

TOFAŞ'IN 50 YILLIK YOL HİKÂYESİ

Türkiye otomotiv endüstrisinin
kurucularından Tofaş'ın imza attığı
50 yılın hikayesi...



En iyi dileklerinizi ifade eden Bir Dünya Çiçek var.

TEV Bir Dünya Çiçek projesi sayesinde, davetler artık gençler için eğitim umudu.
tev.org.tr adresine girin, dilediğiniz renkte çiçeği dilediğiniz davete, düğüne ya da
açılışa gönderin, siz de bir gencin eğitim umudu olun.



TÜRK EĞİTİM VAKFI
1967

tev.org.tr | 444 0 838

BİR DÜNYA ÇİÇEK





'Bizden Haberler'in değerli okurları,

Başarılarla dolu tarihimizden gelen mirasımız, bizleri geleceğe taşıyan güç kaynağımızdır. Kurucumuz Vehbi Koç'un önderliğinde, sanayide atılan cesur adımlarla yükselen Topluluğumuzun geçmişi, bizler için her zaman gurur kaynağı oluyor. Bu ay, kuruluşundan bu yana Türk otomotiv sektörüne öncülük eden şirketlerimizden Tofaş'ın 50'nci yılını kutlamanın mutluluğunu yaşıyoruz. Bu 50 yıllık tarihte Tofaş, Türkiye'de otomotiv sanayinin gelişimine çok büyük katkılar sağladı. Bugün ise üretim ve ihracat performansı, güçlü insan kaynağı, Ar-Ge ve inovasyon konusundaki ilham veren çalışmaları, spor, eğitim ve kültür-sanat gibi farklı alanlarda gerçekleştirdiği projelerle bizi gururlandırmaya devam ediyor.

Tofaş'ın kuruluşundan bu yana yarım asırlık serüveninde büyük bir emek, inanç ve azim var. Bu vesileyle geçmişten bugüne Tofaş'a emek vermiş tüm yöneticilerimiz, iş ortaklarımız, çalışanlarımız, bayilerimiz ve tedarikçilerimize içtenlikle teşekkür ediyorum.

Diğer yandan değerli dostumuz ve Fiat Chrysler Automobiles'in yakın zamana kadar CEO'luğunu sürdüren Sergio Marchionne'nin zamansız vefatını üzüntüyle öğrendik. Sergio Marchionne, başarılı liderliği ve otomotiv endüstrisindeki vizyonu ile FCA'nın bugüne dek süren yükselişine katkı sağlayarak ardında önemli bir iz bıraktı. 2005 yılından bu yana Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak Tofaş'ın bugünkü konumuna ulaşmasında da değerli katkılarda bulunan Marchionne'yi saygıyla anıyor, ailesine, yakınlarına, Fiat Chrysler çalışanlarına ve tüm otomotiv dünyasına derin bir üzüntüyle baş sağlığı diliyorum.

Koç Topluluğu olarak üretimdeki liderliğimize yakın zamanda ihracattaki başarılarımızı ekledik. Topluluk şirketlerimiz, yıllardır olduğu gibi bu yıl da, ihracat sıralamalarında en üst pozisyonlarda kendilerine yer buldular. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından hazırlanan "İlk 1000 İhracatçı Firma-2017" araştırmasında bu yıl da ilk 10 içerisinde 4 şirketimizle yer aldık. Bu performansımızı ülkemiz ekonomisine kattığımız değer açısından çok önemsiyor; şirketlerimizle gurur duyuyoruz. Ayrıca bu başarılarla katkı sağlayan tüm çalışanlarımızı ve iş ortaklarımızı bir kez daha tebrik ediyorum.

Geçmişten aldığımız bu güç, Topluluğumuzu geleceğe taşımak konusunda bize büyük sorumluluklar da yüklüyor. Elbette bu sorumluluğun önemli bir parçası da dünyadaki teknolojik değişim ve yenilikleri yakından izlemek, bunları iş süreçlerimize hızla entegre ederek değişime liderlik etmek. Topluluk olarak üzerinde önemle durduğumuz yapay zekâ, sadece şirketlerin değil ülkelerin arasındaki rekabette de anahtar rol oynuyor. Bu ayki sayımızda, bu alanda öne çıkan ülkeleri ve yapay zekâyâ yaptıkları yatırımları mercek altına aldık. Topluluk olarak bizler de işlerimizde verimlilik ve optimizasyon sağlamak, yeni ürün ve hizmet perspektifinde yapay zekâ uygulamalarından azami şekilde istifade etmek için çalışmaya devam edeceğiz.

Oldukça yoğun ve bir o kadar verimli geçen, hedeflerimizi zorladığımız, başarılı sonuçlara ulaştığımız bir çalışma dönemini geride bıraktık. Ağustos ayını enerji toplayıp, işlerimize daha istekli ve dinlenmiş olarak dönmek için bir fırsat olarak görüyorum.

