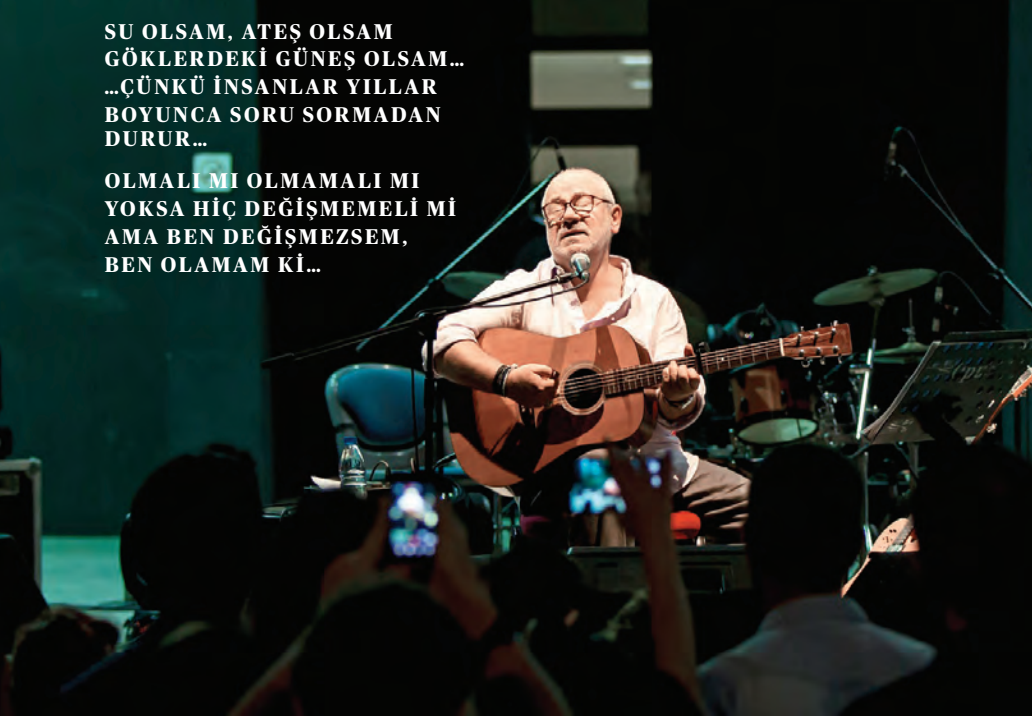
"Mavi Kuş"la bitirip kulise çekildiğinde bir alkış kopuyor ve dinmiyor. Çok geçmeden Ortaçgil tekrar sahnede: "Tamam, kabul ediyorum! Geldim." Güllüşmeler... "Çocuklar size hayatımın ilk şarkısını çalacağım şimdi..."

**Yüzünü dökme küçük kız
Yaşamın anlamını bul
Sonra dinle kendini
Yolunu bil**

Tabii haliyle sonrasında pek bir gülüşme kalmıyor salonda. Düşünce- liyiz. Ortaçgil de düşünceli. Belki de konserin zirvesindeyiz. Doymamışız, ama biliyoruz ki az sonra bitecek. Bizler bir sıkı haftayı daha geride bırakmış, cuma akşamını onunla geçirmek

**SU OLSAM, ATEŞ OLSAM
GÖKLERDEKİ GÜNEŞ OLSAM...
...ÇÜNKÜ İNSANLAR YILLAR
BOYUNCA SORU SORMADAN
DURUR...**

**OLMALI MI OLMAMALI MI
YOKSA HİÇ DEĞİŞMEMELİ Mİ
AMA BEN DEĞİŞMEZSEM,
BEN OLAMAM Kİ...**



isteyen İstanbullularız. O ise Ortaçgil.
Tabii ki son sözünü sakınmıyor:

**Pazartesi acımasız, pazartesi sıkkın
Hep aynı şarkıyı söylemekten bıkkın
Bir masanın kenarları gibi,
buluşmazmışız öyle derler
Oysa bütün masalarda
dört köşe var
Umarsız ve umursamaz günler,
gözlerde bir habersizlik var...**

Ortaçgil yine Ortaçgil.

