

Bizden Haberler

BAZI BORÇLAR VARDIR,
ÖDEYEMEZSİN.

193∞



193∞





Koç Topluluğu olarak bugün dünyanın dört bir tarafında attığımız her adımda, elde ettiğimiz her başarıda Ülkemizden güç alıyoruz ve bu bilinçle Ülkemiz için çalışmaya devam ediyoruz. 11 yıldır gururla gerçekleştirdiğimiz 10 Kasım iletişimimizi, bu sene de özenle hazırladığımız bir iletişim kampanyası ile sürdürdük. Türkiye Cumhuriyeti'ni gelecek nesillere emanet eden Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü ölümünün 78. yılında, bir kez daha saygı, özlem ve minnetle andık. Önderliğiyle, mücadelesiyle, vizyonu ve devrimleriyle Türkiye Cumhuriyeti'ni kuran Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk'e olan borcumuz çok büyük. O nedenle de "Bazı borçlar vardır, ödeyemezsin" dedik.

Topluluk olarak Ülkemize olan inancımızla tüm paydaşlarımız ve gelecek kuşaklar için çalışmaya, üretmeye ve yatırım yapmaya devam ediyoruz. 2016 yılının ilk dokuz ayında da 4.2 milyar TL'lik yatırım yaparak, son 5 yıl içerisinde gerçekleştirdiğimiz kombine yatırımları 30 milyar TL'ye çıkardık.

GAZİ MUSTAFA KEMAL ATATÜRK'Ü
ÖLÜMÜNÜN 78. YILINDA SAYGI, ÖZLEM
VE MİNNETLE ANIYORUZ.

Son dönemde pek çok yeni yatırım gerçekleştirdik. Bunlardan biri olan ve geçtiğimiz aylarda duyurduğumuz Arçelik'in Pakistan'da faaliyet gösteren Dawlance'ı satın alım sürecini tamamladık. Bu yatırımın yanı sıra teknoloji ve inovasyon alanında da güçlü bir işbirliğini hayata geçirdik; Topluluk şirketlerimizden Inventram, dünyanın en büyük yatırım gruplarından Mitsui ile ortaklık anlaşması imzalayarak Türkiye'de son dönemin en önemli teknoloji ortaklıklarından birini gerçekleştirdi. Yeni yatırım ve ortaklıklarımızın hem Topluluğumuza hem de Ülkemize hayırlı olmasını diliyoruz.

2016 yılında dünya hiç olmadığı kadar belirsiz bir dönemden geçiyor. Küresel ekonomide yaşanan gelişmeler ve Orta Doğu'daki çekişmelerle noktalamaya hazırlandığımız bu yılda, herkesin merakla beklediği soru cevaplandı ve ABD halkı oyunu Donald Trump'tan yana kullandı. Donald Trump, seçim vaatlerinde ABD'de bugüne kadar ekonomik, siyasi ve sosyal alanda sürdürülen tüm çalışmaları kökten değiştireceğinin sinyallerini vermişti. Trump'ın dünyayı etkileyecek kararlarıyla nasıl bir tablo yaşanacağı ise merak konusu...

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

Collective
Yayınlar Direktörü

Serdar TURAN

Editörler

Aynur ŞENOL ALTUN
Nesrin KOÇASLAN

Art Direktör

Bürkan Çiftçigüzel

Fotoğraf Editörü

Şeref YILMAZ

Kollektif Yayıncılık
Reklam Tasarım ve
İçerik Hizm. A.Ş.
Esentepe Mah. Ecza
Sokak Pol Center
Çarşı Apt.No:4/1
Şişli-İSTANBUL

**Baskı ve Cilt
(Matbaa)**

Ömür Matbaacılık A.Ş.
Beysan Sanayi Sitesi,
Yakuplu Mah.Birlik
Cad. No:20/1 34524
Beylikdüzü/İSTANBUL
Tel: 0212 422 76 00

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...

KAPAK

Kasım 2016





İÇİNDEKİLER

GÜNDEM

- 06 • Koç Holding'den 9 Ayda İstikrarlı Performans
- Sermaye Piyasalarının Güçlü Oyuncusu: Koç Holding
- Mustafa V. Koç'un Anısına Liderlik Ödülü
- Hem Üretimin Hem de İhracatın Lideri Tofaş!
- Arçelik, Yetkili Satıcıları İle Antalya'da Bir Araya Geldi
- Arçelik, LG ile Ortaklık Anlaşmasını Uzattı

DETAY

- 14 **RÖPORTAJ**
Küresel Vizyona Sahip
Sektörünün Yenilikçi Şirketi Arçelik
- 22 **MERCEK**
İnventram'a Japon Teknoloji Devinden
Büyük Yatırım
- 24 **MERCEK**
Türk İslam sanatına büyük destek
- 28 **ANALİZ**
Türkiye 2019 Yılında Yüzde 5 Büyüme
Hedefliyor
- 32 **MAKALE**
Dönüştürücü İş Modeli
- 36 **RAKAMLAR**
Revize Dünya Ekonomisi

24



14



BİZ

- 38 **SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK**
Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: Yeni
Fırsat Penceresi
- 40 **BAYİ RÖPORTAJI**
Sektörün Lokomotif Şirketi: Aygaz

YAŞAM

- 44 **ÇOCUK GELİŞİM**
Oyun Oynamak İletişimi Geliştiriyor
- 46 **SANAT**
Alternatif Tarihte Alternatif Çok
- 48 **SAĞLIK**
Kışı Hasta Olmadan Geçirmeniz Mümkün.
Nasıl mı?

KOÇ TOPLULUĞU TARİHİNDE BU AY

9 Kasım 1956

Ford'un otomobil satış yarışmasını Ankara distribütörü olan Koç Ticaret'in kazanması üzerine Vehbi Koç, bu yarışmanın birincisi olarak Amerika'ya davet edildi. 9 Kasım'da Vehbi Koç, Bernar Nahum ve Kenan İnâl, Henry Ford'u ofisinde ziyaret ettiler.



20 Kasım 1963

Türkiye'de ilk holding olan Koç Holding 20 Kasım'da kuruldu.



8 Kasım 1974

Arçelik 1 milyonuncu buzdolabını üretti.



16 Kasım 2001

Sevgi Gönül tarafından Koç Üniversitesi'ne kazandırılan Sevgi Gönül oditoryumu açıldı.



90 yıllık başarı hikayesinin her dönemi ayrı bir heyecan...

<http://90yil.koc.com.tr/>

GÜNDEM

06-12

06

GÜNDEM

- Koç Holding'ten 9 Ayda İstikrarlı Performans
- Sermaye Piyasalarının Güçlü Oyuncusu: Koç Holding
- Mustafa V. Koç'un Anısına liderlik Ödülü
- Hem Üretimin Hem De İhracatın Lideri Tofaş!
- Arçelik, Yetkili Satıcıları İle Antalya'da Bir Araya Geldi



KOÇ HOLDİNG'TEN 9 AYDA İSTİKRARLI PERFORMANS

YILIN İLK 9 AYINDA 4.2 MİLYAR TL'LİK YATIRIM GERÇEKLEŞTİREN KOÇ HOLDİNG, KÜRESEL BÜYÜME STRATEJİSİYLE YATIRIMLARINI İSTİKRARLI BİR BİÇİMDE SÜRDÜRMEYE DEVAM EDİYOR.



Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu: "Türkiye sadece bölgesinde değil, dünya ölçeğinde de ekonomik gücünü artıracaktır"



Koç Holding, 2016 yılının ilk dokuz ayında 49.8 milyar TL konsolide gelir elde ederek, bu dönemi 2.4 milyar TL ana ortaklık payı net dönem kârı ile sonuçlandırdı. Koç Holding'in dokuz aylık finansal sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, "Ülke olarak zorlu bir dönemden geçiyoruz. Siyasi tarihimize kara bir leke olarak geçen başarısız darbe girişimi sonrası piyasalarda bir süre belirsizlik yaşansa da, ülkemiz ekonomisi güçlü yapısı ile kısa sürede toparlandı ve şoklara karşı dirençli olduğunu gösterdi. S&P ve Moody's'in Türkiye'nin kredi notunu indirdiği üçüncü çeyrekte finansal piyasalar genel itibariyle baskı altında kalsa da, tüketicinin ekonomiye duyduğu güven Ağustos ve Eylül'de artış gösterdi. Temmuz ve Ağustos'ta yurtiçi tüketim talebinde gözlenen yavaşlama, tüketici güvenindeki toparlanmanın da işaret ettiği gibi, Eylül'den itibaren yeniden hız kazanmaya başladı. Bu noktada, iç ve dış tehditlerin bertaraf edilmesi için ülke olarak yürüttüğümüz topyekûn mücadelenin bir benzerini ekonomik alanda da sergileyebilirsek, Türkiye sadece bölgesinde değil, dünya ölçeğinde de ekonomik gücünü artıracaktır" dedi.

LEVENT ÇAKIROĞLU: "ŞARTLAR NE OLURSA OLSUN YATIRIM YAPMAYA KARARLILIKLA DEVAM EDECEĞİZ"

Tüm bu gelişmelere karşın, yılın ilk ayında Koç Topluluğu'nun faaliyetlerini ve yatırımlarını başarıyla sürdürdüğüne dikkat

çeken Levent Çakıroğlu şöyle devam etti: "Yılın ilk 9 ayında portföy yapımız, güçlü ihracat sonuçlarımız ve risk yönetim politikalarımız ile ekonomideki dalgalanmalara karşın istikrarlı bir performans sergiledik. Küresel stratejimizle yatırımlarımıza kararlılıkla devam ediyoruz. Yılın ilk 9 ayında 4.2 milyar TL'lik yatırım yaptık. Yaşanan tüm olumsuzluklara karşın kredi derecelendirme kuruluşları S&P ve Moody's tarafından verilen 'yatırım yapılabilir' seviyedeki kredi notumuzu koruduk. Ülkemizin geleceğine olan inancımız ile gerçekleştirdiğimiz kombine yatırımlar son 5 yılda 30 milyar TL'ye ulaştı. Aynı dönemde 24 bin kişiye ek istihdam sağladık ve çalışan sayımız 97 bine ulaştı. Yatırımlarımızın finansal sonuçlarımıza olumlu katkılarının haklı gururunu yaşıyoruz. 100'üncü yılımıza doğru emin adımlarla ilerlerken, yurt içi ve yurt dışında itibarımızı artıracak projeleri hayata geçirmeyi sürdürecektir, şartlar ne olursa olsun faaliyette bulunduğumuz tüm sektörlerde işlerimizi büyümeye ve yeni ürünlere yatırım yapmaya kararlılıkla devam edeceğiz."

"TÜRKİYE OTOMOTİV İHRACATINDAKİ PAYIMIZ YÜKSELİYOR"

Koç Topluluğu şirketlerinin faaliyet gösterdikleri sektörlerde yılın ilk 9 ayında büyümenin itici gücü olmayı sürdürdüğüne dikkat çeken Levent Çakıroğlu şöyle devam etti: "Bu dönemde otomotiv sektöründeki ihracat artışı adet bazında yaklaşık yüzde 13 olarak gerçekleşirken; Tofaş 1

RAKAMLARLA KOÇ TOPLULUĞU

49.8
milyar TL

2016 yılının ilk dokuz ayında elde edilen konsolide gelir

2.4
milyar TL

Yılın 9 ayında gerçekleşen ana ortaklık payı net dönem kârı

4.2
milyar TL

Yılın ilk 9 ayında gerçekleştirilen yatırım miktarı

30
milyar TL

Koç Topluluğu'nun son 5 yılda gerçekleştirdiği yatırım miktarı

24
bin kişi

Koç Topluluğu'nun son 5 yılda sağladığı ek istihdam

milyar dolarlık yatırımla geliştirdiği, fikri ve sınai haklarına sahip olduğu Egea ailesinin katkısıyla yurt dışı satış cirosunu yüzde 63 artırmayı başardı. Ülkemizin ihracat şampiyonu olan Ford Otosan; otomotiv sektöründeki yurtdışı satışların yaklaşık yüzde 24'ünü tek başına gerçekleştirirken, cirosunun da yaklaşık yüzde 69'unu ihracattan elde ediyor. Tofaş ve Ford Otosan'ın başarılı performansının da katkısıyla yılın ilk 9 ayında otomotiv ihracatımız adet bazında yüzde 25 arttı. Türkiye otomotiv ihracatındaki payımız yüzde 43'ten yüzde 48'e, üretimdeki payımız yüzde 45'ten yüzde 49'a yükseldi" diye konuştu.

"ARÇELİK ULUSLARARASI YATIRIMLARI İLE KÜRESEL POZİSYONUNU GÜÇLENDİRMEYİ SÜRDÜRÜYOR"

Beyaz eşya sektöründe ise, iç talebin Temmuz'da daraldıktan sonra Ağustos'ta toparlanmaya başladığını belirten Levent Çakıroğlu, "Yurtiçi beyaz eşya satışları 2016 yılında rekor bir seviyeye ulaştı. Ayrıca bu dönemde özellikle Avrupa ekonomisinin olumlu seyri ile şirketlerin ihracat adetleri üretimlerini destekledi. Arçelik yılın ilk 9 ayında iç pazarda sektörün üzerinde büyürken, yurt dışında da pazar payı kazanımlarına devam etti. Avrupa'da adet bazında ikinci sırada yer alan Beko, İngiltere'de pazar liderliğini sürdürdü. Arçelik Pakistan'da satın aldığı, bu ülkenin lider beyaz eşya şirketi Dawlance'ın hisse devir işlemini tamamladı. Ayrıca, klima üretimi konusunda LG Electronics ile yaptığı ortaklığı 2023 yılına kadar uzattı. Böylelikle uluslararası yatırımları ile küresel pozisyonunu güçlendirmeyi sürdürüyor" dedi.

Yılın ilk 9 ayında 4.2 milyar TL'lik yatırım yaptık. Yatırımlarımıza kararlılıkla devam ederken, bizi güçlü kılacak küresel stratejik adımlara önem vermeyi sürdürüyoruz."

"TÜPRAŞ SATIŞ TONAJINI GEÇTİĞİMİZ YILA KIYASLA YÜZDE 8 ARTIRDI."

Yılın ilk dokuz ayında zayıflayan uluslararası rafineri marjlarına karşın, Tüpraş'ın 3.2 milyar dolar yatırımla hayata geçen Fuel Oil Dönüşüm Tesisi ile tam kapasite üretim gerçekleştirdiğini vurgulayan Levent Çakıroğlu, "Tüpraş satış tonajını güçlü talebin de etkisiyle geçtiğimiz yıla kıyasla yüzde 8 artırdı. Özellikle motorin satışlarında yüzde 15 artış gerçekleştiren Tüpraş, Türkiye motorin pazarındaki payını yüzde 48'e çıkardı. Güçlü iç talepten olumlu etkilenen diğer bir şirketimiz Opet oldu. Bu dönemde Opet, istasyon yatırımları ile büyümeye devam ederek kârlılığını artırdı. LPG pazarının lideri Aygaz Grubu ise, tüplü gazda yüzde 43'lük, otopazda ise yüzde 25'lik pazar payını korumayı başardı" diye konuştu.

"YAPI KREDİ KÂRLILIĞINI ARTIRIRKEN, SAĞLAM LİKİDİTESİNİ KORUYOR"

Bankacılık sektöründe ise Yapı Kredi'nin, yılın ilk dokuz aylık döneminde kârlılığında artış sağlarken; sermaye yeterliliğini güçlendirdiğine ve sağlam likiditesini koruduğuna dikkat çeken Levent Çakıroğlu, "Yapı Kredi'nin BDDK konsolide net kârı yılın ilk dokuz ayında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 86'lık artışla 2.363 milyon TL olurken, ortalama maddi özkaynak kârlılığı 540 baz puan artarak yüzde 14 seviyesine yükseldi. Bu dönemde Banka; artan kârlılık, sermayenin etkili kullanımı ve Mart ayında ihraç edilen sermaye benzeri kredi sayesinde sermaye yeterlilik rasyosunu güçlendirdi. Ayrıca Yapı Kredi yılın üçüncü çeyreğinde proje finansmanı alanında başarılı çalışmalarına devam etti ve Ülkemizin büyümesini sağlayacak altyapı projelerine finansman desteği sağladı" dedi.

SERMAYE PİYASALARININ GÜÇLÜ OYUNCUSU: KOÇ HOLDİNG

KOÇ HOLDİNG, MART 2016'DA YAPTIĞI YURTDIŞI TAHVİL İHRACIYLA, TÜRKİYE SERMAYE PİYASALARI BİRLİĞİ (TSPB) TARAFINDAN VERİLEN SERMAYE PİYASALARI ÖDÜLLERİNDE "REEL SEKTÖR YURTDIŞI EN BÜYÜK İHRAÇÇI" ÖDÜLÜNÜ ALDI.



Yönetim Kurulu
Başkan Vekili
Ali Y. Koç 'reel
sektördeki
yurtdışı en
büyük ihraççı'
ödülünü
Cumhurbaşkanı
Recep Tayyip
Erdoğan'dan
aldı.



Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği (TSPB) tarafından, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) ve Borsa İstanbul'un yönlendirmeleri ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımıyla gerçekleşen Sermaye Piyasaları Kongresi'nde Koç Holding, 2016 yılında "reel sektördeki yurtdışı en büyük ihraççı" ödülüne layık görüldü. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, ödülü Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'dan aldı.

KOÇ HOLDİNG 750 MİLYON DOLAR TUTARINDA EUROBOND İHRACINI BAŞARIYLA GERÇEKLEŞTİRDİ.

Sermaye piyasalarının güçlü oyuncusu Koç Topluluğu'nun 12 halka açık şirketinden biri olan Koç Holding, Mart 2016'da, yurtdışı yatırımcılara satılmak üzere 750 milyon dolar tutarında Eurobond ihracını başarıyla gerçekleştirdi. Yedi yıl vadeli ve yüzde 5,250 kupon faiz oranı ile gerçekleştiren ihraçta BNP Paribas, Citigroup, HSBC, J.P. Morgan gibi önemli kurumlar aracılık etti.

2015 yılsonu itibarıyla Koç Topluluğu'nun halka açık şirketlerinin toplam payları Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin toplam piyasa değerinin yüzde 18'ini oluşturuyor. Bu konumuyla sermaye piyasasındaki güçlü konumu koruyan

Koç Holding'in, kredi derecelendirme kuruluşlarından yüksek notu bulunuyor. Koç Holding Moody's'den Baa3, S&P'den BBB- notuna sahip.

CUMHURBAŞKANI RECEP TAYYİP ERDOĞAN: "TÜRKİYE'NİN YATIRIMA İHTİYACI VAR"

Kongrede bir konuşma yapan Cumhurbaşkanı Erdoğan, Türkiye'nin yatırıma ihtiyacı olduğuna buna karşın faizlerin çok yüksek olduğuna dikkat çekti. Cumhurbaşkanı, büyük altyapı yatırımlarının sadece kamu kaynaklarıyla yapılabilmesinin mümkün olmadığını, özellikle finansman konusunda mutlaka özel sektörün devreye sokulması gerektiğini ifade etti. Konuşmasında ayrıca dünya üzerindeki yüksek borçlanmaya dikkat çeken Erdoğan, "Aşırı borçlanma ve faiz baskısı tüm dünyayı inim inim inletiyor, dersem yeridir. Mesela Avrupa Birliği ülkeleri arasında bu bakımdan Maastricht Kriterleri'ne uyan sadece artık 2-3 ülke kaldı. Hepsi borç batağında. Durumlar hiç iyi değil. Biz Türkiye olarak 2003'te göreve geldiğimizde yüzde 76 olan kamu borcunun milli gelire oranını yüzde 32'ye kadar düşürdük. Türkiye çok başarılı. Aynı şekilde faiz giderlerinin gayri safi yurt içi hasılamıza oranını yüzde 15 düzeyinden yüzde 3'ün altına kadar indirdik. Daha da bunu aşağıya çekeceğiz" dedi.

MUSTAFA V. KOÇ'UN ANISINA LİDERLİK ÖDÜLÜ

TÜRK-AMERİKAN İŞ KONSEYİ (ATC) İLE TÜRKİYE-ABD İŞ KONSEYİ (TAİK) TARAFINDAN HER YIL WASHINGTON'DA DÜZENLENEN TOPLANTILARDA BU YIL İLK KEZ "MUSTAFA V. KOÇ LİDERLİK" ÖDÜLÜ VERİLDİ.



Bu yıl 25.'si gerçekleşen ATC-TAİK Washington toplantısı geçtiğimiz günlerde yapıldı. Türkiye ve dünyadan önde gelen işadamları ve yöneticilerinin katıldığı toplantılarda her yıl Mustafa V. Koç adına 'liderlik' ödülü verildi. Bu yıl ilk kez verilen ödülün sahibi Comodo CEO'su Melih Abdulhayağlu oldu. Abdulhayağlu'na ödülünü Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Caroline N. Koç verdi.

Ödülün ardından bir konuşma yapan Melih Abdulhayağlu: "Mustafa V. Koç'un da bize verdiği ilhamla sadece Türk-ABD ilişkilerinin canlanmasına değil, Türk pazarının dünya pazarlarıyla buluşmasına katkı sağla-

dık, sağlamaya devam edeceğiz" dedi. Türk-Amerikan Konseyi Başkanı ve CEO'su Howard G. Beasey ise "Mustafa V. Koç Liderlik Ödülü'nün Türk iş dünyasının gerçek ilham kaynağı ve lideri Mustafa V. Koç adına verildiğini söyledi.