Son olarak; çalışma arkadaşlarımız, bayilerimiz, servislerimiz ve tedarikçilerimizle birlikte tüm Koç Ailesi'nin Kurban Bayramı ve 30 Ağustos Zafer Bayramı'nı içtenlikle kutluyor, sizlere sağlıklı ve mutlu tatiller diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla

Levent Çakıroğlu

İmtiyaz Sahibi

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

Genel Yayın Yönetmeni

Oya ÜNLÜ KIZIL

Sorumlu Yönetmen

Şeniz AKAN

Yayın Koordinatörü

Tuğçe Kutlu SERİNTÜRK

Yayın Kurulu

Mustafa Kemal ÇOLAK
M. Dumrul SABUNCUOĞLU
Sibel CİNGİ
Nihal KÖZ
Nesrin KOÇASLAN

Yayınlar Direktörü

M. Dumrul SABUNCUOĞLU

Direktör

Nihal KÖZ

Nesrin KOÇASLAN

Editörler

Hülya VATANSEVER
Pelin REZAKİ
Biray Anıl BİRER
Yasemin BALABAN
Arzu ERDOĞAN
Ayşegül KURŞUN KAPTAN
Özlem KAPAR BAYBURS

Tasarım

Lom Creative
lom.com.tr

Fotoğraf Editörü

Serdar ÖNGEN

Overteam Bilgi Teknolojileri
İletişim ve Reklamcılık Ltd. Şti.
Şahkulu Mahallesi
İstiklal Caddesi Hıdıvyalı Palas
No: 231 Kat: 4 Oda: 65-70
Beyoğlu, İstanbul
Tel:0212 252 74 25
overteam.com

Baskı ve Cilt (Matbaa)

İRM Dijital Matbaa A.Ş.
Şerifali Mahallesi
Şehit Sokak No:49
Ümraniye / İSTANBUL
0216 4667498

Yayın Türü

Yaygın Yerel Süreli

Yayın Süresi / Dili

Aylık / Türkçe

Bu dergideki yazı
ve görseller kaynak
belirtilerek kullanılabilir.

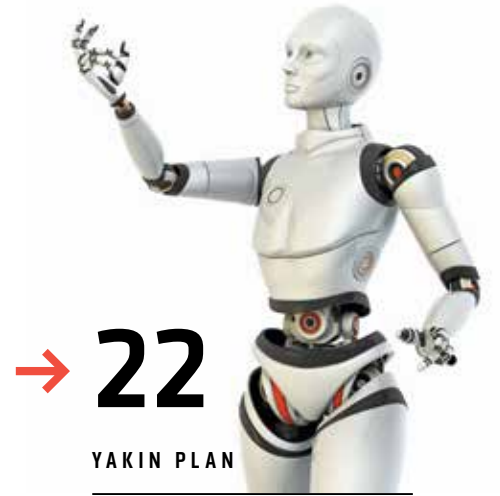
BU SAYIDA

→ 4 NELER OLDU?

- Tüpraş'a hizmet verenler ödüllendirildi
- TAT, Ar-Ge Merkezi ile geleceğin izinde!
- Arçelik bilimcülerinden hayatı kolaylaştıran teknolojiler
- Deniz tutkunları Ege Yat Rallisi'nde buluştu
- Koçtaş'ın Ustaları kazanıyor

→ 8 VİZYON

- Tofaş yarım asırlık başarısını kutladı
- Bir hayalden, gerçeğe...
- "Tofaş kendini yenilerken, tüm ekosistemini, paydaşlarını aynı şekilde değişime ve ilerlemeye yönlendiren bir kurum"
- Koç Topluluğu şirketleri sanayi ve ihracatta lider
- Koç Okulu'nda mezuniyet gururu



→ 22 YAKIN PLAN

→ Geleceğin anahtarı yapay zekâ



→ 26

YENİ DÜNYA

→ 3D baskı teknolojisi ezberleri bozuyor

→ 30

KOÇ'TA DİJİTAL DÖNÜŞÜM PROGRAMI

→ Setur Dijital Dönüşüm'de yerini aldı

→ 32

MESLEK SIRRI

→ Aygaz Bayileri diyalogla büyüyor



→ 34

PROFİL

→ Şebnem Ferah: "Müzik, farklarımızın yerine ortak noktalarımıza yönelmemizi sağlıyor"

→ 38

YAŞAM

→ Ahmet Ümit, Ali Poyrazoğlu, Doğan Hızlan ve Seda Kaya Güler ile bayrama dair...
→ Modern çağın hastalığı reflü

→ 42

MOLA

→ Tarihi Dokumak: Bir Kentin Gizemi
→ Uzak denizlerin yürekli gezginleri



→ 48

NELER OLACAK?