**Öncelikle vakit ayırıp bu sohbe-
ti kabul ettiğiniz için teşekkür
ederim. Merak ettiğim bir şey var,
yüzlerce şarkınız var ama konser
vakti sınırlı. Repertuvarınıza nasıl
karar veriyorsunuz?**

Çok ciddi bir eliminasyonla karar vermiyorum açıkçası. Önce burada bir şeyler düşünüyorum ama sahne-
de başka şeyler çalıyorum. Gecenin
gidişine göre bazen insanlar o şarkılara
daha yakın göründüklerini hissediyorum.
Öyle olunca benim daha “zor”
diye düşündüğüm, daha az bilinen,
içinde daha fazla müzik olabilen

şeyleri çalıyorum. Tamamen spontan
demeyelim ama her şey de kurgulan-
mış değil. Katı bir şarkı disiplinemiz yok
açıkçası.

Sonuç olarak hem seyircinin hem
grubun iç nabzını yokluyoruz. Bazen
güzel çalamıyoruz mesela. Dışardaki
insan onu anlamayabilir ama biz uzun
zamandır birlikte çok fazla çaldığımız ve
birbirimizi çok iyi tanıdığımız için bazen
keyif almıyoruz, o zaman başka şeylere
geçiyoruz.

**Çalmaktan özellikle hoşlandığınız
parçalar var mı?**

Öyle bir şey yok, ama çalmaktan
sıkıldıklarım var. İşte o 40 yıl önceki par-
çalar... Mesela Benimle Oynar Mısın?
albümünün parçalarını çalmaktan sıkıl-
dım artık. Üzerinden çok zaman geçti.
Artık o şarkılar yapıldıkları zamandaki
anlamlarını da yitiriyorlar bende. O yüz-
den genç insanlar onları yeni bir şeymiş
gibi heyecanla falan dinliyor ama ben
artık o heyecanla çalamıyorum. Elbette
benim gözümde bir müzikal değerleri
var ama tarihsel değerleri daha fazla
olmaya başladı diyebilirim.



**Evde kendimi iyi
hissederim. Yapacak birçok
şey bulurum. Tamirattan
nefret ederim ve hiç
anlamam. Ama mesela
yemek yaparım. Kendimi
besleyecek her şeyi yaparım.
Yumurta kıramam diyen
heriflerden değilim.**

**Sahnede sizi heyecanlandıran bir
şeyler oluyor mu?**

Aslında sanırım en çok bir parçayı
uzun süredir çalmayıp bir konserde
çalmaya karar verdiğimde heye-
can duyuyorum. Şarkıların kendi iç
niteliğiyle ilintili olarak pek bir şey
hissetmiyorum. Bazen insanın içinde
saplantılar da olabiliyor. Örneğin kendi
kendime acaba şunu çalabilir miyim
diyorum. Acaba şunun sözleri neydi
diye kendimi zorlanırken bulabiliyorum.
Hatta bazen şarkıyı tam söylerken iki
dize sonraki sözleri acaba doğru mu
hatırlayacağım diye kaygıyla kapıldığım
da olabiliyor tabii.

Genelde son yıllarda aşağı yukarı elli
şarkılık bir repertuar çalıyoruz biz. Ama
halbuki bin yüz tane şarkı var, bunun
bazılarını çalamıyoruz. Bazılarını çala-
bilmek için ya çok uğraşmak lazım, ya
da yeniden düzenlemek lazım. Birazcık
da tembellikten bu durum böyle
oluyor. Uzun lafın kisası, bir konserde
aşağı yukarı yirmi şarkı çalıyoruz ve
aslında o elli şarkının içinde dönüyoruz.