TAİK Başkanı Ekim Alptekin de, bir teknoloji şirketi olarak yüksek kalitede hizmet sağlayan Comodo'nun dünyanın dört bir yanında durmaksızın gerçekleştirdiği Ar-Ge yatırımlarıyla Mustafa V. Koç'un girişimci vizyonunu yaşattığını söyledi. Alptekin, Comodo'nun çalışmalarının Türk-Amerikan ilişkilerinde rol model olduğuna da vurgu yaptı.

HEM ÜRETİMİN HEM DE İHRACATIN LİDERİ TOFAŞ!

TOFAŞ, EYLÜL AYI SONUNDA HEM ÜRETİM HEM DE İHRACATTA SON YILLARIN EN YÜKSEK SEVİYESİNE ULAŞARAK TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE ZİRVEYE ADINI YAZDIRMAYI BAŞARDI.

Türkiye'de otomotiv üretimi Ocak-Eylül 2016 döneminde geçen seneye oranla yüzde 6 artıp 1 milyon adedi geçerken, Tofaş 2016 yılının ilk 9 ayı sonunda toplam üretimini geçen yıla göre yüzde % 35 arttırarak 265 bin adetlik toplam üretimle Türk otomotiv sektöründe birinciliğe yükseldi. Fiat Egea model ailesinin yarattığı pozitif etkiyle 2016 Ocak – Eylül döneminde geçen yıl aynı döneme göre

% 55'lik bir artışla 195 bin adetlik ihracat gerçekleştiren Tofaş, aynı zamanda bugün sektör ihracatında zirveye ulaşan kuruluş olarak ayrıca ön plana çıkıyor. Toplam 1 milyar doları aşan yatırımla hayata geçen Fiat Egea ile global etki alanını her geçen gün arttıran ve sektörün gücünü katlayan Tofaş, 2016 yılını üretim ve ihracat lideri olarak kapatmayı hedefliyor.

Fiat Doblo ve Minicargo (Fiat Fiorino) modelleri ile global arenada kendine yer açan Tofaş, kısa sürede çok büyük ivme kazanan Egea ile üretim ve ihracat performansı ile Türk otomotiv sanayisinde liderliğe ulaştı. Türkiye'de toplam otomotiv üretimi Ocak Eylül döneminde 2015'e oranla yüzde 6 artarken, Tofaş'ın üretimi bu yılın aynı döneminde yüzde 35 oranında artış gösterdi. Tofaş üretimindeki bu performansı ile üçüncü sıradan ilk sıraya yükselme başarısı gösterdi. Global pazarlardaki en önemli kozlarından Fiat

Egea rüzgârı ile yılın 3'üncü çeyreğini de ihracatta rekorla tamamlayan Tofaş, böylelikle geçen yılın aynı döneminde 4'üncü sırada yer alırken bugün sektör liderliğine yükselmiş oldu. Sektör ihracatı ilk 9 ayda geçen yıla göre % 13 yükselirken Tofaş, %55'lik bir artışla 195 bin 552 adetlik ihracat gerçekleştirdi.

Tofaş CEO'su Cengiz Erol, Tofaş'ın küresel ürün geliştirme yönünde attığı önemli ve heyecanlı adımlardan biri olan Egea model ailesinin de başarısı ile sektörün itici gücü haline geldiklerine dikkat çekerek "Tofaş olarak 2016 yılına zaten çok iyi başladık. Yeni yatırımlarımızla birlikte sektör ortalaması üzerinde performans sergiliyoruz... Bugün itibarıyla hem üretimde hem de ihracatta lider pozisyondayız. Türkiye otomobil sanayinin büyümesinde önemli boyutlarda etki ediyoruz. Türk otomotiv sektörünün Tofaş'ın liderliğinde büyümesinden gurur duyuyoruz" diye konuştu.

ARÇELİK, YETKİLİ SATICILARI İLE ANTALYA'DA BİR ARAYA GELDİ

KOÇ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI VE ARÇELİK YÖNETİM KURULU BAŞKAN VEKİLİ ÖMER M. KOÇ, "TÜRKİYE'NİN TARTIŞMASIZ LİDERİ ARÇELİK, BUGÜN DÜNYANIN ÖNDE GELEN BEYAZ EŞYA ÜRETİCİLERİNDEN BİRİ, GLOBAL YATIRIMLARIYLA DA ÜLKEMİZİ EN İYİ ŞEKİLDE TEMSİL EDİYOR. EMİNİM Kİ ARÇELİK, ÜLKE SINIRLARINI AŞAN YATIRIMLARIYLA HEPİMİZİ GURURLANDIRMAYA DEVAM EDECEK" DEDİ.



Ev teknolojilerinin lider şirketi Arçelik A.Ş., Türkiye'nin dört bir yanındaki Arçelik yetkili satıcıları ile Antalya'da bir araya geldi.

1300'ü aşkın bayinin katılımıyla gerçekleştirilen Arçelik Yetkili Satıcılar Toplantısı'na; Koç Holding Şeref Başkanı ve Arçelik Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve Arçelik Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ömer M. Koç, Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Ebiçlioğlu, Arçelik A.Ş. Genel Müdürü Hakan Bulgurlu katıldı. Toplantının düzenlendiği Kaya Palazzo Golf Resort'a Arçelik'in yeni konsept mağazasının bir örneği kurulurken, katılımcılar yeni bir perakende deneyimini yaşama fırsatı buldu.

"ARÇELİK, ÜLKE SINIRLARINI AŞAN YATIRIMLARIYLA HEPİMİZİ GURURLANDIRMAYA DEVAM EDECEK"

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç, toplantıdaki konuşmasında Koç Topluluğu'nun elde ettiği başarılı sonuçlarda Arçelik'in çok önemli bir yeri olduğunu söyledi. Ömer M. Koç: "Topluluğumuzun gözbebeği Arçelik; bu yıl da performansını artırmaya devam etti. İlk yarıyılıda 7,5 milyar lira konsolide ciro elde eden şirketimiz; hem yurtiçinde hem de yurtdışında satışlarını %20 artır-

dı. Türkiye'nin tartışmasız lideri Arçelik bugün dünyanın önde gelen beyaz eşya üreticilerinden biri" diye konuştu.

Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Ebiçlioğlu yaptığı konuşmada dünya beyaz eşya pazarının, yaklaşık 500 milyon adet ürün satışı ile 180 milyar dolar büyüklüğe ulaştığını, sektörün son 10 yılda, global ekonomik büyümeye paralel, yılda ortalama yüzde 3 büyüdüğünü söyledi. Ebiçlioğlu: "Son birkaç yıldır sektörümüzdeki konsolidasyonun hızı arttı. Önemli satın alma ve birleşmeler gerçekleşti. Global rekabet daha da keskinleşti. Avrupa ve CIS pazarı en büyük pazar olma özelliğini hala korurken Asya - Pasifik pazarı önemli ölçüde büyüdü. Sektörümüzdeki Asyalı şirketler güç kazandı. Türkiye ise, güçlenen yan sanayi ile birlikte Avrupa'nın beyaz eşya üretim üssü olma konumunu elde etti" dedi.

Arçelik A.Ş. Genel Müdürü Hakan Bulgurlu konuşmasında, "Dünyamız ve sektörümüz büyük bir dönüşümden geçiyor. Biz de Arçelik A.Ş. olarak küresel üretim gücümüz, teknolojimiz, tasarım ve perakende anlayışımız, yetkili satıcılarımızla kurduğumuz güçlü bağın desteğiyle fark yaratıyoruz. Ortak hedefimiz Arçelik'i çok güçlü bir marka haline getirmek ve birlikte geleceğin Arçelik'ini yaratmak. Birlikte yeni yüksek hedeflerimize ulaşacağız" dedi.

ARÇELİK, LG İLE ORTAKLIK ANLAŞMASINI UZATTI

ARÇELİK, LG İLE OLAN ORTAKLIK SÖZLEŞMESİNİ 31 ARALIK 2023 TARİHİNE KADAR UZATTIĞINI AÇIKLADI. YENİ ORTAKLIK DÖNEMİNDE, ARÇELİK-LG KLİMA SANAYİ VE TİCARET A.Ş. MEVCUT DURUMDA ÜRETİLEN EV TİPİ KLİMALARA İLAVE OLARAK TİCARİ KLİMA DA ÜRETECEK.



Arçelik-LG yönetimi ve faaliyetlerine ilişkin olarak 31 Aralık 2023 tarihine kadar geçerli olmak üzere Arçelik, Koç Holding ve LG Electronics Inc. arasında yeni bir ortaklık sözleşmesi imzalandı. Arçelik-LG, yeni dönemde mevcut durumda üretilen ev tipi klimalara (RAC) ek olarak ticari klima da (CAC) üretecek.

Konuyla ilgili açıklama yapan Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Ebiçlioğlu, Arçelik'in stratejilerini hayata geçirirken, büyüme ve gelişim odağı doğrultusunda hareket ettiklerini vurguladı. Ebiçlioğlu, Arçelik olarak teknoloji ve pazar kaynaklarının paylaşılması ile know-how transferi, yeni teknolojiler yaratabilme imkanı, efektif kapasite kullanımı, esneklik ve optimum seviyede risk yönetimi, ilave ürün-pazar-dağıtım kanalı çeşitliliği gibi ek katma değer ve

sinerji yaratma potansiyeli barındıran stratejik işbirlikleri geliştirmeyi önemsettiklerini söyledi.

Arçelik Genel Müdürü Hakan Bulgurlu ise şunları ifade etti: "Arçelik-LG'nin yönetimi ve faaliyetlerine ilişkin, bu işbirliğini devam ettirecek, hatta daha da kuvvetlendirecek yeni bir ortaklık sözleşmesi imzaladık. Yapılacak yatırım ile yeni dönemde Arçelik-LG, mevcut durumda üretilen ev tipi klimalara ilave olarak, büyümesi öngörülen ticari klima pazarına uygun ürünler de üretecek. Böylece, şirket Türkiye pazarında artan talebi karşılamanın yanı sıra, yurt dışında belli bölgelerdeki inşaat projelerine de ürün sağlayacak. Ayrıca, Arçelik Türkiye pazarında tek üniteli hafif ticari klimalar dışındaki LG markalı ticari ürünleri de münhasır olarak satacak."

YAPI KREDİ BİR KEZ DAHA "TÜRKİYE'NİN EN İYİ NAKİT YÖNETİMİ BANKASI" SEÇİLDİ

Yapı Kredi, dünyanın önde gelen bankacılık ve finans dergilerinden Euromoney'nin Nakit Yönetimi Müşteri Araştırması 2016 kapsamında, "Nakit Yönetiminde Türkiye'nin En İyi Bankası" seçildi. Geçen sene de aynı ödülle layık görülen Yapı Kredi, bu ödülle birlikte bu alandaki başarısını bir kez daha kanıtlamış oldu.

Yapı Kredi Kurumsal ve Ticari Bankacılık Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Feza Tan, farklı ölçekteki tüm müşterilerinin ödeme ve tahsilat işlemlerinde, sundukları özel çözümler neticesinde fark yaratıklarını belirtirken şu değerlendirmede bulundu: "Dünya genelinde nakit yönetim pazarını incelemek adına 32 binden fazla

katılımcıyla gerçekleştirilen Euromoney Nakit Yönetimi Araştırması, bu alanda dünyanın en kapsamlı ve güvenilir araştırması olarak kabul ediliyor. Bu prestijli araştırmada üst üste ikinci kez 'En İyi' seçilmek bizler için hem gurur verici hem de işimizi daha da iyi yapmak için motive edici. Uzman kadromuz ve müşteri odaklı yaklaşımımızla firmaların iş süreçlerini en iyi şekilde yönetmelerine ve nakit akışlarını düzenlemelerine destek olmaya devam ediyoruz. Tahsilat ve ödeme işlemlerinde müşterilerimizin operasyonel yüklerini, maliyetlerini azaltmalarını amaçlıyor, dijital çözümleri de içeren ürünlerimizle firmaların işlem hızlarını ve verimliliklerini artırmaya çalışıyoruz." dedi.

3. ZER ÇÖZÜM ORTAKLARI ZİRVESİ “ÇÖZÜMÜMÜZ ORTAK” TEMASIYLA GERÇEKLEŞTİRİLDİ.

KOÇ TOPLULUĞU ŞİRKETLERİ ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİNİN YANI SIRA, 230 İŞ ORTAĞININ KATILDIĞI ZER ÇÖZÜM ORTAKLARI ZİRVESİ'NDE YAPILAN KONUŞMA VE SUNUMLARIN ARDINDAN, “İŞ BİRLİĞİNDE 10. YIL”, “YÜKSEK PERFORMANS İLE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ” VE “İNOVASYON” KATEGORİLERİNDE PLAKETLER KAZANANLARINA TAKDİM EDİLDİ.

ZER ÇÖZÜM ORTAKLARI ZİRVESİNDE ÖDÜL ALANLAR

İşbirliğinde 10. Yıl Ödülü Alan Çözüm Ortaklarımız

- ✓ Akçay Yayın Dağıtım
- ✓ Aras Kargo
- ✓ İndeks Medya
- ✓ Levent Ofset
- ✓ Mindshare Medya
- ✓ Oluşur Basım
- ✓ Om-Ar Tekstil
- ✓ Öz İkizler Taşımacılık
- ✓ Sistem Serigrafi Matbaa
- ✓ Toktan Ofset
- ✓ Umur Basım
- ✓ Vatan Ofset

Yüksek Performans ile Müşteri Memnuniyeti Ödülü Alan Çözüm Ortaklarımız

- ✓ Baysan Bayrak
- ✓ Birka Reklam
- ✓ Efe Tekstil
- ✓ Elazığ Yeni İş Nakliyat
- ✓ Nida Turizm Seyahat
- ✓ Orkun Nakliyat
- ✓ Gemlik Taşıyıcılar Kooperatifi
- ✓ Eskişehir Taşıyıcılar Kooperatifi
- ✓ Temizmiş Matbaacılık
- ✓ Tepe Savunma Ve Güvenlik

İnovasyon Ödülü Alan Çözüm Ortaklarımız

- ✓ Borusan Lojistik
- ✓ İss Tesis Yönetim Hizmetleri
- ✓ Modern Ambalaj
- ✓ Still Arser



Zirve bu sene “Çözümümüz Ortak” temasıyla 26 Ekim 2016 tarihinde Fenerbahçe Faruk Ilgaz Tesisleri'nde gerçekleştirildi. Zirveye Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Cenk Çimen ve Koç Topluluğu Şirketleri üst düzey yöneticilerinin yanı sıra, pazarlama, lojistik, malzeme ve hizmet sektörlerini temsilen, yüksek iş hacmine sahip 230 çözüm ortağı katılım gösterdi.

Zirvenin açılış konuşmasında Management Centre Türkiye CEO'su Tanyer Sönmezer, çarpıcı örnekler eşliğinde yeni teknolojik trendlerden ve dünyayı nasıl etkilediklerinden bahsetti.

Sönmezer'in ardından söz alan Zer Merkezi Hizmetler Genel Müdürü Aykut Özün, Zer'in güncel stratejileri ve projeleri hakkında bilgi verdi. Zer'in yeni e-ticaret sitesi Ekozer ile çözüm ortaklarının kendi satın almalarını Koç grubu güvencesi ile yapabileceklerini hatırlatan Özün, yenilenen özellikleri ile Promena satınalma platformunun çözüm ortakları tarafından 1 ay boyunca ücretsiz olarak kullanılabileceğini paylaştı. Aykut Özün sunumunda mobil uygulama çözümü olan “Araç İste” ye de yer verdi. Özün bu uygulamanın dışında, rota ve seyir hızı takibi ile güvenli bir seyahat imkanı sağlayan ayrıca araç doluluk oranı ve rota optimizasyonu

ile maliyet avantajı da yaratan persönel taşıma projesinden bahsetti. Aykut Özün, çözüm ortaklarına vadesinden önce tahsilat seçeneği sunan Tedarikçi Finansman Sistemi hakkında konuşmasıyla sunumunu bitirdi.

Zirve, Finans Danışmanı Ali Ağaoğlu'nun “Ekonomik Değerlendirmeler ve 2017 Beklentileri” başlıklı sunumuyla devam etti. Sunumunda 2016-2017 dönemi özelinde ekonomi ve döviz kurları ile ilgili öngörüler, potansiyel avantajlar ve risklere yer veren Ağaoğlu, “Dijital Doğalar” olarak adlandırıldığı yeni kuşağın öneminden de bahsetti.

Son olarak söz alan Nöro-Sağlık Araştırmaları ve Uygulama Merkezi'nin kurucusu Uzman Doktor Kerem Dündar'ın “Yeni Dünyada Beynin Halleri” konulu konuşmasında modern dünyanın insanları daha akıllı değil daha zeki yaptığını, kuşak çatışmalarının da bundan kaynaklandığını belirtti.

Zirve'de bu yıl 3 kategoride ödüller verildi. Ödül plaketleri Sayın Cenk Çimen ve Aykut Özün tarafından takdim edildi. Aykut Özün, önümüzdeki sene bu 3 kategoriye ek olarak “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ödülü” kategorisinde de bir ödül verileceğini açıkladı. Etkinlik, düzenlenen kokteyl ile sona erdi.

ZİRVENİN ARDINDAN...

Zirve sonrasında yapılan anket ile katılımcılarımızın zirveyle ilgili değerlendirmeleri alındı. Yapılan bu ankete göre çözüm ortaklarımızın %94'ünün zirveden memnun ayrıldıklarını görüldü. Aldığımız geri dönüşler arasından öne çıkanlarına aşağıda yer verdik:

“Zirve, uzmanlaştığımız alanda kalıcı olabilmemiz için teknoloji kullanımını inovatif farklılaşmalarla sürekli gelişim halinde tutmamız gerektiğini hissettirdi.”

“Süper bir toplantı, şimdiye kadar gördüklerimin en iyisi diyebilirim, konuşmacılar çok başarılı, şahsım ve çevremde birçok katılımcı yerimizden kalkmadan zevkle takip ettik.”

“Her şey tam anlamıyla düşünülmüş. Değinilmesi gereken her konuya kararında değinildi. Çok keyifli vakit geçirdik, günün nasıl geçtiğini anlamadık.”

DETAY

14-30



14

RÖPORTAJ

Küresel Vizyona Sahip
Sektörünün Yenilikçi
Şirketi, Arçelik

22

MERCEK

İnventram'a Japon
Teknoloji Devinden
Büyük Yatırım

24

MERCEK

Türk İslam Sanatına
Büyük Destek

28

ANALİZ

Türkiye 2019 Yılında
Yüzde 5 Büyüme
Hedefliyor



KÜRESEL VİZYONA SAHİP SEKTÖRÜNÜN YENİLİKÇİ ŞİRKETİ ARÇELİK

KOÇ TOPLULUĞU'NUN KÜRESEL VİZYONUNA ÖNEMLİ KATKI SAĞLAYAN ARÇELİK, UZUN YILLARDAN BU YANA YURT DIŞI YATIRIMLARA ODAKLANMIŞ DURUMDA... BU YATIRIMLARIN NETİCESİNDE, GÜÇLÜ GLOBAL BİR OYUNCU OLMA HEDEFİ İLE İLERLEYEN ŞİRKET, ULUSLARARASI YAYGINLIĞINI HIZLA ARTIRIYOR.

Geçtiğimiz sene, 60.yılıni kutlayan Arçelik, Türkiye’de pek çok alanda pazar liderliğini korumaya, markalarıyla zorlu uluslararası pazarlarda konumunu güçlendirmeye ve hız kesmeyen Ar-Ge ve inovasyon yatırımları ile yüksek teknolojlili ürünler üretmeye devam ediyor. Türkiye’nin global alanda en yaygın şekilde faaliyet gösteren şirketi olan Arçelik, yeni pazarlara yaptığı yatırımlarla büyümesini sürdürüyor. Şirket; Tayland’da kurduğu üretim tesisinin faaliyete geçmesinin ardından, Malezya, Vietnam ve Endonezya’da kurduğu satış pazarlama şirketleri ile ASEAN bölgesel yatırımını kuvvetlendirdi. ABD’de kurduğu satış-pazarlama şirketi ile faaliyet alanındaki yeni bir coğrafyada işlerini yaygınlaştırdı. Pakistan’da yapılan satınalma ile birlikte gelişmekte olan pazarlara yönelik önemli bir stratejik adım daha gerçekleştirdi.

Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Ebiçlioğlu; önümüzdeki dönem Şirketin global stratejisine uygun farklı coğrafyalardaki yeni fırsatları değerlendireceklerini belirtiyor. Türkiye’nin dayanıklı tüketim sektöründe büyük bir üretim üssü haline geldiğini de vurgulayan Ebiçlioğlu; yüksek teknolojlili ürünler pazarından, yeni fırsatlara, Arçelik’in Türkiye’de yeni yapılanmasından insan kaynağına kadar pek çok konuyu Bizden Haberler Dergisi’ne anlattı.