→ Babalar, Analar ve Oğullar
→ Yitik İmparatorluğu
Resmetmek: İtalyan Merceğinden Anadolu'daki Bizans Sanatı, 1960-2000 sergisi
→ 4. Tasarım Bienali
→ Selda Bağcan yaz turnesi



BİZDEN HABERLER'E ULAŞMAK ŞİMDİ ÇOK DAHA KOLAY. İPAD UYGULAMAMIZ İLE DERGİMİZ DİLEDİĞİNİZ ANDA, DİLEDİĞİNİZ YERDE-

Tüpraş'a hizmet verenler ödüllendirildi

Tüpraş, uzun yıllardır birlikte çalıştığı çalışma arkadaşlarına hizmet beratlarını, Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu'nun da katıldığı bir törenle takdim etti. Törenle Levent Çakıroğlu'nun yanı sıra Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Yağız Eyüboğlu ve Tüpraş Genel Müdürü İbrahim Yelmenoğlu da katıldı.

Tüpraş'a yıllardır emek veren çalışanların hizmet beratlarının takdim edildiği Tüpraş Berat Töreni, Koç Holding CEO'su ve Enerji Grubu Başkanı'nın katılımlarıyla gerçekleşti. Törende Tüpraş İzmir Rafinerisi'nde 5, 10, 15, 20, 25 ve 30. hizmet yıllarını dolduran çalışanlara hizmet beratları takdim edildi.

LEVENT ÇAKIROĞLU: "HEDEFLERİMİZİN KALBİNDE İNSAN KAYNAĞI VAR"

Berat töreninin açılış konuşmasını yapan Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, Koç Topluluğu'nun vizyonu ve önceliklerini paylaşarak, "Topluluğumuzu küresel vizyonla yönetiyoruz. Bütün bu stratejileri gerçekleştirirken en önemli unsurumuz insan kaynağımızdır; çünkü biliyoruz ki ne kadar vizyonunuz olursa olsun, en doğru stratejiler ortaya koysanız, en isabetli hedefleri de belirleseniz, doğru liderler, doğru yöneticiler ve çalışanlar yoksa bunları hayata geçirmeniz mümkün olmayacaktır. Dolayısıyla uzun vadeli hedeflerimizin kalbinde insan kaynağımız vardır ve öyle olmaya devam edecektir" dedi.



YAĞIZ EYÜBOĞLU: "BAŞARILARIMIZIN GERÇEK MİMARİ ÇALIŞANLARIMIZ"

Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Yağız Eyüboğlu konuşmasında "Başarılarımızın gerçek mimarı çalışma arkadaşlarımızı takdir etmek, kurum kültürümüzün vazgeçilmez bir prensibi haline geldi. Çalışan bağlılığı, en önem verdiğim ve Enerji Grubu açısından gurur duyduğum konulardan biri. Tüpraş'ta iki ayrı kuşak var: ilki

şirkete 20-30 yıllarını vermiş şirketimizin çınar ağaçları, bilgi bankası, kurumsal hafızası. Bir de özelleştirme sonrası yeni mezun olup gelmiş, pırıl pırıl, dinamik, dünyaya açık, yenilik isteyen ve getiren bir nesil var. Tüpraş'ın başarısı bu iki nesli harmanlamaktan geçiyor. Aradaki uyumu görmek beni mutlu ediyor" dedi.

İBRAHİM YELMENOĞLU: "RAKAMLARIMIZ GURUR VERİCİ"

Tüpraş Genel Müdürü İbrahim Yelmenoğlu ise konuşmasında şunları söyledi: "Tüpraş Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşu. Bütün rakamlar gerçekten gurur verici, hepimiz gurur duyuyoruz. Tüpraş Türkiye'nin ve Topluluğumuzun gurur duyduğu bir şirket, sizler de gurur duyulan bu şirketin gurur duyulan çalışanlarıdır. Hep birlikte yapacağımız çalışmalar ve yatırımlarla gelecekte özenilecek bir rafineri olacağınıza inanıyorum" dedi.

Konuşmaların ardından, Tüpraş İzmir Rafinerisi'nde 5, 10, 15, 20, 25 ve 30. hizmet yıllarını dolduran çalışanlara hizmet beratları takdim edildi.



Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, törenin ardından modernizasyon çalışması sonrası devreye alınan üniteleri gezerek ekiplerden bilgi aldı.

TAT, Ar-Ge Merkezi ile geleceğin izinde!

Sektörde pek çok ilke imza atan Tat Gıda; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından Ar-Ge Merkezi Belgesi almaya hak kazandı. Tat Gıda CEO'su Arzu Aslan Kesimer, Ar-Ge merkezinin faaliyete geçtiğini "Tohumdan Geleceğe" adını taşıyan konferans aracılığıyla duyurdu.