**Çaldığınız mekanın sizin üzeriniz-
de bir etkisi oluyor mu?**

Çaldığım mekanları ve şehirleri
unutmam. Onları çok net hatırlarım.
Çalmaktan hoşlandığım bir mekan
var mı bilmiyorum. Ama İzmir genelde
hoşuma giden bir şehirdir, çünkü izle-
yicisi çok iyidir. Ankara'nın yeri bende
başkadır. İstanbul'u o kadar olumlu
bulamıyorum. İstanbul çok karışık ve
snob bir izleyici kitlesine sahip. Sonuç-

ta gelenler Sting de dinliyor, Marcus Miller da dinliyor, arkasından Bülent Ortaçgil'e 'şey davranıyor' olabilirler. Buraya dünyanın en iyileri geliyor, dolaşısıyla dinleyici de snoblaşıyor. Gidip Kayseri'de çaldığımız zaman, bize olan tepkileri daha ciddi ve bu durum bize de daha sempatik geliyor açıkçası. Orada da herkes bizim reper-tuvarımızı çok yakından bilmiyor olabilir. İstanbul'da insanlar şarkılara daha fazla aşına. Tabii artık Türkiye ve dünya çok ufak. İnsan istediği zaman her şeyi bilebiliyor ve her şeyden haberdar olabiliyor. Küçük bir kitle var ki bizi Van'da da takip ediyor, sadece sayılar değişik.

Grubumuz turneye çıkmaktan hoşlanıyor, hatta İstanbul dışında daha keyifli olduğumuzu söyleyebilirim. Türkiye'nin her yerinde konser verebiliyoruz. Çalmadığımız şehir on tane kalmış veya kalmamıştır. Onlara da gitsek diyoruz zaten. Mesela Hakkari'de çalmadık, keza Kars, Artvin'e henüz gitmedik. Biz grupla çaldığımız için grubu oradan oraya taşımanın maliyetini düşünmek gerekiyor. Küçük yerlerde de bunun karşılığı çıkmıyor tabii. Bu nedenle uzlaşmak zorundayız, İstanbul'dan çıktığımızda üç-dört konseri arka araya yapıyoruz genelde. Edirne, Hatay, Muğla tamam da Doğu köşelerine henüz gidememişiz.

Müzik dışında nelerle ilgileniyorsunuz?

Hiçbir şeyle ilgilenmiyorum... Okuyorum. Gazete, kitap... Sudoku yapıyorum. Ortalarda dolaşmaktan hoşlanmıyorum. Ben evcil bir adamım. Bir de şehir acıtıyor artık o yüzden daha az dolaşıyorum. Eşim bundan şikayetçidir ama evde oturmayı severim.

Evde kendimi iyi hissederim. Yapacak birçok şey bulurum. Tamirattan nefret ederim ve hiç anlamam. Ama mesela yemek yaparım. Kendimi besleyecek her şeyi yaparım. Yumurta kıramam diyen heriflerden değilim. Balığı ve çorbayı çok severim. En son numaram da armutlu kereviz çorbası. Bir yerde duymuştum, onun üzerine eşimle beraber çalıştık ve çok güzel oldu.

Sevdiğiniz müzisyenler var mı?

Artık dünyada ileri seviyede müzik yapan birçok virtüöz var. Her enstrümanın virtüözünü dinlerim, buna her zaman saygım var. Şarkı yazarları da dinlerim. Ama anladığım kadarıyla eskiye nazaran daha az şarkı yazarı var ortalıkta. Arada bir böyle radyolarda kulağıma çok güzel şarkılar geliyor, ama kimlerin çaldığını bilmiyorum.

Şarkı dinlemek de, sadece virtüöz dinlemek de hoşuma gidiyor. Eskiye nazaran şimdi çok daha fazla caz dinlemeye başladım. Son günlerde Avishai Cohen seviyorum mesela.

Birsen Tezer, Jehan Barbur ve Ceylan Ertem'le birlikte sahne aldığınız 'Kadın Eli Değmiş Şarkılar' gecesi veya Teoman'la birlikte konser vermeniz gibi özel projeleriniz çok beğenilmişti. Yakın gelecekte böyle bir çalışmanız olacak mı?