Dayanıklı tüketim ürünleri sektörünün Türkiye ekonomisindeki yerini nasıl değerlendiriyorsunuz? Hem sektör genelinde hem de Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu özelinde 2016 yılını değerlendirir misiniz?

Faaliyette bulunduğumuz dayanıklı tüketim sektörünü geniş perspektifte değerlendirdiğimizde; dünya beyaz eşya pazarı son 10 yılda küresel GSYİH büyümesine paralel, yılda ortalama yüzde 3 büyüdü ve yaklaşık 500 milyon adet ürün satışı ile 180 milyar dolar büyüklüğe ulaştı. Bununla birlikte, dünyada yaşanan demografik, makro-ekonomik ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle sektörümüzün büyük bir dönüşüm içinde olduğunu görüyoruz. Dünya beyaz eşya üretimi artan şehirleşme, büyüyen orta sınıf ve dünyada yaşanan dijital devrim ile iç piyasalarında yüksek talep potansiyeline sahip olan ve yenilikçi, kaliteli ürünleri rekabetçi fiyata üretebilir hale gelen gelişmekte olan ekonomilerde yaygınlaşıyor ve yükselen bu ekonomiler sektörde önemli konuma ulaşıyorlar. Örneğin, Asya Pasifik pazarı son 10 yılda olağanüstü seviyede büyürken, Asyalı şirketler güç kazandı. Son birkaç yıldır sektörümüzdeki konsolidasyonun hızı arttı. Uzakdoğulu rakiplerimiz önemli satın alma ve birleşmeler gerçekleştirdi. Global rekabet daha da keskinleşti. Ana

pazarlara baktığımızda; Amerika pazarı çok az büyüme kaydederken, Avrupa pazarı Euro/Dolar paritesindeki dalgalanmalar sebebiyle küçüldü.

Türkiye’ye gelince kısaca içinde bulunduğumuz ekonomik konjonktürü hatırlamakta fayda var. Türkiye ekonomisi yılın ilk çeyreğinde ciddi bir büyüme gerçekleştirdi. İkinci çeyrekte ise bu büyümenin biraz ivme kaybettiğini görüyoruz. 15 Temmuz’da yaşanan darbe girişiminin de etkisiyle, yılın geri kalanı için ekonomik büyümede bir miktar daha yavaşlama bekliyoruz. Ama yine de 2016 yılını yüzde 3’ün üzerinde bir büyüme ile tamamlamayı öngörüyoruz.

Böyle bir atmosferde, Türkiye beyaz eşya sektörünün süregelen konumunu ve Topluluğumuzun performansını dikkate alırsak; sektörün son derece pozitif bir tablo çizdiğini söyleyebiliriz.

Türkiye’de Ar-Ge ve teknoloji yatırımlarına ağırlık veren güçlü üretici şirketler ve gelişen yardımcı sanayilerin oluşturduğu ekosistem ile birlikte; Ülkemiz Çin’den sonra dünyanın en büyük ikinci ve Avrupa’nın ise lider beyaz eşya üretim üssü haline geldi. Türkiye beyaz eşya üretimi 2010-2015 döneminde yıllık ortalama yüzde 6 büyüyerek 25 milyon adede ulaştı. Sektörün toplam cirosu 30 milyar TL’yi aştı. Ana sanayi ve yan sanayi işbirlikleri ile birlikte, Türkiye beyaz eşya konusunda teknoloji ihraç eden bir ülke konumuna geldi. Sektörde, toplam üretimin %70’den fazlasına denk gelen 18 milyon adet beyaz eşyayı yaklaşık 150 ülkeye ihracat yapma kapasitesine ulaştı.

Böylece küresel endüstrideki konumunun yanı sıra ülkemiz beyaz eşya sektörü; gelişen teknoloji, her geçen gün artan üretimi, sağladığı ihracat geliri ve bunlara bağlı olarak genişleyen yan sanayi, servis bayi ağları ve istihdam imkânları açısından, Türk ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında yer alıyor. Yerli ve yabancı sermayeli olmak üzere sektörde 50’nin üzerinde orta ölçekli imalatçı ve büyük üreticilerin yanı sıra, 500’ün üzerinde yan sanayi faaliyet gösteriyor. Beyaz eşya sektörü doğrudan 40.000 yan sanayi ve tedarikçileri ile birlikte yaklaşık 100.000 kişiye istihdam sağlıyor.

EMEA Bölgesi’nin en büyük 3 beyaz eşya şirketinden biri olan Arçelik, bu alanda yapmış olduğu yatırımlarla Türkiye’de sektörün belli bir seviyeye gelmesinde büyük bir rol üstlendi.

Bununla birlikte, sektörü teknoloji tarafıyla değerlendirmek gerekiyor. Türkiye’nin şu an ihracatı yıllık olarak ortalama 150 milyar dolar seviyelerinde... Bunun üzerinde olduğumuz ya da gerisinde

FATİH EBIÇLIOĞLU RÖPORTAJINDAN ÖNE ÇIKANLAR



TÜRKİYE HALA YÜKSEK POTANSİYELİ OLAN BİR PAZAR!

Sektörde varlık gösteren ve üretim yapan küresel şirketler açısından Türkiye’nin halihazırda çok cazip bir pazar olduğunu ve önümüzdeki dönemde de değişen demografik yapısı, büyüyen genç nüfusu ve ekonomik gelişmesine paralel olarak dayanıklı tüketim sektöründe dünya pazarlarından ayrılan bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu söyleyebiliriz.



ARÇELİK’İN EN GÜÇLÜ YANI

Geçtiğimiz sene, 60. yılını kutlayan Arçelik, güçlü ve vizyoner liderlik ekibi ve oldukça donanımlı insan kaynağına sahip bir şirket... Farklı ülkelerde iş yapma bilgisi ve becerisi ile değişen pazar koşullarına uyum gösterebilen ve ihtiyaçlara göre kendini yenileyebilen bu ekibin Arçelik’in en büyük şansı olduğunu düşünüyorum.



EMEA Bölgesi'nin en büyük 3 beyaz eşya şirketinden biri olan Arçelik, bu alanda yapmış olduğu yatırımlarla Türkiye'de sektörün belli bir seviyeye gelmesinde büyük bir rol üstlendi.



kaldığımız yıllar oldu. Ancak temel bir sorunu-muz var: Yüksek teknolojlili ürünler ihraç eden bir ülke konumunda değiliz. Toplam ihracatımızın sadece yüzde 4'ü yüksek teknolojlili ürünlerden oluşuyor. Beyaz eşya sektörü ise orta yüksek teknolojlili ürünleri ihraç eden bir sektör. Ancak Arçelik son dönemlerde sektöründe farklılaşarak, özellikle yüksek teknoloji gerektiren ürünleri üretme ve bunları ihraç etme kapasitesine erişti.

2016 yılında Türkiye beyaz eşya sektöründe yüzde 5'lik bir büyüme söz konusu. Bu büyüme-nin önümüzdeki dönemde de devam edeceğini düşünüyoruz. Şirketimiz, 2016 yılında da sektördeki trendleri, gelişimi ve büyümeyi belirleyici rol oynamayı sürdürüyor.

Türkiye'de çok özgün, benzersiz yapıda bir bayi teşkilatımız ve satış sonrası servis hizmetimiz var. Bunlar bize çok büyük avantaj sağlıyor. Türkiye'de 3. çeyrek dahil ürün montajlarımızın geçen senenin üzerinde olduğunu görüyoruz. Dolayısıyla bizi gerçekten heyecanlandıran, mutlu eden ve gelecek için umutlandıran iş neticeleri elde ediyoruz.

2016 yılını değerlendirdiğimizde, büyümemizi sürdürdüğümüz ve sektörümüzde global konumumuzu güçlendirdiğimiz, Türkiye pazarındaki liderliğimizi ise pekiştirdiğimiz bir yıl geçiriyoruz. Son 5 yıllık dönemde kaydettiğimiz yıllık ortalama yüzde 15'in üzerinde büyüme ile konsolide ciroumuz 14 milyar TL'yi aştı. Güçlü büyüme performansımızı 2016'nın ilk 9 aylık döneminde de sürdürdük. Gerek uluslararası pazarlardaki faaliyetlerimiz gerekse yurt içinde sergilediğimiz

pazar büyümesinin üzerinde satış performansı, konsolide ciro artışımıza önemli katkı sağlıyor.

Nasıl bir 2017 yılı bekliyorsunuz? Özellikle açıklanan tüketici destek paketi sektöre ve dolayısıyla Türkiye ekonomisinin hareketlenmesine nasıl bir katkı sağlayacak?

Dünya ekonomisinin son derece zayıf büyüme gösterdiği bir dönemden geçiyoruz. Gelişmiş ekonomilerdeki kırılganlık, İngiltere'nin AB'den ayrılma kararı, Çin ekonomisindeki yavaşlama ve yavaşlayan dünya ticareti, düşük emtia fiyatları gibi faktörler global büyümeyi baskılıyor. ABD merkez bankasından yıl biterken sınırlı bir faiz artışı bekleniyor. Ana pazarımız Avrupa'da ise çok sınırlı bir ekonomik büyüme var.

Türkiye ve yakın coğrafyamıza baktığımızda; demokrasimizi hedef alan darbe girişimi, sınırımızdaki savaş ve terör olayları, mülteci krizi, kredi notu indirimleri, turist sayısındaki düşüş, asgari ücret ve maliyetlerdeki artış tüm sektörleri olduğu gibi dayanıklı tüketim sektörünü de zorlayan faktörler oldu.

2017 yılı için de global ekonomiye yönelik beklentiler çok pozitif olmamakla birlikte, yurt içinde ve yurt dışında süregelen politik belirsizliklerin ortadan kalkmasını temenni ediyorum.

Bu yılı öngörülenden daha zayıf bir büyüme ile kapatması beklenen Türkiye ekonomisinin, destekleyici makroekonomik politikaların da etkisiyle 2017'de daha olumlu bir tablo sunmasını öngörüyoruz. Hükümetin yeni ekonomik paketinin de iç talebi canlandırarak, sektörümüzü ve işlerimizi

olumlu etkilemesini bekliyoruz. Ayrıca, ihracatı artırmaya yönelik sağlanan teşvikler de bizler için umut verici. Özellikle sektörümüzü yakından ilgilendiren yüksek ve orta yüksek teknoloji ürünlerin ihracatı ile ilgili teşvikler bizleri daha fazla motive edecek, daha çok ihracat yapmaya yönleltecektir.

Her zaman olduğu gibi, önümüzdeki dönemde de dünyadaki ve Türkiye'deki gelişmeleri yakından takip edeceğiz; temkinli olup, riskleri iyi analiz ederek; aynı zamanda daha esnek ve hızlı hareket ederek, fırsatları değerlendireceğiz. Hedeflerimiz doğrultusunda işlerimizi büyütürken, yenilikçi uygulamalarımız ile sektör büyümesine en büyük katkıyı sağlamaya ve ülkemiz için değer yaratmaya devam edeceğiz.

25 milyonluk üretim adedi içerisinde 18 milyonun ihracat olduğunu söylediniz. Bu pay oldukça yüksek... Üreticileri bu denli ciddi bir miktarda ihracata yönelten Türkiye pazarının doygunluğu mu?

Türkiye hala yüksek büyüme potansiyeli olan bir pazar. Büyümeyi etkileyen faktörleri ana hatlarıyla hatırlamakta fayda var. Öncelikle demografik yapıdaki değişim dayanıklı tüketim sektöründe önemli bir parametre. Eskiden daha kalabalık aileler bir arada yaşarken şimdi daha sınırlı sayıda insanın aynı evi paylaştığını görüyoruz. Henüz Batı toplumlarındaki kadar yüksek seviyede olmasa da, nüfus dağılımının ve hane halkı sayısının her yıl gelir seviyesine de bağlı olarak değiştiğini gözlemliyoruz. Örneğin Türkiye'nin nüfusuna benzer olan Almanya'da hane halkı sayısı 40 milyona yakın seviyedeysen, Türkiye'de bu rakam 20 milyon. Bu rakamlar ekonomik gelişmeyle beraber hanelerin içinde yaşayan insan sayısının azalmaya başladığını gösteriyor. Buna ilave olarak, hâlâ Türkiye'nin nüfus artış hızı gelişmiş ülkelere kıyasla daha

yüksek seviyelerde. Nüfus ve ekonomik zenginlik bir arada değerlendirildiğinde, Türkiye hala çok önemli bir pazar.

Ihracat rakamının bu seviyede yüksek olmasında ise; en önemli iki sebep Türkiye'nin coğrafi konumu ve Arçelik şirketimizdir. AB ile gümrük birliği anlaşması yapmış Türkiye, dünya beyaz eşya pazarının neredeyse yüzde ellisi olan EMEA Bölgesi'nin merkezindedir. Arçelik'in küresel yaygınlığını artırmaya paralel olarak güçlenen yan sanayi de, sektör açısından Türkiye'yi bir cazibe merkezi haline dönüştürmüştür. Pazara yakın bir yerde üretim yapabilmek sektörümüzdeki şirketlere çok önemli bir tedarik zinciri, zaman ve maliyet yönetimi avantajı sağlamaktadır. Böyle önemli bir üretim üssünde üretim yapıp, dünya pazarlarına ihracat gerçekleştirebilen şirketler de bu avantajı maksimum seviyede kullanmaya özen gösteriyor. Temel olarak, ihracatın büyümesinin ardında da bu faktörler yer alıyor.

Yüksek teknoloji ürünler konusu ülkemiz için de önemli bir gündem maddesi. Yüksek teknoloji ürünlerin üretilmesi ve ihracatı noktasında Arçelik'in üstlendiği rolü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye toplam ihracatının yüzde 4'ünü yüksek teknoloji ürünlerden elde ediyor. Dolayısıyla Türkiye'nin bu alanda çok güçlü bir alt yapısı olduğunu söylemek mümkün değil.

Türkiye Ar-Ge harcamalarının oranını orta vadede yüzde 2'ler seviyesine çıkarmak hedefinde. Bu dönüşümün gerçekleşmesiyle şüphesiz ekonomiye de pozitif etki yansıtacak. Biz bir yanda 150 milyar dolar ihracattan bahsederken, diğer tarafta 210 milyar dolar civarında bir ithalat gerçekleştiriyoruz. Bunun önemli bir kısmını da yüksek teknoloji ürünlerin ithalatı

60 yıllık tarihinde zorlu koşullarda dahi sergilediği özverili çalışmalar ve kaydettiği başarılar ile dünya beyaz eşya sektöründe önemli bir şirket haline gelen Arçelik; global stratejisi doğrultusunda büyürken güçlü, kârlı pazarları bünyesine katmaya devam ediyor.

GÜÇLÜ İNSAN KAYNAĞIYLA NİCE YILLARA!

Arçelik geçtiğimiz yıl 60. yılını kutladı. Bu konuyla ilgili görüşlerinizi alabilir miyiz?

Şirketimizin her yılı kutlamaya değer. Çünkü her yıl, önceki başarılarımızın üzerine yenilerini ekliyor ve temeli sağlam bir gelişim ve yükselen bir organizasyon inşa ediyoruz. Ve bence en özel tarafımız insan kaynağımız. Güçlü ve vizyoner liderlik ekibi ile birlikte çok donanımlı insan kaynağına sahip bir şirketten bahsediyoruz. Türkiye ekonomisine katkısının yanı sıra, ulaştığı global yaygınlık ile de Türkiye için özel bir yere sahip olan bir şirketten bahsediyoruz. Türkiye'den çıkıp; kendi markası, kendi teknolojisi, kendi insan kaynağıyla bu kadar geniş alanda uluslararası faaliyette bulunan bir şirketimiz yok aslında... Bu yüzden, Arçelik'i tanımlarken şirketin geldiği konumu iyi anlamak lazım.

Birçok önemli pazardaki liderliğimizden bahsettim. Tek tek her ülke açısından değerlendirme yaptığımız

zaman, markalarımızın pek çok pazarda birinci ya da ilk üçte yer aldığını görüyoruz. Koç Topluluğu perspektifinden bakacak olursak, Rahmetli Mustafa Bey, tarafından ortaya konan ve Yönetim Kurulu Başkanımız Ömer Bey tarafından sahiplenerek devam ettirilen Topluluğun uluslararası büyüme vizyonunu hayata geçirme konusunda Arçelik'in, en yüksek potansiyele sahip şirketlerin başında geldiğini düşünüyorum. "Topluluğun amiral gemisi" veya Rahmi Bey'in ifadesi ile "taçtaki pırlanta" tanımlamaları aslında şirketimize olan güveni ortaya koyuyor. Bu bizleri mutlu ediyor ama beraberinde daha büyük bir sorumluluk da yüklüyor. Bu bilinçle çalışmaya devam ediyoruz.

Bu vesile ile 61 yıllık başarı hikayemizin ana fikrini oluşturan başta kurucumuz Vehbi Koç olmak üzere tüm büyüklerimizi saygıyla anıyor, büyük Arçelik ailesinin 61.yılını kutluyorum.

oluşturuyor. Genel olarak Türkiye'nin Ar-Ge konusunda ciddi bir değişim ve dönüşüm-den geçmesi gerekiyor. Uzun vadede eğitim sisteminden başlayıp, birçok konunun yeniden ele alınması gerekiyor. Ancak, özellikle yabancı sermayeyi ülkemize çekerek, cazip iç piyasa koşulları yanı sıra Türkiye'den ihracatı avantajlı kılmak, önemli üreticilerin Türkiye'yi üretim üssü haline getirmesini ve ülkemizde yüksek teknolojlili ürünler üretmelerini sağlamak kısa vadede en iyi çözüm gibi görünüyor.

Bugün Koç Topluluğu'nun pek çok şirketini gerek Ar-Ge Merkezleri, gerekse Patent Ödülleri listelerinde hep üst sıralarda görüyoruz. Türkiye'nin tartışmasız Ar-Ge ve patent şampiyonuyuz. Arçelik, Ülkemizin en çok uluslararası patent başvurusu yapan şirketi ve bu alanda dünyada 78. sırada yer alıyor. Dünyanın önde gelen üniversite, enstitü, start-up şirketlerinin oluşturduğu teknoloji ekosistemine yakın olacak şekilde, Ar-Ge organizasyonumuzu güçlendiriyoruz.

Türkiye, Tayvan, İngiltere ve Portekiz'deki Ar-Ge ağımıza, ABD'de MIT ve Harvard gibi önde gelen üniversitelerin bulunduğu Boston'ı da ekledik. Ayrıca, dünyanın ileri teknoloji şirketlerini bünyesinde barındıran Silikon Vadisi ve Almanya'da, Ar-Ge ve inovasyon birimleri kurmak için seçenekleri araştırıyoruz.

Global Ar-Ge stratejimizin yanı sıra nesnelerin interneti, insan-makine ara yüzü, sensörler, robotik, yapay zeka ve veri analitiği konularındaki yetkinliklerimizi artırmak ve bu yetkinliklerimiz ile kullanıcılarımızın hayatını kolaylaştıran, onlara yeni

RAKAMLARLA ARÇELİK

15
yüzde
2016 yılı ilk 9 ay - Arçelik konsolide ciro artışı

11,6
milyar TL
2016 yılı ilk 9 ay - Arçelik konsolide net satışlar

faydalar sağlayan ürün özellikleri ve iş modelleri geliştirmek öncelikli Ar-Ge konularımız arasında yer alıyor.

Sahip olduğumuz teknoloji, inovasyon becerisi ve pazar bilgisiyle, ürünlerimizi global pazarlarda farklılaştıracak ve aynı zamanda lokal pazarlardaki müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak üstün kaliteli ve yenilikçi ürün ve hizmetler geliştirmeye devam edeceğiz.

Bunun yanı sıra, Şirketimizin "Dünyaya Saygılı Dünyada Saygın" vizyonu doğrultusunda ürünlerimizin çevreye olan etkisini daha da azaltmak stratejik Ar-Ge faaliyetlerimizin içerisinde yer alıyor. Bu konuda uzun yıllardır koruduğumuz sektördeki öncü konumumuzu, kendi sınıfında en az enerji tüketen ve en az su tüketimine sahip ürünlerimize yenilerini ekleyerek sürdüreceğiz.

Stratejik araştırma ve geliştirme alanlarının yanı sıra, Ar-Ge süreçlerimizde de önemli bir değişim yaşıyoruz. Farklı mühendislik disiplinlerinin bir araya gelerek klasik proje yönetimi çerçevesinde gerçekleştirdiği, çok disiplinli Ar-Ge faaliyetlerimizi, günümüzün hızlanan dünyasında kullanıcı geri bildirimleri ile zenginleşen ve her versiyonda daha da gelişen prototip çalışmalarını kapsayan çevik proje yönetim teknikleri ve kurum içi girişimcilik ile beslemekteyiz.

Yapılan çalışmaların doğru şekilde ürüne dönüşmesi ve o dönüşen ürünlerin pazarlara sunulması en büyük iş başarısıdır. Sadece patent almak başlı başına bir başarı değildir. Şirketimizin son yıllarda bu alandaki başarısı da atılan adımların doğru istikamette olduğunu bize gösteriyor.



Arçelik son dönemlerde özellikle yüksek teknoloji gerektiren ürünleri üretme ve bunları ihraç etme kapasitesine erişti.



Türkiye beyaz eşya ve televizyon pazarının lideri Arçelik, Koç Topluluğu'nun küresel vizyonunu ve hedeflerini yansıtan başlıca şirketlerden biri... Bu vizyon ile bugün gelinen noktayı ve hedefte nelerin olduğunu anlatır mısınız?

61 yıllık bir şirketten bahsediyoruz. Şüphesiz bu zaman içerisinde çok önemli adımlar atıldı. Bugün Arçelik küresel alanda önemli bir şirket haline geldi; ve faaliyette bulunduğu coğrafyalardaki eksikliklerini her gün anbean tamamlayarak çalışmalarına devam ediyor.

Küresel alanda 2002 yılından bu yana önemli yatırımlar yaparak büyümeye odaklandık. Bu açıdan ilk büyük satın almamız Romanya'daki Arctic şirketi oldu. Arctic, o tarihte 300 bin adet üretim kapasitesi olan bir şirketten bugün 2,5 milyon adedin üzerinde üretim yapan, Avrupa'nın en büyük buzdolabı üretim şirketi haline geldi. Arçelik, 2004 yılında Grundig markasının yarı yarıya sahibi oldu ve 2008'de de Grundig şirketinin tamamını aldı. 2006 yılında ise Rusya'da başka bir yatırım gerçekleştirdik. Bu yatırımın şu an 10. yılını tamamladık ve hali hazırda Rusya'da buzdolabı ve çamaşır makinası üretimine devam ediyoruz. Ardından 2007 yılında Çin'de çamaşır makinası üretim tesisini satın aldık. 2011 yılında ise Güney Afrika'nın önemli şirketlerinden biri olan Defy'ı bünyemize kattık. Defy şu anda yüzde 41,5 gibi pazar payına sahip ve kârlı olarak büyüyen bir şirket. Son dönemde, önemli bir adım daha attık ve 2015 yılı içerisinde 1 yıldan kısa bir sürede tamamladığımız Tayland yatırımını gerçekleştirdik. Bu yatırımı sadece Tayland'da bir üretim tesisi yapılması olarak değerlendirmemek lazım. 600 milyon nüfusu aşan ve hızla artan orta sınıf alım gücü ile geleceğin potansiyeli olarak görülen Asya Pasifik Bölgesi'ne ürün sunacak bir fabrika kurduk. Bu üretim tesisi 2015 yılı sonu itibarıyla faaliyetine başladı.

2016 yılında, kısa bir süre önce devralma işlemini tamamladığımız, Pakistan yatırımımızı gerçekleştirdik. Pakistan yatırımını anlatırken vurgulamam lazım ki; biz Arçelik olarak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde de iş yapmasını bilen bir şirketiz. Türkiye'de beyaz eşyada lider şirketiz, tüketici elektroniğinde lider şirketiz, iklimlendirme ürün grubunda lider şirketiz. 1990'ların başında faaliyete başladığımız Avrupa'nın en gelişmiş pazarlarından biri olan İngiltere'de Beko markasıyla pazar lideri konumundayız. Sadece adetsel olarak değil, ürünlerimizi hak ettiği fiyattan satabildiğimiz için değer olarak da pazar lideri konumundayız. Polonya'da ise bizim dışımızda hemen hemen herkesin üretim tesisi var ama bu ülkede de pazar liderliğini yakalamış durumdayız.



Bizim büyürken güçlü, kârlı pazarları bünyemize katıyor olmamız gerekiyor. Büyümeye çok açık ve hevesli bir Topluluk olarak, cesaretti adımlar atıyoruz; ancak hiçbir zaman kârlılıktan ödün vermeyi istemiyoruz. Arçelik'in son yıllardaki gelişimine bakarsanız, çok hızlı büyümeler kaydederken, kârlılık rasyolarında da herhangi bir gerileme olmadığını görüyoruz. Buna uygun yatırımlar yapmaya devam ediyoruz. Bu bağlamda da Pakistan yatırımını oldukça önemli buluyoruz.

Tüm bu anlattıklarımı itibarıyla size büyük bir resim çizmeye çalıştım. Çizdiğimiz bu resmi coğrafi olarak gözünüzün önüne getirirseniz eksik kalan tek yer Amerika kıtası. Bu coğrafyada da işlerimizi büyütmek ve genişletmek amacıyla, bu yılın başında ABD'de satış pazarlama şirketimizi kurduk. Ağırlıklı olarak Türkiye'den ihracatla bu pazardaki faaliyetlerimizi desteklemek istiyoruz. Önümüzdeki dönemde bu pazarın ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak yeni ürünleri ürün gamımıza ilave edip, pazardaki faaliyetlerimizi artıracğız.

Stratejilerimizi hayata geçirirken, büyüme ve gelişim odağımız doğrultusunda; teknoloji ve pazar kaynaklarının paylaşılması ile know-how transferi, yeni teknolojiler yaratabilme imkanı, efektif kapasite kullanımı, esneklik ve optimum seviyede risk yönetimi, ilave ürün-pazar-dağıtım kanalı çeşitliliği gibi ek katma değer ve sinerji yaratma potansiyeli barındıran stratejik iş birlikleri geliştirmeyi önemsiyoruz.

17 yılı aşkın süredir devam eden; Türkiye'nin ilk ve en büyük entegre klima fabrikası ve 2,5 milyon adet ev tipi klima üretim kapasitesi ile Yakın Doğu ve Avrupa'nın en büyük klima üretim tesisine sahip Arçelik-LG de stratejik ortaklıklarımızın en iyi örneklerinden biri. Geçtiğimiz

“
Arçelik, Koç Topluluğu'nun global bir dünya şirketi olma vizyonunu destekleyen büyüme odaklı ve cesaretti adımlar atarken, kârlılıktan ödün vermiyor.



Bu zamana kadar olduğu gibi bundan sonra da Türkiye pazarında ayrıcalıklı konumumuzu ve liderliğimizi sürdüreceğiz. Türkiye'nin en büyük dağıtım ve satış sonrası servis organizasyonuna sahibiz. Dünyada perakende sektöründe büyük bir dönüşüm yaşanıyor. Biz de Türkiye'de, dağıtım kanalındaki gücümüzü ve yönetim becerimizi pekiştirmek üzere; dünyadaki modern perakendecilik trendlerine ve uygulamalarına paralel bir perakende dönüşüm sürecine 2008 yılından bu yana öncülük ediyoruz.

Bu sayede; yurt içi operasyonlarımızı da, yurt dışı yönetim stratejilerimize benzer yalınlıkta yönetmeyi; daha etkin, esnek, işlevsel ve odaklı bir yapıya kavuşarak operasyonel verimliliğimizi artırmayı hedefliyoruz.

ARÇELİK'TEN TÜRKİYE'NİN İLK OLED TV'Sİ

Hayatın daha önce yaşamadığın
duygusu ve rengi, derinlerde gizli.

Daha derin siyahta yaşayan daha canlı renkler.
Kusursuz 4K görüntü kalitesi.
Büyüleyici detaylar.

HDR

3D SOUND

WIDE COLOR GAMUT



 **arçelik**

 TV

İNVENTRAM'A JAPON TEKNOLOJİ DEVİNDEN BÜYÜK YATIRIM

KOÇ TOPLULUĞU TEKNOLOJİ YATIRIM ŞİRKETİ İNVENTRAM, DÜNYANIN EN BÜYÜK YATIRIM GRUPLARINDAN MITSUI İLE STRATEJİK ÖNEM TAŞIYAN BİR ORTAKLIK ANLAŞMASINA İMZA ATTİ.



inventram'ın Mitsui ile imzaladığı ortaklık anlaşması imza törenine Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, Koç Holding Turizm, Gıda ve Perakende Grubu Başkanı Tamer Haşimoğlu, Inventram Genel Müdürü Cem Soysal, Koç Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Umran İnan, Mitsui Avrupa Kurumsal Planlama Başkanı Naotaka Hayashi ve Mitsui Türkiye Genel Müdürü Yoichiro Yagihashi katıldı.

Koç Topluluğu'nun teknoloji yatırım şirketi Inventram, dünyanın en büyük yatırım gruplarından Mitsui ile ortaklık anlaşması imzaladı. Toplam 100 milyar dolara ulaşan varlığı ve 42 milyar dolarlık cirosuyla dünyanın ve Japonya'nın en büyük yatırım gruplarından biri olan Mitsui, Inventram'ın yüzde 30 hissesini satın alarak, son dönemde Türkiye'de gerçekleştirilen en önemli teknoloji yatırımlarından birine imza attı.

Ortaklık anlaşmasına ilişkin toplantıda konuşan Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, anlaşmanın Inventram için tarihi bir kilometre taşı olduğunu, Inventram'ın "bir dünya şirketi" olmasını hızlandıracak bu birlikteliğin Japonya'dan Türkiye'ye gelecek yatırımların artmasına da vesile olacağını ifade etti.

Dünyanın baş döndürücü bir teknolojik dönüşüme tanıklık ettiğini, bu büyük dönüşümün insanların karşısına sadece yeni ürünler değil, aynı zamanda yeni iş alanları, yeni alışkanlıklar ve yeni iş modelleri de çıkardığını belirten Koç, pek çok sektörde kuralların baştan aşağı değişip tekrar yazıldığını söyledi.

Ali Y. Koç, "Hiçbir ülke, hiçbir şirket ve hiçbir toplum bu değişimden muaf değil. Nasıl ki şirketler en iyi olmak için birbirleriyle kıyasıya rekabet ediyorsa, ülkeler de kendi hedefleri doğrultusunda rekabet avantajı yaratarak en iyi olmak için büyük çaba sarf ediyor. Oyunu yeniden kuranlar

ve yeni kurallara hızla adapte olanlar, her zaman bir adım öne geçiyor. Bu değişimin temelinde de teknoloji ve inovasyon yatıyor" diye konuştu.

Ali Y. Koç, Türkiye'nin yurt dışı ve içi birçok siyasi ve jeopolitik çalkantiya rağmen ekonomik gücünü ve direncini koruduğunu, ancak ülkenin global konumunu güçlendirebilmesi, potansiyeline ulaşabilmesi, söz konusu değişim rüzgarını fırsata dönüştürebilmesi ve tehditleri bertaraf edebilmesi için hızla inovasyon ve teknoloji gücü ile kapasitesini geliştirmesi gerektiğini vurguladı.

"TÜRKİYE HALA YABANCI YATIRIMCILARIN İLGİ ODAĞI"

Ali Y. Koç, bu hedefle teknoloji yatırımlarını ve inovasyonu besleyecek iklimin yaratılması için gerekli teşviklerin, eğitim ve teknoloji altyapısının, yasal çerçevenin geliştirilmesinin önemine işaret ederek, şunları kaydetti: "Son dönemde hükümetimizin bu alanda attığı öncü adımları takdirle karşılıyoruz. Eğer orta gelir grubundan yüksek gelir ligine çıkmak istiyorsak, inovasyonda en az bu ligdeki diğer gelişmiş ülkeler seviyesini hedeflememiz lazım. Merhum Vehbi Koç, 'En önemli sermayem insan kaynağımız' derdi. İnsan kaynağı kalitesinden sonra teknoloji, inovasyonun en önemli girdisi. Fakat iş burada bitmiyor. Fikir olmadan, teknolojinin altı doldurulmuyor. Girişimciliğin yanı sıra, fikir üretme ve icat geliştirme konusunda da ülkemizde anlayışın hızla değişmesi gerekiyor. Bizim

kültürümüzde 'başımıza icat çıkarma' diye bir söz var. Bu zihniyeti değiştirmeliyiz." Bu çerçevede "başımıza icat çıkarın" sloganıyla değişimi tetiklemeyi hedefleyen Inventram'ın 2010'da Koç Holding ve Koç Üniversitesi ortaklığıyla kurulduğunu hatırlatan Ali Y. Koç, "Koç Holding'in inovasyon ve teknoloji dünyasıyla köprüsü" olarak nitelendirdikleri şirketin, bugün imza attığı işlerle hayallerin ötesine geçen pek çok fikrin hayata geçmesine öncülük etmeyi amaçladığını söyledi. Teknolojik kalkınmanın artık bir devlet meselesi olduğunu vurgulayan Ali Y. Koç, holding olarak Türkiye için üzerlerine düşenin en iyisini yapmaya çalıştıklarını ifade etti.

Inventram'ın, üzerinde çalıştığı ileri teknoloji projeleriyle uzun süredir yabancı yatırımcılar tarafından ilgiyle takip edildiğini belirten Ali Y. Koç, Mitsui ile yapılan bu önemli ortaklığın Türkiye'nin, son dönemde içinde bulunduğu tüm olumsuzluklara karşın hala yabancı yatırımcıların ilgi odağı olduğunun da güzel bir örneğini teşkil ettiğini söyledi.

"GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ ADINA BÜYÜK BİR YATIRIM"

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, yaklaşık 100 milyar dolarlık varlığıyla dünyanın en büyük yatırım gruplarından biri olan Japon Mitsui ile Inventram arasındaki ortaklık görüşmelerinin yaklaşık 24 ay önce başladığını ve bu yıl 29 Temmuz'da anlaşma sağlandığı anlattı.

Ali Y. Koç, "Tatsız 15 Temmuz olayı bile Mitsui'nin ülkemize olan inancını hiçbir şekilde etkilemedi. Bu da bizi ayrıca mutlu ediyor. Inventram'ın Mitsui ile gerçekleştirdiği bu ortaklık anlaşmasının, önümüzdeki dönemde de çok daha geniş kapsamlı iş birliklerine kapı açacağına yürekten inanıyorum." ifadelerini kullandı.

"TÜRKİYE'DE OLMAMIZIN SEBEBİ İYİ BİR POTANSİYEL GÖRMEMİZDEN"

Mitsui Avrupa Kurumsal Planlama Başkanı Naotaka Hayashi de Mitsui'nin Türkiye'deki faaliyetlerinin 60'ıncı yılında Koç Holding şirketlerinden Inventram'a yatırım yapmaktan büyük bir memnuniyet duyduklarını ifade etti.

Inventram ile imza attıkları ortaklık anlaşmasının gelecek dönemde çok daha geniş kapsamlı iş birliklerine kapı arala-

yacağına inandığını dile getiren Hayashi, Inventram'ın faaliyetlerinin, Mitsui'nin kurumsal değerlerinden biri olan "rekabet ve inovasyon" ile örtüştüğünü kaydetti.

Hayashi, "Mitsui olarak yaptığımız işlerin topluma faydalı olması gerektiğine inanıyoruz. Bu noktada Inventram'ın gelişmiş teknoloji ve inovatif projelere odaklanmasının yanı sıra bu teknolojilerin insanlığa fayda sağlayacak hale dönüştürülmesine öncülük etmesi bizim kurumsal iş anlayışımızla önemli ölçüde örtüşüyor. Bu ortaklığın sadece Koç Holding ve Mitsui'ye değil, aynı zamanda Türk ekonomisinin büyümesine de katkı sağlayacağını ümit ediyorum." diye konuştu.

Mitsui'nin küresel ağını kullanarak Inventram'ın faaliyetlerini geliştirmeyi amaçladıklarını kaydeden Hayashi, "Mitsui 60 yıldır Türkiye'de. Bu kadar uzun zamandır Türkiye'de olmamızın sebebi, bu ülkede iyi bir potansiyel görmemiz. Fırsatları değerlendiriyoruz. Koç Holding ile iyi bir ilişki kurduk. İnovasyon, Mitsui için önemli bir alan. O nedenle Inventram ile böylesine bir ortaklığı yapmak istedik." ifadelerini kullandı.

NASA'NIN İLGİSİNİ ÇEKEN TEKNOLOJİLER

Koç Holding Turizm, Gıda ve Perakende Grubu Başkanı Tamer Haşımoğlu ise global pazar potansiyeli olan inovatif şirket ve projeleri keşfederek portföyüne katan Inventram'ın, inovasyon odaklı şirket yatırımlarına, global koruma sağlayacak yüksek teknoloji patent yatırımlarına ve teknoloji ticarileştirme iş ortaklıklarına odaklandığını söyledi.



İNVENTRAM'IN ÖNE ÇIKAN PROJELERİ

- ✓ Opet ortaklığında kurulan Kuantag şirketi, araçlardaki yakıt ve yağları quantum parçacıklarla etiketleme üzerine çalışıyor.
- ✓ Artırılmış sanal gerçeklik ve giyilebilir akıllı görüntüleme teknolojileri üzerine yatırımlar yapıyor.
- ✓ Kanamayı Durduran Elektrostimülatör teknolojisi ile "ilk yardım" ve "acil servis" ürünü olarak dünya pazarlarını hedefliyor. Bu teknoloji aynı zamanda, Amerika Savunma Dairesi tarafından da inovatif buluşlar arasına seçildi.
- ✓ Robotik Dokunma Sensörü teknolojisi ile "NASA'nın" ilgisini çekti ve ilk ABD yatırımı olma yolunda emin adımlarla ilerliyor.
- ✓ Parkinson semptomlarını ilaç seviyesinde azalttığı klinik çalışmalarla kanıtlanmış giyilebilir stimülatörü dünyaya sunmaya hazırlanıyor.
- ✓ İşitme engellilerin kullandığı Türk İşaret Dili'ni sese çeviren akıllı eldiveni hayata geçirmek üzere.



Koç Holding Turizm, Gıda ve Perakende Grubu Başkanı Tamer Haşımoğlu Inventram'ın dünya çapında ses getiren pek çok teknolojik buluş üzerinde çalıştığını belirtti.

TÜRK İSLAM SANATINA BÜYÜK DESTEK

TÜRK VE İSLAM ESERLERİ MÜZESİ'NİN
EL YAZMASI KUR'AN-I KERİM
KOLEKSİYONUNDAN 60'I AŞKIN NADİDE
ESER KOÇ HOLDİNG'İN DESTEĞİYLE
AMERİKA'DA SERGİLENİYOR. DÜNYANIN
EN BÜYÜK MÜZE VE ARAŞTIRMA
ENSTİTÜSÜ SMITHSONIAN BÜNYESİNDEKİ
ARTHUR M. SACKLER GALERİSİ'NDE
AÇILIŞI GERÇEKLEŞEN SERGİ İSLAM'IN
TÜM DÜNYADA DAHA İYİ ANLAŞILMASINI
SAĞLAMAYI AMAÇLIYOR.



Koç Holding, kültürel değerlere yaptığı katkılara bir yenisini daha ekledi. Koç Holding ile Smithsonian Vakfı arasında 2005 yılında imzalanan ve Türk kültürünü dünyaya tanıtmak için işbirliğini içeren anlaşma kapsamında "Kur'an-ı Kerim Sanatı: Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nden Hazine" adlı serginin açılış galası gerçekleştirildi. Washington'daki Smithsonian Castle'da gerçekleşen galaya Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Vekili Ali Y. Koç, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Caroline N. Koç, Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, Koç Holding Dış İlişkiler ve Kurumsal İletişim Direktörü Oya Ünlü Kızıl, Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürü Yalçın Kurt, Washington Büyükelçiliği Maslahatgüzarı Tugay Tuncer, TÜSİAD Başkanı Cansen Başaran-Symes, TÜSİAD Yönetim Kurulu Üyesi Murat Özyeğin, Smithsonian Genel Sekreteri David Skorton, Serginin Baş Küratörü ve Smithsonian'ın İslam Sanatı Küratörü Massumeh Farhad ve

dünyanın dört bir yanından çok sayıda davetli katıldı.

20 Şubat 2017'ye kadar ziyarete açık olacak serginin galasında konuklara seslenen Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nin el yazması nadide Kur'an-ı Kerim koleksiyonunun bir arada ilk kez ABD'de sergilenmesine aracılık etmekten duyduğu gurur ve heyecanı dile getirdi. Smithsonian ile yapılan anlaşma çerçevesinde daha önce yapılan çalışmalara da dikkat çeken Ali Y. Koç, "2005 yılında 'Stil ve Statü: Osmanlı Türkiye'sinden Saray Kıyafetleri' sergisi ile yine Smithsonian Müzesi'nde Türkiye'nin zengin kültürel mirasının en iyi örneklerinin geniş kitlelere ulaşmasına destek olmuştuk. İslam dininin kültürel ve sanatsal değerlerini sadece ülkemiz ve İslam dünyası adına değil, tüm dünya ve insanlık tarihi adına bir zenginlik olarak görüyoruz. Bu değerleri korumayı, yaşatmayı ve gelecek nesillere aktarmayı arzuluyoruz" dedi.

The Art of the Qur'an



Treasures
from the
Museum of
Turkish and
Islamic Arts



Koç Holding ile Smithsonian Vakfı arasında imzalanan anlaşma kapsamında "Kur'an-ı Kerim Sanatı: Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nden Hazineler" adıyla düzenlenen serginin açılış galası 19 Ekim 2016'da Washington'daki Smithsonian Castle'da gerçekleşti.

"İSLAM HOŞGÖRÜ DİNİDİR"

"İslam hoşgörü dinidir" diyerek sözlerine devam eden Ali Y. Koç, İslam'ın tüm semavi dinler gibi insani değerleri, sevgiyi ve birliği yücelttiğini söyledi. Bugün Müslümanlığın Batı'daki algılanışının hümanizm ve hoşgörü anlayışından çok uzak olduğunu altını çizen Ali Y. Koç sözlerine şöyle devam etti: "İslam dininin ve 1.7 milyar Müslüman'ın terörle ve şiddetle bağdaştırılmaya çalışılması elbette bizleri hem üzüyor hem de kaygılandırıyor."