Ben proje bazında çalışan bir adam değilim ama ortak çalışmaya yatkın bi-

riyim. Bu projeleri ben bulmuyorum, birileri bana öneriyor. Benim hoşuma gidenlere katılıyorum. Ama hani 'Yeni bir proje üreteyim' 'Hadi gel bu sefer de seninle şarkı söyleyelim' diye düşüncelere sahip bir adam değilim. Ama önemli olan nokta şu: Ortak çalışmaya uygun olanlar vardır, bir de egosu yüksek, kendinden başka hiçbir şeye kulak asmayanlar vardır. Yüksek bir egoya sahip değilim ve ortak çalışabilen bir adamın. Ortak çalışmada da hesap kitap yapmam. Sen üç verdin, ben altı verdim demem.

Yerli veya yabancı, yaşayan veya hayatını kaybetmiş; beraber çalışmak istediğiniz biri var mı?

Sting'le bir konserde çalmayı isterim. Şarkı söylemesini de, çalmasını da, şarkılarını da seviyorum. Onu bayağı ileri bir müzisyen ve şarkı yazarı olarak görüyorum. Ama şu anda çaldığım insanları seviyorum.

BÜLENT ORTAÇGİL'İN UNUTULMAZ ALBÜMLERİ



1974
BENİMLE OYNAR MISIN?

1984
RÜZGARA SÖYLENEN ŞARKILAR

1985
BİZ ŞARKILARIMIZI...

1986
PENCERE ÖNÜ ÇİÇEĞİ

1990
2. PERDE

1991
OYUNA DEVAM

1994
BU ŞARKILAR ADAM OLMAZ

1998
LIGHT

1999
ESKİ DEFTERLER

2000
ŞARKILAR BİR OYUNDUR (TRIBUTE ALBUM)

2003
GECE YALANLARI

2010
SEN

Vücudunuzu Toksinlerden Arındırın!

VÜCUDUNUZDA BİRİKEN TOKSİNLERİN ZARARLI ETKİLERİ GENELLİKLE KENDİNİ YORGUNLUK, HALSİZLİK, BİTKİNLİK, AŞIRI UYKU YA DA UYKUSUZLUK, KAS-EKLEMLERDE GERGİNLİK VE SİNİRLİLİK GİBİ SAĞLIK SORUNLARIYLA GÖSTERİR. ANCAK YAŞAM KALİTENİZİ BÖYLESİNE OLUMSUZ ETKİLEYEN TOKSİN MADDELERİ ATABİLMEK, SAĞLIKLI VE DAHA DİNÇ BİR VÜCUDA SAHİP OLMAK SANILDIĞI KADAR ZOR DEĞİL.

Toksinlerin vücuttan uzaklaştırılması konusunda karaciğer, bağırsak, böbrek, akciğer ve deri başta olmak üzere birçok organa ihtiyaç vardır. Fiziksel ve ruhsal stresler ya da herhangi bir enfeksiyon sonrası oluşan toksinler böbrekler, karaciğer, akciğer ve deri gibi birçok organın çalışmasıyla vücuttan dışarıya atılır. Öncelikle karaciğerinizi korumak için

hayvansal yağlar, şeker ve alkolden uzak kalmanız gerektiğini bilmelisiniz. Çeşitli hastalıklara da kapı aralayan bu toksinlerden sağlıklı beslenmeyle korunmak ise mümkün. Beslenme programınıza ekleyeceğiniz bazı besinlerle vücudunuzda biriken toksinlerden kurtulurken, zindeliği yeniden yakalayıp, aktif bir yaşam sürebilirsiniz.



Biriken toksinler, vücuttan atılmadığı müddetçe yaşam kalitenizi olumsuz anlamda etkilemeye devam ediyor. Toksinleri vücuttan uzaklaştırmak kendinizi daha sağlıklı ve zinde hissetmenizi sağlar.

TOKSİNLERDEN BU YİYECEKLERLE KURTULUN

SU

Hayattaki en önemli kaynaklarımızdan birisi sudur. Vücudumuzun ortalama yüzde 55-70'i sudan oluşur. Vücudumuzdaki su oranını korumak adına günlük harcadığımız her 1 kalori için 1 ml su içmeliyiz. Sağlığa faydasını saymakla bitiremeyeceğimiz su, cildin nem oranı artırır ve vücuttaki toksinlerin atılmasına yardımcı olur.