Sözlerinin devamında İslamofobi'ye değinen Ali Y. Koç sözlerini şöyle sürdürdü: "İslamofobi, yabancılaştırmayı, nefreti ve sığ milliyetçiliği körüklerken, zaten bunu hedefleyen aktörlerin emellerine de hizmet etmiş oluyor. Hayatımıza ayrımcılığı, çağdışılığı ve şiddeti getiren dinler değil; dinlerin bilerek ya da bilmeyerek yanlış referanslarla yorumlanması ve politik emeller için kullanılmasıdır. Bugünün globalleşen dünyasında, küresel barışı, istikrarı ve refahı korumak istiyorsak; çok kültürlülük, çoğulculuk, demokrasi, kapsayıcılık ve temel insan hakları tüm toplumlar için tartışmasız değerler olmalıdır."

"DÜNYADAKİ SORUNLARIN ÇÖZÜMÜ: BİRLEŞTİRİCİLİK"

Ali Y. Koç konuşmasında, "Artan gelir adaletsizliği, çözüm bulunamayan işsizlik, toplumlarda bazı kesimlerin kendilerini arkada bırakılmış ve kaybetmiş hissetmeleri, Ortadoğu'da yayılmaya devam eden ateş, mültecilerin yaşadığı insanlık dramı, masum insanları hedef alan büyük terör saldırıları" gibi uzun süredir gündemde olan konuların tüm dünyanın ortak sorunu olduğuna dikkat çekti.

Ali Y. Koç sözlerini şöyle sürdürdü: "Çözüm yabancılaştırma değil; birleştiriciliktir. Elbette ülkelerin kısa vadeli çıkar ve hedefleri koşullara göre değişebilir. Ancak medeniyetin çıpası olan evrensel değerler her dönemde, her koşulda ve her coğrafyada aynı kalması gereken ortak paydadır. Çoğunlukla kararlar verilirken politik amaçları doğrulayan analizlere seçilirken; diğerleri bir yana itiliyor. Politikacılar tarihin doğru tarafında olmak istiyorlar; ancak bu taraf her zaman bilgeliğin, sağduyunun, hümanizmin ya da barışın tarafı olmuyor. Hepimiz Orta Amerika, Afganistan, Irak, Libya, Suriye, Afrika ve Güneydoğu Asya'da rejim değiştirme amacıyla yapılan yıkıcı girişimlerin uzun tarihini biliyoruz. Tabi ki bir bölgenin çöküşü dış güç-



"Ziyaretçiler bu olağanüstü el yazmaları ile Kuran'ı Kerim'in ağızdan ağıza aktarılan bir mesajdan, İslam dünyasının en kudretli sanatkârlarının elinde kağıda yazılmış, tezhip edilmiş ve ciltlenmiş haline dönüşümünü görecekler."



lere atfedilemez. Ancak yine de, Batı'nın da bugün karşılaştığımız düğümlerde bir suç payı vardır. Batı dünyası "realpolitik" adı altında sıklıkla "kötünün iyisini" seçmeyi tercih ediyor; ancak bu kısa vadeli bakış açısıyla elde edinilen geçici kazanımlar; açılan uzun vadeleri yaralarının yanında çok küçük kalıyor. İçinden geçtiğimiz dönemi tek bir cümleyle ifade etmek istersek; en uygunu ünlü İtalyan siyasetçi ve düşünür Antonio Gramsci'ye ait şu sözler olacak: "Eski dünya ölüyor ve yeni dünya doğmak için mücadele ediyor; şimdi canavarlar zamanı". Bugün tüm dünyanın, insan hakları temelli, yapıcı ve hoşgörüyü dayanan mesajlara ve eylemlere her zamankinden daha çok ihtiyaç duyduğunu düşünüyorum."

DAHA İYİ BİR DÜNYA İÇİN...

Tüm dünyada halkının ve dünyanın uzun vadeli çıkarlarını gözeterek hareket eden, gerekli reformları hayata geçirebilecek cesarete sahip, sorumlu liderlere ihtiyaç olduğunu belirten Ali Y. Koç, bu sözlerine örnek olarak da Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu büyük lider Atatürk'ü örnek gösterdi.

Ali Y. Koç şunları söyledi: "Bu büyük lider, çağdaş evrensel değerlere dayanan, barışı ve adaleti temel alan bir vizyon ile; İslam kültürünü, laik ve demokratik bir potada bütünleştirerek, güçlü bir ekonomik ve toplumsal kalkınma modeli inşa etmeyi başarmıştır. Biz de Türkiye'nin Cumhuriyet tarihine tanıklık eden, 90 yıldır ekonomik ve toplumsal alanda katma değer yaratmayı kendine misyon edinen bir Topluluk olarak, üzerimize düşen görevin, toplumlar arasında hem ticari hem de kültürel köprüler kurmak, karşılıklı diyalogu güçlendirici çalışmalar da bulunmak olduğuna inanıyoruz. Çünkü hayal ettiğimiz hoşgörüyü dayalı dünyanın temel dayanağını kültürlerin, toplumların birbirlerini tanıması, yaşam biçimlerini ve değerlerini anlaması oluşturuyor. Bugün sizlerle açılışını yaptığımız serginin de, İslam'ın daha iyi anlaşılmasına ve yapıcı bir diyalog ortamının oluşmasına hizmet edeceğine yürekten inanıyoruz. Temel insani haklarımızın lütfuna varabilmemiz için, hepimizin işbirliği içinde, hoşgörü ve saygı kültürünü teşvik etmemiz şarttır. Aşırılık yanlısı olanların, evrensel değerlerimizi rehlin almalarına izin veremeyiz. Daha iyi bir dünya için tek yol budur."



BİN YILIN HİKAYESİ

Abbasiiler, Selçuklular ve Osmanlılar dönemlerinin en seçkin yapıtlarından oluşan sergide Türk ve İslam Eserleri Müzesi Koleksiyonu'ndan seçilen el yazmaları aynı zamanda İran, Orta Asya ve Arap dünyasının en kuvvetli hattatlarının elinden çıkan paha biçilmez eserler olarak öne çıkıyor. 8. yüzyıldan 17. yüzyıla uzanan neredeyse bin yıllık süreye ait 60'dan fazla Kur'an-ı Kerim de yine bu sergide yer alıyor.

Serginin Baş Küratörü ve Smithsonian'ın İslam Sanatı Küratörü Massumeh Farhad yaptığı açıklamada sanatçıların ustalığına dikkat çekerek "Her ne kadar her Kuran kopyası, kelimesi kelimesine aynı metni ihtiva etse de, sanatçıların ustalığı ve kabiliyetleri her bir el yazmayı başlı başına bir sanat eserine dönüştürmüştür" dedi.

Arthur M. Sackler Galerisi'nin ve Freer Sanat Galerisi'nin Direktörü olan Julian Raby ise, koleksiyonun gücüne dikkat çekerek "İstanbul'daki Türk ve İslam Eserleri Müzesi dünyadaki en olağanüstü Kur'an-ı Kerim koleksiyonuna sahip. Ne var ki uzmanların çoğu neredeyse bunu hiç bilmiyor. Bu sergi Müslüman hattat ve zanaatkarların bin yıldan uzun bir süre boyunca Kuzey Afrika'dan Afganistan'a kadar yayılan sanatlarını ABD'deki ziyaretçilere sunan benzersiz bir fırsat niteliğinde" diyor.

KUR'AN-I KERİM'İN İLK NÜSHALARI BU SERGİDE

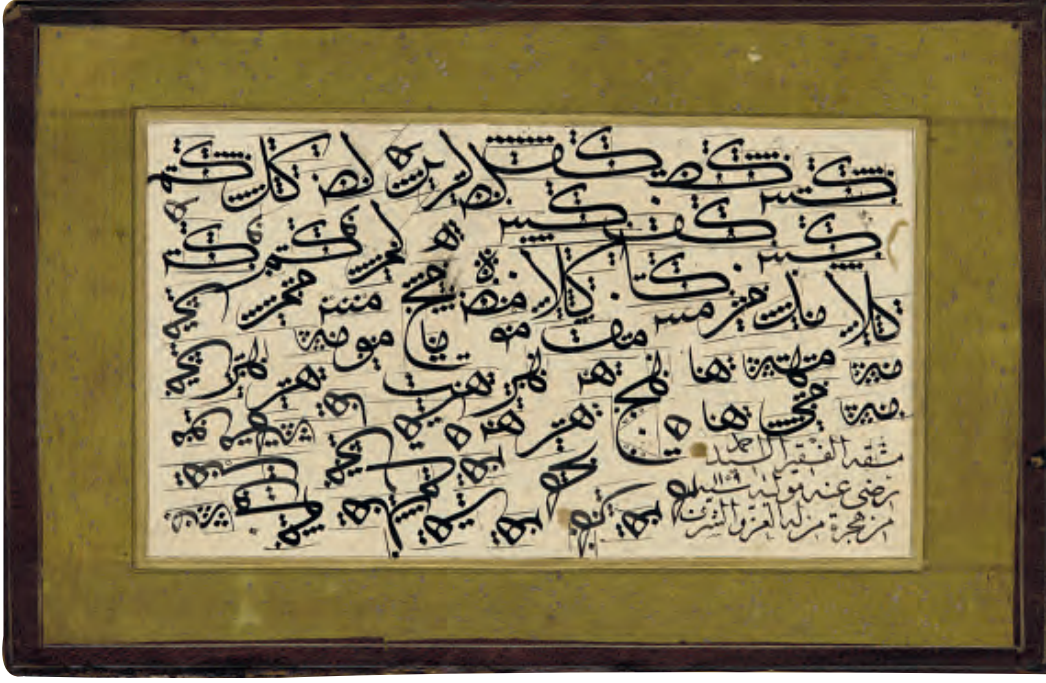
İslam Dünyası için çok değerli bir koleksiyon olan Şam Evrakları'ndan parçalar da bu değerli sergide yer alıyor. Şam Evrakları, Kur'an-ı Kerim'in ilk nüshaları olarak kabul edilen parşömen üzerine yazılmış Kur'an yapraklarını ihtiva ediyor ve İslam dönemine ait bilinen en erken tarihe (875-876) ulaşmayı sağlayan vakıf kaydı olarak da biliniyor. Şam Evrakları; Kur'an yaprakları, rulo Kur'anlar, Kur'an cüzleri, İslam cilt sanatının ilk örnekleri olan ahşap üzerine kaplanmış deriden oluşan ciltler, mektuplar gibi çeşitli belgelerin bir arada muhafaza edildiği, 8. yüzyıl sonu ile 19. yüzyıl arasında 250 bine yakın belgeden oluşuyor.

200 BİNDEN FAZLA ZİYARETÇİ...

200 bini aşkın kişinin ziyaret etmesi beklenen sergide her bir Kur'an-ı Kerim el yazmasının hattatları, eserin tarihi ve ne zaman nerede kullanıldığı gibi biyografik bilgiler detaylı olarak yer alıyor. Sergi kapsamında Kur'an-ı Kerim el yazmaları dijital ortamda da milyonlarca kişinin erişimine açık olacak. Online ziyaretçiler, ilgilerini çeken bir kaligrafik ya da illüstratif öge hakkında da detaylı bilgiye sahip olabilecekler.

Türkçe ve İngilizce katalogta ise, Türk İslam Eserleri Müzesi'nin tarihi ve koleksiyonlarına dair önemli makaleler de yer alacak. Sergi kapsamında 1 – 3 Aralık'ta da Kur'an-ı Kerim sanatına dair bir sempozyum da düzenlenecek.

EŞSİZ SERGİDEN ÖNE ÇIKANLAR



18. yüzyılda yaşayan Sayyid Ahmad'ın kağıt üzerine altın ve mürekkep kullandığı kaligrafik eseri.



19. yüzyıla ait bir Kur'an-ı Kerim İran



1945'te Libya'da doğan sanatçı Ali Omar Ermes'in eseri. Kağıt üzerine mürekkep ile Kaf harfi.





TÜRKİYE 2019 YILINDA YÜZDE 5 BÜYÜME HEDEFLİYOR

SON DÖNEMDE ÖZELLİKLE SİYASİ GELİŞMELERİN GÖLGESİNDE ZORLU BİR DÖNEMDEN GEÇEN TÜRKİYE EKONOMİSİ TÜM BUNLARA RAĞMEN 2016'YI BÜYÜME İLE KAPATMAYI PLANLIYOR. BAŞBAKAN BİNALİ YILDIRIM'IN GEÇTİĞİMİZ GÜNLERDE AÇIKLADIĞI 2017-2019 ORTA VADELİ EKONOMİ PROGRAMI'NDA TÜRKİYE EKONOMİSİNİN 2018-2019 DÖNEMİ HEDEFİ İSE YÜZDE 5 BÜYÜME.

► Nesrin Koçaslan

1 5 Temmuz darbe girişimi, Türkiye'nin yakın coğrafyasında yaşanan siyasi gelişmeler ve dünya ekonomisinin zorlu şartlarında bir yıl geçiren Türkiye ekonomisinde, özellikle darbe girişimin ardından alınan tedbirlerle 2016 yılı geride bırakılmaya hazırlanılıyor.

Bu gelişmelerin ekseninde Başbakan Binali Yıldırım 2017-2019 programını geçtiğimiz günlerde açıkladı. Orta Vadeli Ekonomi Programı'nın temel amaçları ise istikrarlı ve kapsayıcı niteliğiyle büyümeyi artırmak, enflasyonu düşürmek, cari açığı azaltma eğilimini korumak, ekonominin rekabet gücünü, istihdam ve verimlilik seviyesini artırmak, mali disiplinin kalitesini artırmak ve kamu maliyesini güçlendirmek...

Bu temel konularla ilgili ayrıntılı bilgilerin yer aldığı 2017-2019 Orta Vadeli Ekonomi Programı'nda Türkiye ekonomisinin 2018-2019 döneminde yüzde 5 büyümesi hedefleniyor. Başbakan Binali Yıldırım bu süreçte özellikle enflasyonun da düşeceği konusuna vurgu yapıyor.

Yapısal reformların bütüncül olarak hayata geçirilmesiyle birlikte üretimin ithalata olan bağımlılığının azaltılması ve ihracatta yüksek katma değerli ürün çeşitlendirmesi de programın öne çıkan maddeleri arasında yer alıyor.

PROGRAM DÖNEMİNDE BÜYÜME STRATEJİSİ NE OLACAK?

Programın en merak uyandıran kısımlarından biri de dünya ekonomisinin böyle olduğu bir ortamda büyümenin nasıl gerçekleşeceği konusu... Program bu konuyu genel hatlarıyla beşeri sermayenin geliştirilmesi, işgücü piyasasının etkinleştirilmesi, teknoloji ve yenilik geliştirme kapasitesinin artırılması, fiziki altyapının güçlendirilmesi, kurumsal kalitenin iyileştirilmesi şeklinde beş temel eksen üzerine oturtuyor. Ayrıca yurt içi tasarrufları artırmak, özel yatırımlar ve ihracat kaynaklı büyümeyi sağlamak, sanayide yapısal dönüşümü hızlandırmak, teknoloji ve verimlilik düzeyini artırarak uluslararası piyasalarda daha rekabetçi hale gelmek programın temel öncelikleri arasında yer alıyor. Bu çerçevede; yüksek katma değerli mal ve hizmet ihracatının artırılması, yurt içi üretim ve ihracatın ithalata olan bağımlılığının azaltılması, iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi büyük önem taşıyor.

Ancak elbette programın makroekonomik çerçevesi oluşturulurken dönem içerisinde küresel belirsizliğin azalacağı, küresel büyümenin tedricen artacağı, Türkiye'nin ticari ortaklıklarının ılımlı büyüyeceği, finansal piyasalardaki dalgalanmaların ve jeopolitik risklerin azalacağı, Fed'in faiz artırımlarının sınırlı olacağı öngörülüyor.

KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLER BÜYÜK ÖNEM TAŞIYOR

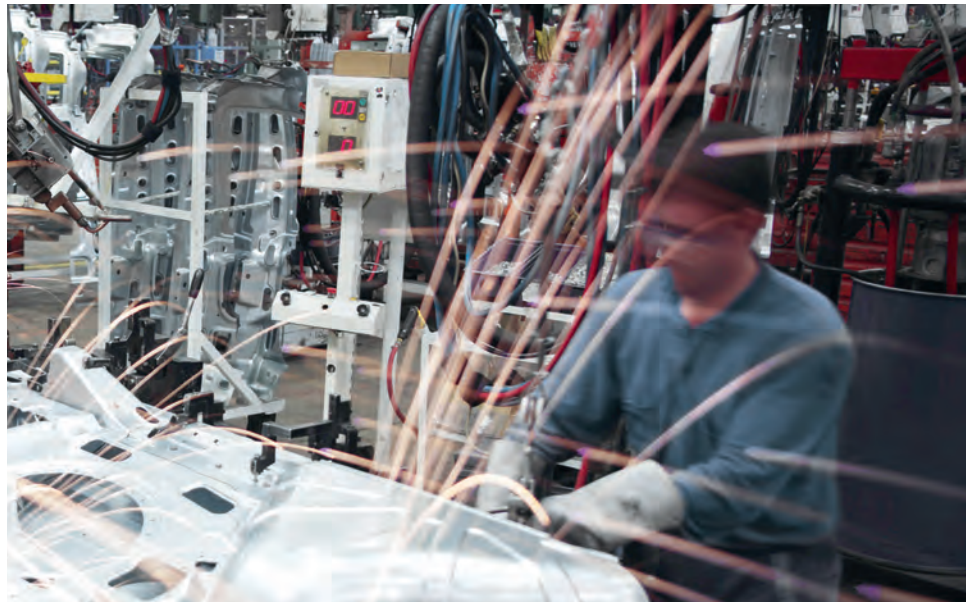
Orta Vadeli Ekonomi Programı'nda Başbakan Binali Yıldırım'ın da üzerinde özellikle durduğu

konulardan biri yüksek teknolojlili ürünlerin üretiminin desteklenmesi oldu. Bu şekilde Türkiye ekonomisinin rekabet gücünü ve verimliliğini artırmayı hedeflediklerini belirten Binali Yıldırım, teknolojiye yenilikçi yatırımlar yapılacağını altını çizdi.

Yapısal reformların bütüncül olarak hayata geçirilmesiyle birlikte üretimin ithalata olan bağımlılığının azaltılması ve ihracatta yüksek katma değerli ürün çeşitlendirmesi de programın öne çıkan maddeleri arasında yer alıyor. Ayrıca yeni yatırımlar ve imalat sanayinde yaşanacak dönüşümlerle, orta ve yüksek teknolojlili ürünlerin ihracat içerisindeki payının yükseltilmesi politikalarına devam edilecek ve bu ürünlerin üretimi ve ihracatının artırılmasını teminen yeni destek mekanizmaları oluşturulacak. Öne çıkan diğer maddeler ise şunlar; İthalata bağımlılığı ve teknoloji yoğunluğu yüksek olan sanayi girdilerinin yurt içinde üretilmesini sağlayacak yatırımlar ve Ar-Ge faaliyetleri desteklenecek. İhracat destekleri, dış talebe uygun nitelik ve nicelikteki yüksek katma değerli ürünleri destekleyecek çerçevede yapılandırılacak. Uluslararası marka oluşturulmasına yönelik desteklere devam edilecek, tanıtım ve pazarlama konusundaki destekler mal ve hizmet ihracatçıların ihtiyaçları doğrultusunda geliştirilecek. Uluslararası doğrudan yatırımların yüksek teknolojlili üretim alanlarına yönlendirilmesine yönelik tedbirler alınacak. Türkiye'de üretimi mümkün olmayan stratejik hammadde ve girdiler ile rezervi kısıtlı olan doğal kaynakların yurt dışından uygun maliyetlerle tedarikini sağlamak için Türkiye'deki yerleşik sanayicilerin yurt



Orta Vadeli Ekonomi Programı'nda öne çıkan konulardan biri de yüksek teknolojlili ürünlerin üretiminin desteklenmesi oldu.



dışında yapacakları yatırımlar desteklenecek. Ayrıca ihracata yönelik üretim yapan firmaların üretim kapasitelerinin yükseltilmesine yönelik orta-uzun vadeli yatırım ve işletme sermayesi ihtiyaçları finanse edilecek.

MALİ DİSİPLİN SÜRDÜRÜLECEK

Programa göre kamu maliyesinde de önemli gelişmeler hedefleniyor. Kamu kesimi genel dengesinin 2017 yılında GSYH'ya oran olarak yüzde 1,5 açık vermesi ve açığın program dönemi sonunda yüzde 0,9 seviyesine gerilemesi hedeflenirken, 2017 yılı sonunda GSYH'ya oran olarak yüzde 1,7 olması öngörülen genel devlet açığının 2019 yılında yüzde 1'e gerilemesi hedefleniyor.

2016 yılında yüzde 1,6 olacağı tahmin edilen merkezi yönetim bütçe açığının GSYH'ya oranının 2017 yılında yüzde 1,9'a yükselmesi öngörülüyor. Program bunun temel nedenini ise büyümeyi destekleyecek şekilde üretimi, yatırımı, ihracatı, istihdamı artırmaya ve bölgesel gelişmişlik farklarını azaltmaya yönelik olarak kamu harcamalarına yapılan tahsisler olarak açıklıyor.

Ayrıca genel devlet toplam harcama ve gelirlerinin GSYH'ya oranlarının, 2017 yılındaki sırasıyla yüzde 43 ve yüzde 41,4 olan seviyelerinden Program dönemi sonunda kademeli bir azalışla yüzde 40,6 ve yüzde 39,7 seviyelerine gerilemesi bekleniyor.

İHRACAT ARTIRILACAK

Programa göre 2017 yılında 153,3 milyar dolar olması hedeflenen ihracatın dönem sonunda 193,1 milyar dolara, 214 milyar dolar olması hedeflenen ithalatın ise dönem sonunda 261,8 milyar dolara ulaşacağı tahmin ediliyor. Program döneminde yıllık ortalamada reel



olarak ihracatın yüzde 6,7, ithalatın ise yüzde 4,5 oranında artacağı tahmin ediliyor.

Program döneminde; teşvik tedbirlerinin de etkisiyle teknoloji yoğun üretimin ivmelenmesi, başta enerji olmak üzere ithal girdilere olan bağımlılığın azaltılması ve hizmetler ticaretinde yaşanan gelir kaybının telafi edilmesi sonucunda 2017 yılında cari açığın milli gelire oranının yüzde 4,2 olarak gerçekleşmesi bekleniyor. Yapısal reformlara kararlılıkla devam edilmesi, ticaret ortaklarında yaşanan ekonomik ve siyasi belirsizliklerin azalmasına bağlı olarak program dönemi sonunda cari açığın milli gelire oranının yüzde 3,5 seviyesine inmesi hedefleniyor.

İhracata yönelik üretim yapan firmaların üretim kapasitelerinin yükseltilmesine yönelik orta-uzun vadeli yatırım ve işletme sermayesi ihtiyaçları finanse edilecek.

BİR BAKIŞTA YENİ HEDEFLER

✓ OVP'de 2016 yılı büyüme tahmini yüzde 3,2'ye çekildi. Önceki OVP'de bu rakam yüzde 4,5 idi. Gelecek yıl için büyüme beklentisi yüzde 5'ten yüzde 4,4'e çekilirken, 2018'de yüzde 5 olarak açıklandı.

✓ Enflasyon 2016'da yüzde 7,5, 2017'de yüzde 6,5 hedefleniyor. 2018'de yüzde 5, 2019'da yüzde 5 öngörülüyor.

✓ OVP'de işsizlik oranı, programda bu sene için yüzde 10,2'den yüzde 10,5'e, 2017'de yüzde 9,9'dan yüzde 10,2'ye, 2018'de yüzde 9,6'dan yüzde 10,1'e yükseltildi, işsizliğin 2019'da yüzde 9,8 olmasının beklendiği belirtildi.

✓ Cari işlemler dengesi/GSYH 2016'da yüzde -4,3, 2017'de yüzde -4,2 öngörülüyor. Cari işlemler dengesi/GSYH 2018'de yüzde -3,9, 2019'da yüzde -3,5 olacak.

✓ AB tanımlı borç stoku/GSYH 2016'da yüzde 32,8, 2017'de yüzde 31,9 öngörülüyor.

✓ Merkezi yönetim bütçe açığı/GSYH 2016'da yüzde 1,6, 2017'de yüzde 1,9 öngörülüyor.

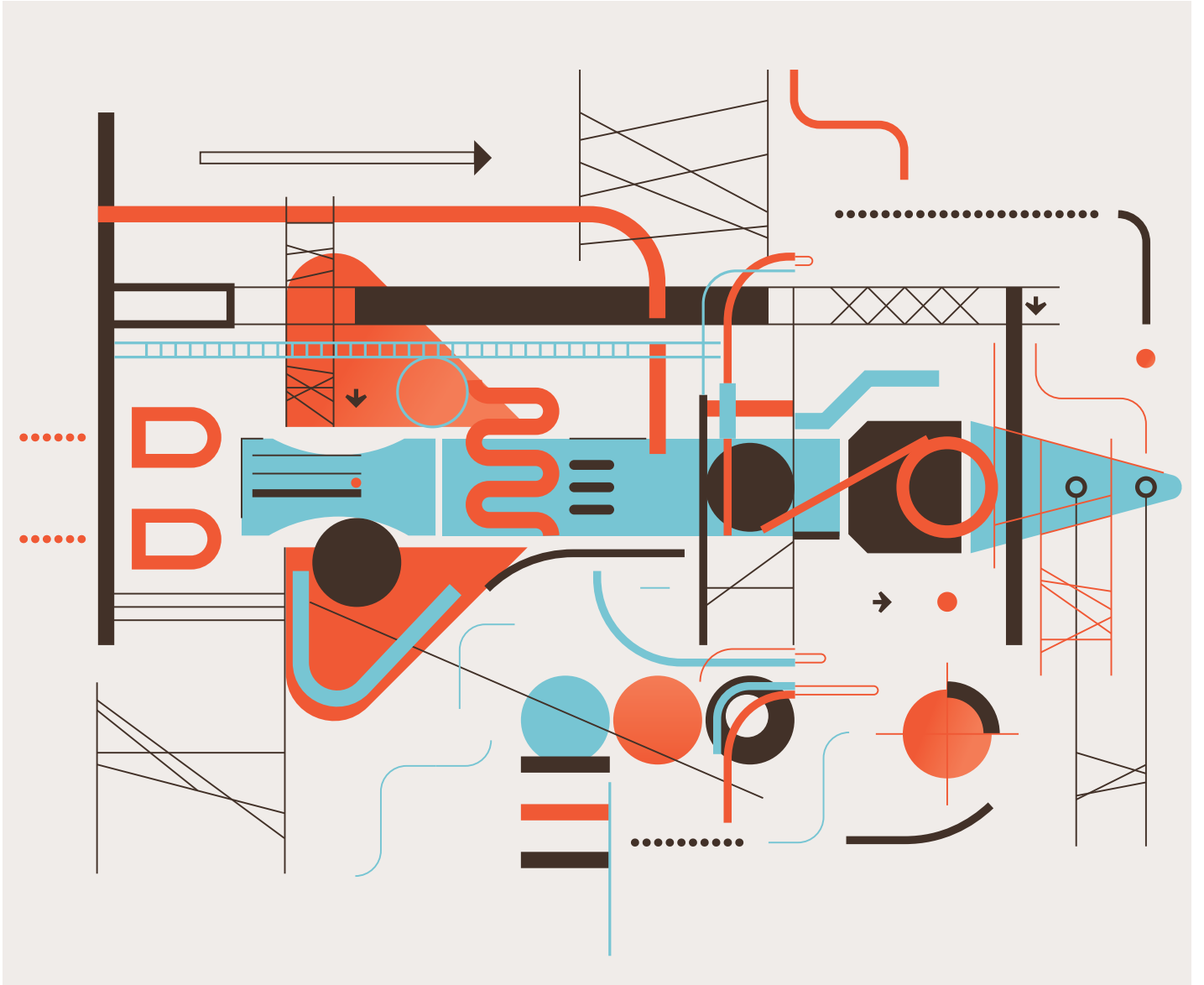
✓ Merkezi yönetim bütçe açığı/GSHY 2018'de yüzde 1,6, 2019'da yüzde 1,3 öngörülüyor.

✓ 2017'de ihracatın 153 milyar dolar, ithalatın ise 214 milyar dolar olarak gerçekleşmesi bekleniyor.

HERKESİN YOLU AYGAZ'DAN GEÇİYOR TÜRKİYE YOLA AYGAZ'LA ÇIKIYOR



EPDK verilerine göre en çok satılan otogaz markası Aygaz Otogaz'dır.



DÖNÜŞTÜRÜCÜ İŞ MODELİ

SİZİN İŞ MODELİNİZ DÖNÜŞÜME
NE KADAR UYGUN?

**Bu yazı, HBR Türkiye Dergisi'nde
Stelios Kavadias, Kostas Ladas
ve Christoph Loch imzasıyla
yayınlanan aynı başlıklı
makaleden özetlenmiştir.*

Genelde bir endüstrideki dönüşümü yeni bir teknolojinin kullanılmaya başlamasına bağlarız. Her ne kadar yeni teknolojiler önemli bir unsur olsa da bir endüstriyi tek başlarına dönüştürmezler. Bu tür bir dönüşümün temelinde yeni bir teknolojiye ve yeni yeni ortaya çıkan pazar ihtiyacına dokunan bir iş modeli vardır.

Bu konuda verilecek en klasik örnek MP3 teknolojisi. MP3 cihazları, manyetik kasetler ve CD'lere kıyasla çok daha yüksek bir kapasite vadediyordu. Kullanıcılar, küçük bir cihazda binlerce şarkı depolayabiliyordu. Ancak MP3 cihazları Apple'ın iPod'u ve iTunes'u ortaya çıkarması ve bu iki ortamı birbiriyle ilişkilendirecek yeni bir iş modeli ortaya koyarak, müzik ürünlerinin satışının fiziksel dünyadan sanal

dünyaya taşınması sayesinde endüstriyi dönüş-
turbildiler.

Peki bir iş modelinin bir teknolojinin potansiyeli-
ni kullanarak sonuç vermesinin temelinde yatan
nedir? Bu soruya yanıt bulabilmek için farklı en-
düstrilerde yeni iş modellerini hayata geçiren 40
şirkette derinlemesine analizler gerçekleştirdik.
Bazıları endüstrilerini radikal biçimde değiştirme
konusunda başarılı olmuştu, bazıları ise henüz
başarı elde edemeseler de ümit vadedyordu.
Bu makalede, araştırmamızın temel bulgularını
paylaşacağız ve bunların inovatörlerin endüstri-
leri dönüştürmesine nasıl yardımcı olabileceğine
değineceğiz.

İŞ MODELLERİ NASIL ÇALIŞIR?

İş modelinin farklı tanımları olsa da genel an-
lamda bir şirketin nasıl değer yarattığını ve bu
değerden ne elde ettiğini belirler. Modelin özel-
likleri; müşteri değer teklifini ve fiyatlandırma
mekanizmasını tanımlar, şirketin kendini nasıl
organize edeceğini ve değer yaratma anlamın-
da kimlerle iş ortaklığı yapacağını ve tedarik
zincirini nasıl yapılandıracağını belirtir. Temelde
bir iş modelinin çeşitli özellikleri, çoğu zaman da
karmaşık bir biçimde etkileşime girerek şirketin
başarısında belirleyici olur.

Her endüstride zaman içerisinde hâkim bir
iş modeli oluşur. Pazarın bozucu etkilerinin
olmadığı bir ortamda model, kaynakları en etkin
biçimde tahsis ve organize etmenin yolunu
işaret eder. Yeni bir model uygulamaya yönelik
çabaların büyük bir kısmı başarısız olur ancak
bir noktada bu yeni modellerden biri, yeni bir
teknolojiyi de kullanarak hâkim modele baskın
gelir. Eğer pazara yeni giren oyuncular hâkim
durumdaki şirketleri oyunun dışına itmek için
bu yeni modeli kullanırsa veya rakipler bunu
uygularsa endüstri dönüşür.

Otel endüstrisini tepetakla eden Airbnb örneğini
ele alalım. 2008 yılında kurulan şirket inanılmaz
bir büyüme sergiledi. Şu anda Hilton Worldwide
veya InterContinental Hotels'den daha fazla
oda sayısına sahip. Bu yazı kaleme alındığı
sırada Airbnb, New York'daki otel odası arzının
yüzde 19,5'ini karşılıyor ve ayrıca dünyanın 192
ülkesinde hizmet vererek toplam arzın yüzde
5,4'ünü sağlıyordu. (Bu rakam 2015'te yüzde
3,6'ydı.)

Gelir elde etmek için bir fiziksel varlık sahibi
olması gerekmeyen Airbnb, ölçeğini artırmak
için büyük yatırımlara ihtiyaç duymuyor ve bu
nedenle uygun fiyatlar sunabiliyor. (Genelde

otellerden yüzde 30 daha uygun fiyatlar) Üstüne
üstlük, mekanların bakımı, düzeni ve verilecek
hizmetlerden mekanın sahibi sorumlu oldu-
ğu için Airbnb'nin riski (ve tabiki operasyonel
maliyetleri) geleneksel otellere göre çok daha
düşük. Müşteri açısından bakıldığında Airbnb
daha kişileştirilmiş ve ucuz bir hizmet sunarak
değer teklifini yeniden tanımlıyor.

Platform teknolojisi öncesinde, otel işini de-
ğış-tirmenin anlamlı bir yolu yoktu. Ancak bu tekno-
lojinin hayata geçmesinden sonra müşteri için
daha cazip bir değer teklifi oluşturabilen herkes
geleneksel modele saldırabilir hale geldi. Yeni iş
modeli teknolojinin imkanları ile pazarın istekleri
arasında bir arayüz görevi gördü.

Gelin şimdi bir iş modelinin dönüşüm yaratması
için hangi özelliklere sahip olması gerektiğine
bakalım:

BAŞARININ ALTI UNSURU

Üzerinde çalıştığımız 40 iş modelini seçerken
kaliteli ve saygın medya kaynaklarında ne
ölçüde takdir aldıklarına baktık. Bu modellerin
tamamı endüstrilerini dönüştürme potansiyeline
sahipti fakat sadece bazıları bunu başarabilmiş-
ti. Bu modellerde aynı olan unsurları araştırdık
ve altı tane belirledik. Hiçbir şirket bu altısına
aynı anda sahip değildi ancak gördük ki bu
unsurlardan ne kadar fazla olursa başarı şansı
da o ölçüde artıyor.

1 Daha kişiselleştirilmiş bir ürün veya hizmet.

İş modellerinin çoğu hâkim modellere kıyasla
müşterilerin bireysel ve anlık ihtiyaçlarını daha
iyi çözümleyen ürünler ve hizmetler sunuyor.
Şirketler genelde bunu rekabetçi fiyatlarla
sağlamak için teknolojiyi bir kaldıraç olarak
kullanıyor.

2 Kapalı çevrim süreçler.

Birçok model lineer tüketim sürecini (üretim,
kullanım, atılım) kullanılan ürünlerin geri kaza-
nıldığı bir çevrim sürecine dönüştürüyor. Bu
sayede toplam kaynak maliyetleri azalıyor.

3 Varlıkların paylaşılması.

Bazı inovasyonların başarılı olmasının temelinde
maliyetli varlıkların paylaşılması yatar. Airbnb'de
maliyetler mekân sahipleri ve müşteriler arasın-
da paylaşılırken Uber'de de araç sahiplerince
paylaşılıyor. Bazen varlıklar tedarik zinciri içeri-
sinde de paylaşılabilir. Bu paylaşım genelde
her iki taraf için fayda sağlayan iki taraflı online
pazar yerleri üzerinden gerçekleşiyor. Ben

KAÇ KUTUCUK İŞARETLEMELİ?

ARAŞTIRMAMIZA GÖRE BİR ENDÜSTRİYE DÖNÜŞTÜRMEK İÇİN BİR İŞ MODELİNDE ALTI UNSURDAN EN AZ ÜÇ TANESİNİN BULUNMASI GEREKİYOR. İŞTE İNCELEDİĞİMİZ 40 YENİ MODELDEKİ DURUM:

	ŞİRKET	ENDÜSTRİ	KİŞİSELLEŞTİRME	KAPALI ÇEVİRİM	VARLIK PAYLAŞIMI	KULLANDIĞIN KADAR ÖDE	İŞ BİRLİĞİ EKOSİSTEMİ	ÇEVİKLİK	TOPLAM
1	AIRBNB	GAYRİ MENKUL	X		X		X	X	4
2	ALIBABA	PERAKENDE	X			X	X		3
3	AMAZON	PERAKENDE	X			X	X	X	4
4	APPEAR HERE	EMlak KİRALAMA			X		X		2
5	APPLE IPOD	ELEKTRONİK	X			X	X		3
6	ARM	ELEKTRONİK	X				X	X	3
7	CANON	ELEKTRONİK/KOPYALAMA		X		X	X		3
8	COURSERA	EĞİTİM	X				X		2
9	DELL	ELEKTRONİK	X			X	X	X	4
10	EDX	EĞİTİM	X				X		2
11	ETSY	PERAKENDE	X						1
12	GOOGLE ADWORDS	REKLAMCILIK	X			X	X	X	4
13	HANDY	EV HİZMETLERİ				X	X		2
14	IKEA	PERAKENDE	X	X			X	X	4
15	INTERFACE	HALI DÖŞEME		X		X			2
16	JUSTPARK	GAYRİ MENKUL	X		X	X			3
17	LEGO FACTORY	OYUNCAK	X			X	X	X	4
18	LENDING CLUB	BANKACILIK				X		X	2
19	LIVEOPS	ÇAĞRI MERKEZİ			X		X	X	3
20	LYFT	TAKSİ İŞLETME	X		X	X	X		4
21	M-PESA	BANKACILIK	X		X		X		3
22	MEDICAST	SAĞLIK HİZMETLERİ	X		X		X		3
23	NATURA	KOZMETİK		X			X		2
24	NIKE ID	AYAKKABI	X					X	2
25	PHILIPS PAY PER LUX	AYDINLATMA		X	X	X	X		4
26	RICOH PAY PER PAGE	ELEKTRONİK		X		X	X		3
27	ROLLS-ROYCE POWER-BY-THE-HOUR	MOTOR		X		X	X	X	4
28	RYANAIR	ULAŞIM				X	X	X	3
29	SALESFORCE.COM	YAZILIM	X		X	X			3
30	SHYP	NAKLİYE & LOJİSTİK	X	X			X		3
31	TASKRABBIT	EV HİZMETLERİ			X	X			2
32	TENCENT QQ	YAZILIM	X			X	X		3
33	UBER	TAKSİ İŞLETME	X		X	X	X	X	5
34	UDACITY	EĞİTİM	X				X		2
35	WASHIO	KURU TEMİZLEME	X		X	X			3
36	WAYFAIR	EV EŞYALARI		X			X	X	3
37	XEROX	ELEKTRONİK				X		X	2
38	ZARA	KIYAFET	X				X	X	3
39	ZIPCAR	ULAŞIM	X		X	X		X	4
40	ZOPA	BANKACILIK	X		X	X		X	4

odamı kiralarak para kazanıyorum, sen de daha ucuz ve daha iyi bir mekânda kalma şans yakalyorsun. Paylaşım ayrıca birçok endüstriye giriş engelini de azaltıyor çünkü oyuncuların varlık sahibi olmasına gerek yok, bir aracı olarak konumlanmaları yeterli.

4 Kullandığın kadar öde.

Bazı modeller kullanıcıların bir ürünü veya hizmeti tamamen almasını gerektirmiyor, kullandığı zaman ödemesini mümkün kılıyor. Müşteriler bundan mutlu oluyor çünkü değeri elde ettiklerinde ödemeyi yapıyorlar şirketler de mutlu çünkü müşteri sayısı büyümeyi sürdürüyor.

5 Daha işbirliği odaklı bir ekosistem.

Bazı inovasyonlar yeni teknolojilerin tedarik zincirindeki paydaşlar ile olan işbirliğini artırması ve işin risklerini daha doğru dağıtmaya imkân vermesi, böylelikle maliyet tasarrufu sağlaması nedeniyle başarı oluşturur.

6 Çevik ve uyumlu bir organizasyon.

İnovatörler bazen de teknolojiyi, karar vermenin hiyerarşik modellerinden uzaklaşmak ve böylece pazarın ihtiyaçlarını daha iyi görüp bu ihtiyaçlara uygun davranmak için gerçek zamanlı değişimleri mümkün kılmak amacıyla kullanırlar. Genelde bunun sonucunda müşteriye daha fazla değer sağlar ve bunu da daha düşük maliyetlerle gerçekleştirirler.

Değindiğimiz altı unsurun hepsi pazar talebi ile teknolojik imkânları ilişkilendirme konusunda fırsatlar ortaya koyuyor. Örneğin, değer teklifinin daha kişileştirilmesi, müşteri tercihlerinin fragmente yapısına ve daha çeşitli taleplerin karşılanmasına zemin hazırlıyor. Bu kişiselleştirme, bulut üzerinden bağlantılı cihazlardan gelen verileri toplayan sensörler sayesinde mümkün olabiliyor. Veriler büyük veri çözümleriyle analiz ediliyor ve her bir kullanıcı için ayrı birer hizmete dönüştürülebiliyor.

İNOVASYONDAN DÖNÜŞÜME

Teorik olarak bir şirket bu altı unsurdan ne kadar fazlasını bünyesinde barındırırsa endüstrisini dönüştürme potansiyeli de o kadar yüksek olur. Bu hipotezi test etmek için bu 40 yeni modelin her birinde unsurlardan kaçar tane olduğunu analiz ettik ve sonuçları mevcut performanslarıyla karşılaştırdık. Hâkim iş modelini yenilgiye uğratan her bir unsur için o iş modeline bir puan verdik. Sonrasında modelin pazar payı edinme (hakimleri yerinden etmek) ve diğer şirketlerin bu modeli kopyalaması kriterlerine bakarak modelin dönüşüm başarısını değerlendirdik.