PORTAKAL-LİMON-GREYFURT

Antioksidan ve C vitamini yönünden zengin olan bu meyveler, hem gribal enfeksiyonlardan korunmak hem de bağışıklık sistemini güçlendirmek için idealdir.

DOMATES

Domates mevsiminde tüketildiği zaman içeriğindeki C vitamini ve karotenden dolayı antioksidan etki gösterir. Potasyum, likopen ve A vitaminine sahip olan domates, toksinlerden arınmada çok güçlü bir silah.



PANCAR VE HAVUÇ

İyi bir antioksidan olan beta karoten ve A vitamininden zengindir. Havuç özellikle C vitamini kaynağı limonla birlikte tüketildiğinde kış aylarında vücut savunma sistemini güçlendirir.

CEVİZ-BADEM-FINDIK

Omega 3'ten zengin ve sinir sistemini destekleyen bu yağlı tohumlar lif ve doymamış yağ asitleri içeriğinden dolayı sindirim ve bağışıklık sisteminin korunmasında önemli bir yere sahiptir.

YEŞİL YAPRAKLI SEBZELER

Potasyum ve C vitamini kaynakları olan yeşil yapraklı sebzeler toksinlerin ve ödemin vücuttan atılmasına yardımcı olur. Zengin magnezyum içeriğine sahip ıspanak, çok güçlü bir toksin temizleyicidir. Aynı zamanda maydanoz gibi yeşillikler eklenmiş bir kahvaltı ile güne başlamak zinde bir vücut için idealdir.

SOMON

Omega 3 miktarı bakımından en zengin balıklar arasında yer alır. Beyin ve damar sağlığını koruyucu etkiye sahiptir.

ELMA-MUZ

Vücutta sindirim sistemini güçlendiren muz ve elma kolesterolün düşürülmesinde oldukça etkilidir. Güçlü bir lif kaynağına sahip olan elma kabuğu ile tüketildiğinde sindirim sisteminin toksinlerden arınmasına yardımcı olur.



Toksinlerin vücuttan uzaklaştırılmasını sağlamak için tüketeteceğiniz bu besinler, sizlere sağlıklı yaşamın da kapılarını açıyor.



AVOKADO

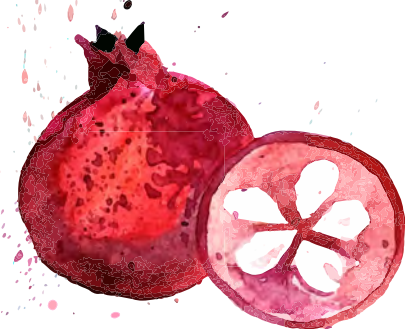
İçeriği sayesinde beslenme programında ara öğünlerde veya salatalarda tüketilmesi vitamin-mineral çeşitliliğini sağlar.

YULAF

Yulaf kolesterolü düşürmesinin yanı sıra bağırsak sağlığı için de oldukça önemlidir. Posa içeriğinin fazla olmasından dolayı da tokluk sağlar.

NAR

Antioksidan ve C vitamini bakımından zengin olan nar, kan basıncını dengeleyerek damarları korur ve sindirim sistemi sağlığında önemli role sahiptir.



YOĞURT

İçinde bulunan probiyotikler nedeniyle bağırsakların çalışmasını kolaylaştıran yoğurt, kalsiyum bakımından zengin olması nedeni ile de kemikleri güçlendirir.

ENGİNAR-BROKOLİ-BRÜKSEL LAHANASI

Kanserle savaşmada önemli rolü olan brokoli ve enginar, mineral ve vitamin açısından yüksek olmasının yanı sıra kolesterolün düşürülmesine de yardımcıdır. Aynı zamanda karaciğerin temizlenmesi için önemli besinlerdendir.

SARIMSAK VE SOĞAN

İçeriğindeki kükürtlü bileşikler sayesinde özellikle kış aylarında bağışıklık sistemini güçlendiren sarımsak ve soğan; sindirim sistemini harekete geçirir ve yemeklere lezzet katmak için kullanılabilir.

YEŞİL ÇAY-BEYAZ ÇAY

Yüksek oranda antioksidan içerir, sindirime yardımcı olur ve metabolizma hızının artırılmasında etkilidir.

KURU ERİK-KURU KAYISI

Özellikle çözünür liflerden zengin kuru meyveler kabızlığın önlenmesini sağlar. Demir, magnezyum, çinko ve potasyum gibi mineraller açısından da zengin olduğu için vücudun bağışıklık sisteminin güçlenmesine katkıda bulunur.



Toplantılarda Fark Yaratın

İŞ HAYATININ VAZGEÇİLMEZİ OLAN TOPLANTILARI VERİMLİ, ETKİLİ VE BAŞARILI KILMAK HEM KİŞİSEL BAŞARI SEVİYENİZ HEM DE ŞİRKETİNİZ İÇİN BÜYÜK ÖNEM TAŞIYOR. TOPLANTILARI İYİ YÖNETMEK, İŞİ VE ZAMANI DA İYİ YÖNETMEK ANLAMINA GELİYOR.

01 GÜNDEME DETAYLARIYLA HAKİM OLUN

Toplantıya katılmadan önce, toplantı gündemine tüm detaylarıyla hakim olun ve gerekli hazırlıklarınızı yapın. Toplantıyı düzenleyen sizseniz gerekli katılımcıları belirleyip, sade, basit ve kısa bir toplantı gündemi yayınlayın. Katılımcıların aklında işin özünü bilen, ne istediğini açıkça ifade edebilen ve etkin bir toplantı gerçekleştirilecek bir çalışan izlenimi yaratmış olacaksınız.

02 KATILIMCILAR İLE DOĞRU-AÇIK İLETİŞİM KURUN

Gündemi ne olursa olsun katılımcılarla doğru ve açık bir iletişim kurmak, her toplantının olmazsa olmazı. Unutmayın, açık iletişim, toplantının sonuç odaklı olmasını da sağlayan en önemli unsurdur.

03 TOPLANTILARDA GÖRÜNÜR OLUN

Toplantılarda söz alıp, fikirlerinizi yüksek ses tonu ile kendinize güvenerek söyleyin. İmkanınız var ise toplantıları yönetmek için gönüllü olun, moderatör olmak için çalışın. Bu yöneticinizde ve yönetim seviyelerinde bilinirliğinizi artıracak, daha çok güvenilen ve hatırlanan bir çalışan olacaksınız.

04 ENERJİNİZİ YÜKSEK TUTUN

Enerjiniz ve motivasyonunuzun toplantılarda yüksek olmasına özen gösterin. Bu davranışınız toplantıların seyrini de değiştirecek ve çözüme daha kolay ulaşmanızı sağlayacaktır.

05 TOPLANTI GÜNDEMİNE ODAKLANIN

Toplantılara yalnızca toplantı gündemine odaklanarak girin. Arkada kalan işlerinizi toplamaya, maillerinize cevap vermeye ya da sosyal medya hesaplarınızı kontrol etmeye çalışmayın. Dikkatinizi tamamiyle toplantıya vermeye çalışın ve toplantıları olabildiğince etkin katılım ile tamamlayın.



BODRUM'DAKİ EVİNİZ YOUR HOME IN BODRUM



Residence



Site Apart



Bitez Apart



Datça Camping

REZERVASYON **444 30 45**

Fax: 0 (252) 343 14 27

Apart 3 Tesisleri 1317 Sok. No:16 48410 Bitez - Bodrum / MUĞLA

Tel: 0 (252) 724 61 68 Faks: 0 (252) 724 61 67

Aktur Datça Tatil Sitesi Camping Tesisleri



**KOÇ
FEST**

ŞAMPİYONLARIMIZI KUTLUYORUZ



ATHENA

MOR VE ÖTESİ

Türkiye Koç Fest Üniversite Spor Oyunları'nda
185 üniversiteden 22.000 sporcu, 46 branşta başarıyla
mücadele etti, herkes sporun coşkusuyla doyasıya yaşadı.
Koç Fest ile gençleri sporla buluşturmaktan ve Koç Topluluğu olarak
tüm üniversiteli sporculara destek vermekten gurur duyuyoruz.



#KocFest