Bulgularımıza göre dönüşüm potansiyeline sahip iş modelleri en az üç unsuru içeriyor.

Ulaşım hizmeti şirketi Uber beş unsuru içeriyor. İş modeli varlık paylaşımı üzerine kurulmuş; sürücüler kendi araçlarıyla hizmet veriyor. Uber'in geliştirdiği işbirliği temelli ekosistemde sürücüler iş alma riskini üstlenirken platform, büyük veriyi kullanarak bu riski en aza indirmeye çalışıyor. Platform ayrıca çeviklik sağlamak açısından pazardaki anlık değişimlere cevap verecek bir dahili karar verme sistemi oluşturuyor. Bu sayede Uber, kullandığın kadar öde fiyatlandırma sistemi uyguluyor ve sürücüler en kârlı işlerin olacağı alanlara yönlendiriyor.

Son olarak Uber, müşterilerin sürücüleri notladığı bir sistem kullanıyor. Hizmeti kullanmak isteyen bir müşteri adayı büyük veri temelli platform üzerinden en yakındaki sürücüyü ve sürücünün notunu görebiliyor. Bu notlama sistemi sürücünün temiz ve kaliteli bir hizmet vermesini ve biraz da kişiselleştirme yapmasını teşvik ediyor. Müşterinin en yakın araç ile notu en yüksek olan araç arasında karar vermesi çok da büyük bir imkân gibi görünmese de geleneksel taksi hizmetine kıyasla çok daha ileri bir uygulama.

Bulgularımızın etkileri son derece açık: Eğer iş modelinizi değiştirmeyi veya bir endüstriye yeni bir modele giriş yapmayı düşünüyorsanız modelinizin bu altı unsura göre nasıl göründüğüne bakabilirsiniz. Eğer bu unsurların herhangi birinde mevcut rekabet yapısını yenemiyorsanız başarı şansınız düşük demektir fakat modeliniz mevcut modeli en az üç-dört unsurdan geride bırakıyorsa başarı şansınız yüksektir.

Bir inovasyonun başarılı olup olmayacağını garanti edemezsiniz. (Eğer önemsiz derece küçük bir pazar nişine odaklanmamışsanız.) Ancak iş modelinizin pazarın gereksinimleri ve teknolojiyle ilişkili olmasını sağlayarak şansınızı artırabilirsiniz. Ne kadar fazla ilişki kurarsanız endüstrinizi dönüştürme şansınız da o kadar artar.

Healx'in iş modelinin son hali kişiselleştirmeyi maksimuma çıkarıyor.



REVİZE DÜNYA EKONOMİSİ

IMF "DÜNYA EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ" RAPORUNDA KÜRESEL EKONOMİYE İLİŞKİN BEKLENTİLERİNİ REVİZE ETTİ. RAPORA GÖRE BAZI ÜLKELERİN HEDEFLERİ AŞAĞI ÇEKİLİRKEN BAZI ÜLKELERİN HEDEFLERİ YÜKSELTİLDİ.

%**3,1**

2016 dünya büyüme tahmini

%**1,6**

Gelişmiş ülkelere yönelik büyüme tahmini bu yıl için **yüzde 1,8**'den **yüzde 1,6**'ya indirildi.

%**3,4**

2017 dünya ekonomisi büyüme tahmini

ABD
Ekonomisi

IMF, ABD ekonomisinin bu yıl **yüzde 1,6** ve gelecek yıl **yüzde 2,2** büyümesini bekliyor.

AVRO BÖLGESİ'NDE REVİZE TAHMİNLER

✓ IMF, Avro Bölgesi için 2016 ve 2017 büyüme tahminlerini ise temmuz ayındaki güncellemeye kıyasla **0,1 puan** yükselterek sırasıyla **yüzde 1,7**'ye ve **yüzde 1,5**'e çıkardı.

✓ İspanya bu yıl **yüzde 2,6** yerine **yüzde 3,1** ve gelecek yıl **yüzde 2,1** yerine **yüzde 2,2** büyümesi bekleniyor.

✓ Almanya'nın büyüme beklentileri 2016 için **yüzde 1,6**'dan **yüzde 1,7**'ye ve 2017 için **yüzde 1,2**'den **yüzde 1,4**'e yükseltildi.

✓ Fransa ve İtalya'nın 2016 büyüme beklentileri aşağı çekildi. Buna göre, Fransa ekonomisi bu yıl **yüzde 1,5** değil **yüzde 1,3** ve İtalya ekonomisi **yüzde 0,9** yerine **yüzde 0,8** genişleyecek.

GELİŞEN ÜLKELERDE RUSYA VE HİNDİSTAN OLUMLU AYRIŞTI

IMF, 5 yıldır yavaşlamakta olan gelişen ülkelere yönelik 2016 büyüme tahmini yüzde 4,1'den yüzde 4,2'ye revize ederken, yüzde 4,6 seviyesindeki 2017'de beklentisini değiştirmede.

✓ IMF, Rusya'nın bu yıl **yüzde 0,8** daralmasını ve gelecek sene **yüzde 1,1** büyümesini öngörüyor. Bu oranlar, temmuz ayındaki güncellemede **yüzde eksi 1,2** ve **yüzde 1** olarak belirlenmişti.

✓ Hindistan'a yönelik 2016 ve 2017 büyüme beklentileri de **yüzde 0,2** yükselterek **yüzde 7,6**'ya revize edildi.

✓ Çin ve Brezilya'ya yönelik tahminlerde değişikliğe gidilmedi. IMF, Çin'in bu yıl **yüzde 6,6** ve gelecek yıl **yüzde 6,2** genişleyeceğini tahmin ediyor. Kurumun Brezilya'ya yönelik büyüme beklentileri ise bu yıl için **yüzde eksi 3,3** ve gelecek yıl içinse **yüzde 0,5** olarak açıklandı.

BİZ

38-41

38

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilir Kalkınma
Hedefleri: Yeni Fırsat
Penceresi

40

BAYİ RÖPORTAJI

Sektörün Lokomotif
Şirketi: Aygaz



SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ: YENİ FIRSAT PENCERESİ

Sürdürülebilir Kalkınma İçin KÜRESEL HEDEFLER



Koç Topluluğu'nda sürdürülebilirlik konusunda çalışan ekipleri bir araya getiren "Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: Yeni Fırsat Penceresi" toplantısı 31 Ekim 2016 tarihinde Koç Holding'de gerçekleşti. Enerji, otomotiv, dayanıklı tüketim, finans, gıda ve hizmetler sektöründen katılımcıların yer aldığı toplantıda Koç Topluluğu sürdürülebilirlik modeli paylaşıldı.

Oya Ünlü Kızıl: "Sürdürülebilirlikte liderler liginde yer almayı ve bu alandaki fırsatları değerlendirerek rekabetçi üstünlük sağlamayı hedefliyoruz"

Toplantının açılış konuşmasını gerçekleştiren Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Direktörü Oya Ünlü Kızıl, konuşmasında Koç Topluluğu'nun sürdürülebilirlik konusunda yeni bir döneme girdiğini, bu doğrultuda sürdürülebilirlikte liderler liginde yer almayı ve bu alandaki fırsatları değerlendirerek rekabetçi üs-

tünlük sağlamayı hedeflediklerini belirtti. Birleşmiş Milletler tarafından 2015 yılında benimsenen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin tüm dünyanın ulaşmak istediği noktayı tanımlayan bir çerçeve çizdiğini vurgulayan Kızıl, "inovasyondan sürdürülebilir şehirlere, toplumsal cinsiyet eşitliğinden iklim değişikliğine kadar pek çok farklı alana dokunan Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin özel sektörün gündeminde her geçen gün daha önemli bir yer tuttuğunu" ifade etti. "Koç Topluluğu faaliyet gösterdiği sektörlerin çeşitliliği itibarıyla 17 Hedefin tamamına katkı sağlayabilir. Biz de bu alandaki fırsatlarımızı belirleyip öncü olacağız." dedi.

Ebru Tüzecan: "Paydaşlarla diyalog ve işbirliği önemli"

Oya Ünlü Kızıl'ın konuşmasının ardından söz alan Koç Holding Sürdürülebilirlik Koordinatörü Ebru Bakkaloğlu Tüzecan, sürdürülebilirlik alanındaki küresel trend-



leri aktarırken, Koç Topluluğu sürdürülebilirlik modelinin arka planı, odak alanları ve araçları hakkında detaylı bilgi verdi. Sürdürülebilirlikte liderlik yolunda paydaşlar ile diyalog ve işbirliğine değinen Tüzecan, iş dünyasını en başından çözümün parçası olarak konumlandırmanın önemine dikkat çekti.

Sahba Sobhani: “Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’nin başarısı özel sektör operasyonlarına bağlı”

Toplantının ikinci yarısında düzenlenen panelde konuşan Birleşmiş Milletler Özel Sektör Danışmanı Sahba Sobhani, işletmelerin özüne ait operasyonların her zaman özel sektörün ana konusu olacağını ancak artık özel sektörün çevresel ve toplumsal etkisini dikkate alarak amaçlarını çeşitlendirmesi gerektiğini belirtti. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’ne ulaşmak için kamu-özel sektör-STK işbirliklerinin yanı sıra özel sektör işbirliklerinin de çok önemli olduğuna değinen Sobhani, Koç Topluluğu’nun farklı sektörlerdeki operasyonlarıyla bu alanda farkındalık yaratmak ve dönüşümü tetiklemek için en uygun paydaş olduğunun altını çizdi.

Buket Bahar Dıvrak: “Çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik iç içe geçmiş konulardır”

Kalkınma ve Çevre Politikaları Uzmanı Buket Bahar Dıvrak, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’ni analiz ederken 17 hedefin de birbiriyle bağlantılı olduğunu vurguladı. Özellikle ortaklıklar odağındaki hedefe dikkat çeken Dıvrak, uygulama araçları ve çözüm yöntemleri geliştirmek isteyen kurumların bu hedefe odaklanmaları gerektiğine değindi. Dıvrak, Türkiye gündemi üzerinden hedefler yorumlandığında özellikle doğa koruma, iklim değişikliği ve toplumsal cinsiyet eşitliği konularında daha ileriye gitmemiz gerektiğini, bunun için de iş dünyasına görev düştüğünü kaydetti.

Meltem Ağduk: “Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’nin birçoğuna dokunan toplumsal cinsiyet eşitliği meselesi çok kritik”

Toplumsal cinsiyet eşitliğine dikkati çeken UNFPA Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Koordinatörü Meltem Ağduk ise, eğitim, sağlık ve istihdam konularında sayısal eşitliğin yanı sıra nitel bir eşitlik de yaratılması gerektiğini vurguladı. Sürdürülebilir kalkınma alanında Birleşmiş Milletler’in çalışma anlayışındaki değişimin üç evresini “hayırseverlik”, “sosyal sorumluluk” ve “dönüştürücü güç” olarak tanımlayan Ağduk, iş dünyasında da bu değişimin olması gerektiğini ve özel sektörün artık kendisine dönüştürücü bir rol biçmesinin zamanının geldiğini vurguladı.

“Oya Ünlü Kızıl:
“Sürdürülebilirlikte liderler liginde yer almayı ve bu alandaki fırsatları değerlendirerek rekabetçi üstünlük sağlamayı hedefliyoruz”



01_ Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Direktörü Oya Ünlü Kızıl

02_ Kalkınma ve Çevre Politikaları Uzmanı Buket Bahar Dıvrak

03_ Koç Holding Sürdürülebilirlik Koordinatörü Ebru Bakkaloğlu Tüzecan

04_ Birleşmiş Milletler Özel Sektör Danışmanı Sahba Sobhani

05_ UNFPA Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Koordinatörü Meltem Ağduk

01



02



03



04



05



SEKTÖRÜN LOKOMOTİF ŞİRKETİ: AYGAZ

AYGAZ BURSA BAYİSİ ACAR PETROL GENEL MÜDÜRÜ ALİ ACAR, AYGAZ İLE KISA BİR SÜRE ÖNCE TANIŞMIŞ OLMALARINA RAĞMEN GEREKEN SİNERJİYİ YAKALADIKLARINI SÖYLÜYOR.



Aygaz Bursa bayisi Acar Petrol Genel Müdürü Ali Acar, Aygaz ile kısa bir süre önce tanışmış olmalarına rağmen gereken sinerjiyi yakaladıklarını söylüyor.

1992 yılında akaryakıt ve LPG sektöründe hizmet vermek amacıyla kurulan Acar Petrol, uzun yıllar sektörde faaliyet gösterdikten sonra geçtiğimiz yıl Aygaz ile yollarını birleştirme kararı aldı. Karar aşamasında Aygaz Otogaz; marka ve kalitesi, alanındaki uzmanlık ve güvenilirliği asli işinin otogaz oluşu sektörde büyük bir fark yarattığını gördüklerini söyleyen Ali Acar, müşterilerine daha kaliteli ve daha güvenilir bir hizmet sunacaklarına inanarak Aygaz ailesinin bir ferdi olmaya karar verdiklerini belirtiyor.

Ali Bey sizi biraz yakından tanıyabilir miyiz? Bizlere kendinizden, ailenizden ve şirketinizden bahseder misiniz?

Şirketimiz 1992 yılında babam ve amcalarımın ortaklığıyla kurulmuş bir aile şirketi... Uzun yıllardan bu yana akaryakıt ve LPG satışında faaliyet gösteriyoruz. Ben ise 2005 yılından bu yana karde-

şim Recep Acar ile birlikte işletmecilik yapıyoruz. İki kardeş işlerimizi birlikte yürütüyoruz. Kardeşim iş hayatındaki en büyük destekçilerimden biridir.

1976 Bursa doğumluyum, evliyim, dört kız babasıyım... İş hayatının yoğun temposundan arta kalan zamanımı eşim ve çocuklarımla geçirmeyi tercih ediyorum. Eşim Sevim Hanım hayata dair her konuda benim en büyük destekçimdir.

Kaç yıldır otogaz bayiliği yapıyorsunuz? Aygaz'la tanışma hikâyenizi anlatır mısınız?

Aygaz yetkililerinin 2015'te istasyonu-muzu ziyaret etmesiyle tanıştık Aygaz ile... Sözleşme yenileme döneminde olduğumuzdan başka firmalarla da görüşmemiz oldu. Ancak karar verme aşamasına geldiğimiz zaman gördük ki Aygaz Otogaz; marka ve kalitesi, alanındaki uzmanlık ve güvenilirliği asli işinin otogaz oluşu sektörde büyük bir fark yaratmış. Bu artılara bir de Aygaz yetkililerinin ilk görüşmemizde bizlerde oluşturdukları samimiyet duygusu, piyasaya olan hâkimiyetleri bilgi ve birikimleri, sektöre ve bayiye olan bakış

açıları eklenince Aygaz'ın diğer firmalardan daha önde olduğunu gördük. Sektör rekabet koşulları oldukça sert olan bir sektör. Bu nedenle Aygaz'la müşterilerimize daha kaliteli ve daha güvenilir bir hizmet sunacağımıza inanarak Aygaz ailesinin bir ferdi olmaya karar verdik.

Otogaz denince hem sürücüler hem de yolcular için “güven” konusu da ön planda oluyor. Siz bir Aygaz bayisi olarak tüketicilerin bu markayı seçmelerindeki temel sebepleri neler olarak görüyorsunuz?

Bizim işimiz elden ele bir ticaret değildir. Bu sektörde müşteriler görmedikleri dokunamadıkları bir ürünü satın almak zorunda kalıyor. Bunun sonucu olarak da haliyle güven konusu ön plana çıkıyor. Aygaz'ın yarım asrı aşkındır bu sektörde ve sektörün lokomotifliği oluştu, bu süreçte müşterilerine vermiş olduğu hizmet kalitesi, tecrübesi ve bilinirliğini tüketicilerin bu markayı seçmesindeki temel sebepler olarak görüyorum. Markanın gücünün yanına bir de istasyonlarda müşteri memnuniyeti eklenince başarı kaçınılmaz oluyor. Sizin de dediğiniz gibi otogaz çok ciddi bir iş, bu nedenle Aygaz gibi adı Koç Holding ile birlikte anılan bir markanın müşteri gözünde değeri tartışılmaz. İstasyon işletmek ilginç ve zorlu bir iş... Müşteri memnun kaldığı istasyonları unutuyor ve sonrasında yolunu bile değiştirerek bu istasyonu tercih ediyor. Müşterilerde bu güveni ve memnuniyeti yaratmak her işletmecinin arzuladığı bir durumdur. Biz kısa bir süre olmasına rağmen Aygaz markasıyla bu sinerjiyi sağladığımızı düşünüyorum ve Aygaz ile yollarımızı birleştirmiş olmaktan dolayı çok memnunuz.

Müşterilerinizle olan ilişkilerinizde hangi unsurları ön planda tutuyorsunuz? Sizin hizmette olmazsa olmazlar nelerdir?

Müşterilerin ihtiyaç, beklenti, tatmin ve sadakatini ön planda tutuyorum. Aygaz ailesine geçişimiz 14 ay gibi bir zaman oldu bu sürede şunu daha iyi anladım, müşterinin güvendiği bir ürünü satmak gerçekten daha kolay. İnanın burada bize sadece müşteriye güler yüzle karşılayıp hoş geldiniz demek ve müşteriye bekletmeden hızlı bir şekilde hizmet vermek kalıyor. Bir de çevre, tuvalet temizliği ve market ürün çeşitliliği sağlandığında satış başarısına ulaşmamak elde değil. Benim hizmette olmazsa olmazım müşteri memnuniyeti. Nedenine gelince bizim sektörde devamlılık esastır bu da biz müşteriye memnun ettiğimiz sürece olacaktır.

Personelinizi seçerken nelere dikkat ediyorsunuz? Şu anda kaç kişilik bir ekiple çalışıyorsunuz?

Bu sektörün en önemli ama bana sorarsanız en zayıf halkalarından biri kalifiye personel sıkıntısı... Sektörde kalifiye eleman bulmakta büyük zorluk çekiliyor. Biz personel alırken prensip olarak dürüst, pozitif, saygılı ve çalışmaya istekli adayları seçmeye özen gösteriyoruz. Ardından da gerekli saha ve teknik eğitimleri vermeye çalışıyoruz. Şu an 25 kişilik bir ekiple hizmet vermekteyiz.

Bir Koç Topluluğu bayisi olarak bulunduğunuz bölgeye katkı sağlamak için sosyal sorumluluk projeleri içinde yer alıyor musunuz?

Şehrimizde ve özellikle ilçemizde olan sosyal sorumluluk projelerine katkıda bulunmak için her sene şirket olarak belirli bir bütçe ayırmaktayız.



Aygaz'ın yarım asrı aşkındır bu sektörde ve sektörün lokomotifliği oluştu, bu süreçte müşterilerine vermiş olduğu hizmet kalitesi, tecrübesi ve bilinirliğini tüketicilerin bu markaya seçmesindeki temel sebepler olarak görüyorum.



Ali Acar personel seçerken pozitif dürüst ve saygılı insanları işe almaya özen gösteriyor.



Chippin

FİŞLERİNİZE 50TL

Tam Fişinize Göre Bir Alışveriş Uygulaması



UYGULAMAYI İNDİR

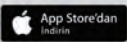


FİŞİNİ GÖNDER



50TL KAZAN

HEMEN İNDİR



30 Kasım 2016 tarihine kadar Chippin'e üye olup, yaptığın herhangi bir alışverişin fişini uygulama içerisinde "Fiş Gönder" alanından gönderirsen fiş başına 1 TL değerinde Chippin kazanacaksın. En fazla 50 fiş için olmak üzere toplamda en fazla 50 TL değerinde Chippin kazanabilirsin. Toplam 500.000 TL değerinde Chippin verilmesi ile kampanya sona erecek olup, bu rakama ulaşılması halinde kampanya 30 Kasım 2016 tarihine kadar geçerli olacaktır. Gönderdiğin fişler onaylandığında Chippinlerin 1 (bir) iş günü içerisinde yüklenecektir. Kazanılan Chippinleri 31 Ocak 2017 tarihine kadar seçtiğin hayallerde kullanabilirsin. Bu kampanyadan kazandığın Chippinleri nakit olarak talep edemezsin. Chippin'i iOS 8 ve üzeri işletim sistemleri ile Android 5 ve üzeri işletim sistemleri üzerinden indirebilirsin. Chippin kullanımına ilişkin detaylı bilgilendirmeyi uygulama içerisinde bulabilirsin. Uygulamanın yüklenmesi ve kullanımı sırasında cep telefonu üzerindeki iletişim ücreti dâhil tüm bedeller ilgili operatör anlaşmalarına göre kullanıcıya aittir. Tanı Pazarlama ve İletişim Hizmetleri A.Ş. kampanyayı her zaman durdurma ve değiştirme hakkına sahiptir. Apple ve Apple logosu, Apple Inc. şirketinin ABD ve diğer ülkelerde tescilli ticari markalarıdır. App Store, Apple Inc. şirketinin hizmet markasıdır. Google Play ve Google Play logosu Google Inc. kuruluşunun ticari markalarıdır.

YAŞAM

44-48

44

ÇOCUK GELİŞİM

Oyun Oynamak İletişimi
Geliştiriyor

46

SANAT

Alternatif Tarihte
Alternatif Çok

48

SAĞLIK

Kış Hastası Olmadan
Geçirmeniz Mümkün.
Nasıl mı?



OYUN OYNAMAK İLETİŞİMİ GELİŞTİRİYOR

SOSYAL MEDYADA 'OYUNCU ANNE' OLARAK TANINAN ŞERMİN ÇARKACI, ÇOCUKLARIYLA YAŞAMINI SOSYAL MEDYAYA TAŞIYARAK TÜM ANNELERE YOL GÖSTERİYOR. AYNI ZAMANDA DENEYİMLERİNİ VE PAYLAŞIMLARINI KİTAPLAŞTIRAN ŞERMİN ÇARKACI ÇOCUKLARLA OYUN OYNAMANIN ÖNEMİNİ BİZDEN HABERLER DERGİSİ'NE ANLATTI.



Şermi Çarkacı, hayatına ansızın giren 3 küçük çocuğuyla nasıl iyi vakit geçirebilirim diye düşünürken çocukların en sevdiği şey olan oyun oynamayı keşfetti. Kendisi de çocukken oyunu çok seven Şermi Çarkacı, çocuklarıyla oynadığı ilgi çekici tüm bu oyunları sosyal medyada paylaşmaya başlayınca annelerin takip ettiği bir sosyal medya fenomenine dönüştü. Hem çalışan, hem de çocuklarıyla harika bir iletişim yolu bulan Şermi Çarkacı'nın tavsiyeleri tüm anneler için alternatif oluyor.

"Çocuk olmak" ve "oyun" kelimelerini ne zaman bir araya getirsek, eski zamanlara gider aklımız. "Bugünün çocukları ne yapsın, oynayacak alan yok" deriz sonra kendi kendimize. Sahiden de böyle mi? Değişen zaman ve koşullara baktığınızda çocukların penceresinden nasıl bir oyun alanı görüyorsunuz? Bizim çocukluğumuzun en önemli değeri sokaktı. Sabahtan çıktığımız ve akşama kadar koştuğumuz sokak gerçek çocukluk deneyiminin yanında başka bir sürü şeyi de yaşattırdı bera-

berinde. Paylaşmayı, iletişimi, kendini korumayı, arkadaşlığı, selamlaşmayı, yardım etmeyi... Bir sürü şeyi kendi kendine öğretirdi. Şimdi sokak yok, çocuklar duvarlar arasına kapandı. Araştırmalar gösteriyor ki, bugün çocuklar neredeyse cezaevi mahkumları kadar az açık havaya maruz kalıyorlar. Doğru. Baksanıza ya evdeler, ya okulda, ya aktivite alanlarında, ya AVM'lerde ya da kurslarda... Ebeveynlere sorduğunuzda 'e napalım gidecek başka yer yok' diyorlar. Biraz da kolayımıza geliyor sanırım. Ben bu 'eee napalım'a katılmıyorum. Biraz zorlayacağız kendimizi.

Bir örnek vereyim. Biz çocukken, dedem bizi her kış ormana yürüyüşe götürürdü. Çok kar yağdı, karın yetişkinlerin dizlerini geçtiği günler. Araba ormanın belli bir yerine kadar gider, sonrasında arabadan indirir, yolun geri kalanını yürüyerek gideceğiz derdi. Hakikaten de karda düşe kalka yürürdük. Bize helva yedirirdi, 'Eğer helva yerse-niz içiniz kızışır, üşümezsiniz' diye tembihlerdi. Bir saat kadar ormanda yürür, kurt masalları dinler, korkar, üşür, ama delice bir heyecanla gezerdik.

Sonra geri dönerdik. Hala her saniyesi, her anı, her detayı aklımda bu yürüyüşlerin.

Şimdi Ankara'da yaşıyorum, şehrin ortasında... Çocuklara bunu deneyimletmek mümkün mü? Evet. Kışın çok kar yağdığında, aynı üslup ve hikayeyle götürüyorum ormana. Belli bir yere kadar arabayla gidiyoruz, yolun devamını yürüyerek geçiyoruz. Yolda helva yiyoruz. Kurt masalları anlatıyoruz. Üşüyoruz, eğleniyoruz, kızak kayıyoruz. Eve döndüğümüzde tıpkı benim çocukluğumdaki gibi mutlu olduklarını görüyorum.

Günümüzdeki çocuklar “daha çok oyuncak, daha çok çizgi film, daha çok kıyafet, daha çok, daha çok...” söylemleriyle yetişiyor sanki. Çocukları bu hale getiren ebeveynlerin tutumu mu sizce? Ebeveynlere düşen sorumlulukların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Ben çocuk gelişimci değilim, çocuk psikoloğu değilim, bu açıdan eleştiremem kimseyi. Ama kendi hayatımızda şunu gözlemliyorum. Her şey oyuncak olabiliyor, eğer siz isterseniz. Bakın bir tane büyük boy mukavva koli getiriyorum eve. İçine çocuğu oturtup döndürüyorum. Çıtlık çıtlığa eğleniyor. Üstüne bir delik açıp ip geçiriyorum. Evin içinde gezdiriyorum. İşte o onun akülü arabası! İki mukavva koliyi üst üste koyup bebeklerimizi diziyoruz, işte bu bizim bebek evimiz. Kolinin içine çizgiler çiziyorum, o alanlara araba park ediyoruz, işte bu bizim otoparkımız. Çocuğu kutuya oturtup eline boya kalemleri veriyorum, işte o onun tuvali... Aynı koli uçak olur, gemi olur...

Önerim gidip almaktansa, birlikte yapmaktan yana. Mesela çadır mı istiyor. Gidip almayın hemen. İki karşılıklı duvara çivi çakın, ip gerin. Üzerinden bir çarşaf geçirin, çarşafın uçlarını gerdirin. Alın size bir çadır. Girin içine kitap okuyun, masal anlatın, sohbet edin, film izleyin. Bunlar çocuğun yapabileceği şeyler değil, biz yapacağız, çocuklar bize ayak yurdacaklar.

Siz de 3 çocuklu bir annesiniz. Sizin için çocuklarınızdan daha yaramaz olduğunuz bile söyleniyor. Onlarla yaramazlık yapmak mı yoksa kuralcı olmak mı doğru olan? Siz duruşunuzu nasıl belirliyorsunuz?

Biz yetişkinlerin yaramazlık diye tanımladıkları şeyler genellikle onların ‘çocuklukları’. Koşuyor mu? Koşacak. Çocuk o. Karıştırıyor mu? Karıştıracak, keşfedecek. Öyle öyle öğrenecek. Biz mum gibi çocuklar istiyoruz, yok öyle çocuk. Olmasın da zaten. Konuşsun, karıştırsın, merak etsin, derdini anlatsın, kararlarını söylesin, hoşlanmadığı şeyleri sırf biz istiyoruz diye yapmasın... Bunları yapan çocuk yaramaz çocuk oluyor. Pek biliyoruz çocuklara, hadi git odanda oyna demeyi! Odanda oyna ama

mümkünse dağıtma, batırma, gürültü yapma... Böyle çocukluk olur mu? Bu konularda kuralcı değilim. Ama başkalarının hakkını gasp ediyorsa, bencilik ediyorsa, kardeşini şikayet ediyorsa, nazik davranmıyorsa, karşındakini kınyorsa, özür dileyemiyorsa... Bunlarda karşlarına çıkıyorum.

Sizce bu anne ve babalar çocuklarına ayırdıkları kısıtlı zamanı nasıl daha kaliteli hale dönüştürebilirler?

Evet, nedense kimsenin vakti yok. Oysa oyun dışında her şeye vakit buluyor herkes. Ben her akşam en az 20 dakika çocuklarla sadece onlara özel zaman ayırmaktan yanayım. Bu süre ne kadar uzun olursa o kadar iyi. Nasıl ki her akşam çocukların pijamalarını giydireyoruz, yemeklerini yediyoruz, dişlerini fırçalatıyoruz ve bunlar her gece yaşanıyor, rutinimiz, atlanmıyor. Öyleyse oyun da atlanmasın... Her ailenin yaşam tarzına, her anne babanın sabrına, her çocuğun yaşına ve ihtiyacına göre değişir ama en azından 20 dakikayı birlikte ‘gerçekten’ zaman geçirerek değerlendirmeliyiz diye düşünüyorum. Neden gerçekten? Çünkü şöyle bir durum var. Aynı odada bulunmak birlikte zaman geçirmek değildir. Siz bir koltukta çocuk bir koltukta hiç konuşmadan televizyon izliyorsunuz, bunun kimseye faydası yok. Siz telefonla oynuyorsunuz, çocuk resim yapıyor, bu zamanın ona faydası olamaz ki. Ya da mesela çocuğu kursa götürdünüz, o yüzerken, bale dersi alırken, ne bileyim spor yaparken siz de bekleme salonunda onu bekliyorsunuz. Bu çocuk için nitelikli zaman ama birlikte geçen nitelikli zaman değil...

Anne ve babaların çocuklarıyla birlikte oynayabileceği oyun örnekleri verir misiniz bizlere?

Bu sayfaları okuyacak herkesin farklı yaş gruplarından çocuğu var. Dolayısıyla doğrudan oyun önerisi vermek yerine, kendi evlerinde nasıl oyunlar oynayabileceklerini düşünmelerini önerebilirim. Mesela ürünümüz balon olsun... Balonları şişirip üzerine oturarak patlatma yarışı yapın ailece... Balonları şişirip bırakarak en uzağa uçurma yarışı yapın. Balonların üzerine üzgün, kızgın, şaşkın, mutlu... yüz ifadeleri çizin ve birbirinize atın. Kime hangi ifade gelirse, kendi yüzünde onu yansitsin. Balonun ağız kısmını biraz genişletin, içine oyun hamuru doldurun. Ağzını bağlayın. Üzerine keçeli kalemle ağız, burun, göz çizip oynayın. Balonu ağız kısmından kesin. Geri kalan kısmını bir kavanozun ağzına geçirin. Bir paket lastiği yardımıyla ikisini sabitleyin. İşte kendi davulunuzu yapmış oldunuz. Şimdi çay kaşıkları ile istediğiniz şarkıyı çalabilirsiniz.

Burada çocuğun yaşı, ilgi alanı ve sizin gönüllülüğünüz çok önemli. Çocuklar zaten oyuna hazırdır, siz yeter ki onları davet edin ve gerçekten gönülden oyuna katılın. O hazzı bir kez yaşadığınızda, her akşam oynayacak bir oyun mutlaka bulursunuz.

BASİT BİR OYUN ÖNERİSİ

ŞERMIN ÇARKACI ÇALIŞAN ANNELERE YAPMAK ZORUNDA OLDUKLARI BİR YEMEĞİ BİLE ÇOCUKLA NASIL OYUNA DÖNÜŞTÜRÜLEBİLECEĞİNİ ANLATIYOR.

“Diyelim ki bir akşam yemeğine limonata koyacaksınız. Limonatayı çocuğunuzla birlikte yapabilirsiniz. Çocukla birlikte yaptığınızda ortalık fena halde batar. Ama bakın sadece limonata yaparak nasıl vakit geçirmiş oluyorsunuz.”

✓ Elinden tutarak yardım ettiniz ve limonları kestirdiniz. **(Bıçak kullandı, kendine güvendi, eli elinize değdi.)**

✓ Çocuğunuz limonları çevire çevire sıktı. **(İnce motor çalışması)**

✓ Limonun suyunu, tencereden keçpe kullanarak kevgire taşıdı. **(El göz koordinasyonu, denge çalışması)**

✓ Çocuğunuza anlatın, limon nerede yetişir, başka hangi meyvenin suyu sıkılabilir, sarı renkli başka hangi meyveler var... vs. Sorun, anlatın, konuşun. **(Sözel iletişim)**

✓ İçine 2 kaşık şeker, 1 kaşık bal, 7 yaprak nane koymasını söylediniz. **(Sayı sayma...)**

✓ Sonra dediniz ki, hadi limonatacı ol ve ‘limonataaaaa limonataaaa’ diye bağırarak bize limonata sat. **(Evcilik)**



ALTERNATİF TARİHTE ALTERNATİF ÇOK

BİLDİĞİMİZ TARİHE FARKLI BİR GÖZLE BAKMAYI
HİÇ DENEYİNİZ Mİ? MESELA KAVİMLER GÖÇÜ
HİÇ GERÇEKLEŞMEMİŞ OLSAYDI YA DA DÜNYA
SAVAŞLARI FARKLI SONUÇLANSAYDI BUGÜN
NASIL BİR DÜNYADA YAŞARDIK?

Tarihi ve fantastik kurgunun bir harmanı olan edebiyat türü olan alternatif tarih, farklı senaryolarla dün ve bugünü başka bir gözle yorumlamanız için size yeni kapılar açıyor.

İlk örneğine oldukça eski bir tarihte, milattan önce yazar Titus Livius'un eserinde rastlanan alternatif tarih popülerliğini son zamanlarda kazandı. Livius'un, "Ya Büyük İskender Makedonya Krallığı'nın sınırlarını Doğu yerine Batı'ya doğru genişletmiş olsaydı?" sorusu üzerinden şekillendirdiği kurguda olduğu gibi, çoğu alternatif tarih örneği daha çok siyasal ve sosyal gelişmelerle ilişkilendiriliyor. Savaşlar olmasaydı, suikastler gerçekleşmeseydi ya da seçimlerde farklı sonuçlar ortaya çıksaydı gibi senaryoların sayısı yadsınamayacak kadar fazla. İşte bu eserlere örnek film ve kitaplar.

OKUYUN!



Philip K. Dick / THE MAN IN THE HIGH CASTLE (YÜKSEK ŞATODAKİ ADAM)

Yazarın 1962 yılında Hugo Ödülü'ne uzanmasını sağlayan bu başyapıt, Naziler ile Japonlar'ın II. Dünya Savaşı'nı kazanarak dünyayı birlikte yönettiği bir zamanda geçiyor. Bu kitap günümüzde bir dizi olarak televizyon izleyicisiyle de buluşuyor.



Robert Harris / FATHERLAND

Yine II. Dünya Savaşı'nı Almanya'nın kazandığı alternatif bir senaryo olan Fatherland'de yazar, bir gazetecinin maceralarını anlatır. Hitler'in Rusya'ya karşı Amerika'yı yanına çekme çabalarını konu edinir.



Harry Turtledove / WORLD WAR

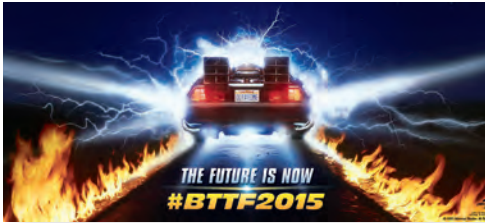
Alternatif tarihin ustası olarak bilinen Harry Turtledove'un eserleri birden fazla, ancak bunlardan en çok ilgi çekenlerden biri "World War" (Dünya Savaşı) isimli eseri. Turtledove, dörtleme şeklinde yayınlandığı bu eserinde dünyayı istila eden uzaylıları konu ediniyor.



Ward Moore BRING BACK TO JUBILEE (JÜBİLEYİ GERİ GETİR)

Amerikan İç Savaşı'nı Konfederasyon'un kazanıp köleliğin yaygınlaştığı bir dönemde yaşayan kitabın baş kahramanı, zamanda yolculuk yaparak Birleşik Devletler'in savaşı kazanmasını sağlar.

İZLEYİN!



BACK TO THE FUTURE (GELECEĞE DÖNÜŞ)

Temsil ettiği türden bağımsız olarak herkesin gönüllerinde taht kuran kült bir film Geleceğe Dönüş. Genç Marty McFly ile Profesör Emmet Brown'un zaman içerisindeki heyecanlı maceralarını konu alan filmde, kahramanlar yaşanmış olayları değiştirerek adeta bir kelebek etkisi yaratıyor.



WATCHMAN

Soğuk Savaş döneminde ABD ve SSCB nükleer bir savaşın eşiğindedir. O dönemde bulunan süper kahramanlar gündelik kıyafetleriyle halkın içinde yaşarlar. Kendi iradeleri dışında başka özelliklerinin olmadığı bu süper kahramanlar adalet için emek vereceklerdir.



X-MEN: DAYS OF FUTURE PAST (GEÇMİŞ GÜNLER GELECEK)

Mutantların tüm özelliklerini taşıma yeteneğine sahip insan yapımı organik canlılar olan Sentineller'in mutantları yok etmesini anlatan filmde, bir mutantın geçmişe gidip tüm yaşananları düzeltmesi beklenir. Wolverine adlı bu mutant bu görevi başarıyla yerine getirmelidir.

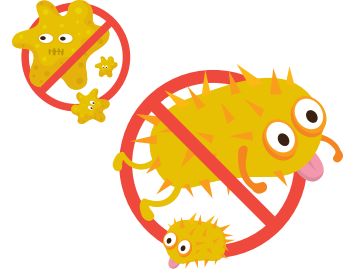


FREQUENCY (FREKANS)

Babasını erken yaşta kaybeden ve yıllar sonra onun eşyaları arasında bulunduğu bir radyoyu kurcalarken bir frekans yakalayan kahramanımız 30 yıl önceki babasıyla iletişime geçer. Yaşayacağı tehlikelere karşı onu uyarır, ancak önlerinde çok farklı seçenekler vardır.

KIŞI HASTA OLMADAN GEÇİRMENİZ MÜMKÜN. NASIL MI?

SOĞUK HAVALARIN EN BÜYÜK SORUNLARINDAN BİRİ, SIKLIKLA YAKALANDIĞIMIZ SOĞUK ALGINLIĞI HIÇ ŞÜPHEŞİZ. ÇOK SIKI GİYİNSEK BİLE, SIKLIKLA GRİP OLABİLİYOR, BU NEDENLE FİZİKSEL OLARAK YIPRANDIĞIMIZ GİBİ İŞYERİNDE VE SOSYAL HAYATIMIZDA DA PROBLEM YAŞAYABİLİYORUZ. ANCAK KIŞI HASTA OLMADAN GEÇİRMEK DE MÜMKÜN! BİRKAÇ BASİT YÖNTEME BAŞVURARAK, KIŞ BOYUNCA SAĞLIKLI OLABİLİR, FİZİKSEL SAĞLIĞIMIZDAN VE İŞYERİNDEKİ DEVAMLILIĞIMIZDAN ÖDÜN VERMEYEBİLİRİZ. İŞTE BUNU BAŞARMAMIZI SAĞLAYACAK 4 YÖNTEM:



1

Grip aşısı

Grip aşısının hastalığa karşı etkisi henüz yüzde 100 kanıtlanmış değil. Ancak bu konuda yapılan son araştırmalar ve uzman görüşleri, grip aşısıyla soğuk algınlığına yakalanma riskinin yüzde 50-60 oranında düşürülebildiği konusunda hemfikir.



2

Hijyen

Uzmanlar diyor ki, "Günde en az 3 kez el yıkarsanız, hastalık riskini büyük oranda azaltabilirsiniz." Üstelik bu olumlu etki yalnızca soğuk algınlığında değil aynı zamanda bağırsak enfeksiyonu ve ishal riskini azaltmada da kendini gösteriyor.



4

Sağlıklı beslenme

Sağlam vücut sağlıklı beslenmeyle mümkün olur. Beslenme, vücut direncini arttırmak bakımından hayati önem taşıyor. Çok önemli. Bol bol lifli gıda, sebze ve meyve tüketmeye özen gösterin. Şeker azaltmak da bağışıklık sisteminizin güçlenmesini sağlayacak.



3

Düzenli uyku

Düzenli uyku, bağışıklık sisteminin güçlenmesi için gereken ilk şartlardan biri. Uzmanlara göre, her akşam aynı saatlerde yatmak hem yetişkinlerde hem çocuklarda hasta olma olasılığını azaltıyor.



insan ~~ADAM~~ GİBİ İŞ YAPTIK, ÖDÜLÜNÜ DE ALDIK



8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde
doğru düzgün
~~adam~~ akıllı bir ilan ortaya çıkarmak için, işini
laıgıyula
~~adam~~ gibi yapan *kadınlar* olarak haftalardır
çalışıyoruz. *insanoğlunun* tarih boyunca
kendi elleriyle yarattığı ve aslında *insanlığın* ~~erkekliğe~~ *insanlığa*
sığmayan toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerine
kafa yoruyoruz. ~~Tam bu işin adamı~~ dediğimiz
Bu iş için biçilmiş kaftan
arkadaşlarımız başta olmak üzere pek çok
kişiyle görüştük.

Sonra düşündük ki, *insan* ~~adam~~ olana
bir söz yeter;

Kafalarımızdaki kalıplar kullandığımız kelimelerle
kendini ele verir.

Bugün, cinsiyet eşitliğini sağlamaya sözlerinle başla!



8 Mart Dünya Kadınlar Günü'ne özel hazırladığımız "Cinsiyet Eşitliğini Sağlamaya Kelimelerinden Başla" ilanımızla Felis Ödülleri'nde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Özel Ödülü "KAGİDER Bire:bir" in sahibi olduk.

Değişim devam ediyor.



Ülkemiz için çalışan herkese teşekkürlerimizle...