Tat Gıda, "Tohum" adını taşıyan Ar-Ge merkezinin açılışını bir konferansla yaptı. Mustafakemalpaşa'da kurulan ve "Tohumdan Geleceğe" sloganı ile çalışmalarını sürdürecektir merkezde 20 kişilik bir ekip görev alacak. İnovasyonu kurum kültürüne yaymayı ve sürdürülebilirliğini sağlamayı hedefleyen Tat Gıda'nın Tohum Ar-Ge merkezi, gıda, tarım,

teknoloji, ambalajlama, tüketici ve beslenme başlıkları altında çalışmalar gerçekleştirecek.

Geleceği tasarlamak çok önemli çünkü yıllardır değişimi yönetiyoruz diyen Tat Gıda CEO'su Arzu Aslan Kesimer, Tat Gıda'da tüm stratejilerimizin odağında yenilikçi ürünlerle sürdürülebilir, kârlı büyüme misyonumuz yattığını söyledi.

Kesimer sözlerine şöyle devam etti: "Organizasyonumuzda tüm takım arkadaşlarımızla bu doğrultuda çalışmalarımızı yürütüyor, tüketicimizin içgörüsüne kulak veriyoruz. İçgörü ve inovasyon kültürümüzle çalışmalarımızı gerçekleştireceğimiz Ar-Ge merkezimizle sektöre yeni kategoriler, yenilikçi ürünler ekleyeceğimiz günlerin heyecanı içindeyiz" dedi.



Arçelik buluşçularından hayatı kolaylaştıran teknolojiler

Arçelik, bu yıl 20'ncisini düzenlediği 'Buluş Günü'nde geliştirdikleri ürün ve teknolojilerle tüketicinin hayatını kolaylaştıran ve değer yaratan 600 buluşçusuna ödül verdi.

Arçelik, Ar-Ge ve inovasyon alanında başarılı projelerden ortaya çıkan buluşların sahibi çalışanlarını bu yıl da ödüllendirdi. Buluş Günü'nün açılışında konuşan Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu, "Arçelik'in 145'ten fazla ülkede faaliyet gösteren başarılı bir şirket olmasında köklü Ar-Ge

mirasımızın büyük bir payı bulunuyor. 30 yıla yakın Ar-Ge geçmişimizle tüketicilerimizi ilkler ve enlerle buluşturuyoruz. Arçelik'in başarılarının arkasında işlerini aşkla yapan buluşçularımız var; onların bu çabaları tüketicilerimizin markalarımıza olan sarsılmaz güveni ve sevgisi olarak bizlere geri dönüyor. Şirketimizin gururu

buluşçu arkadaşlarımızı kutluyor ve başarılarından dolayı tebrik ediyorum" dedi.

Şirketin Ar-Ge alanında bu yıl gösterdiği başarıları dikkat çeken Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu da, "Arçelik olarak sürekli yeniliğin peşinden koşuyoruz; en güçlü olduğumuz alanların başında inovasyon ve Ar-Ge geliyor. Ülkemizden yurtdışına yapılan her üç patent başvurusunda Arçelik çalışanlarının imzası var. Bu alandaki en prestijli kuruluş olan Dünya Fikri Haklar Örgütü'nün en çok uluslararası patent başvurusu yapan şirket sıralamasında bu yıl 3 sıra daha yukarı çıkarak 71'inci sıraya yükseldik. İlk 100'deki tek Türk şirketi" dedi.

Deniz tutkunları Ege Yat Rallisi'nde buluştu

Bu yıl 8'inci düzenlenen Setur Marinas Uluslararası Ege Yat Rallisi, Türk-Yunan dostluğunu pekiştirmenin yanı sıra deniz tutkunlarını buluşturdu ve amatör yatçılığın gelişimine büyük bir katkı sağladı.

2000 yılından bu yana her iki yılda bir Setur Marinas organizatörlüğünde düzenlenen "8. Ege Yat Rallisi" 30 teknenin katılımıyla gerçekleşti. 8. Ege Yat Rallisi'nin açılış töreni ev sahipliğini Milta Bodrum Marina'nın üstlendiği rallide, katılımcılar 31 saatlik seyir ile yaklaşık 190 deniz mili kat ettiler. Komodor Necati Zincirkıran'ın önderliğinde, Bodrum Milta Marina'dan başlayan rotada,



tekneler sırasıyla Kos, Kalymnos, Nisyros, Symi, Rodos ve Meis rotasını takip ederek ralliyi Setur Kaş Marina'da tamamladı.

Setur Marinaları Genel Müdürü Emre Doruk "Bu yıl 8. kez denizlere yelken açmanın heyecanını yaşadığımız Ege Yat Rallisi, 30 yatın katılımıyla Bodrum Milta Marina'dan start aldı. Ralli, 31 saatlik seyir ile yaklaşık 190 deniz mili kat edilerek Setur Kaş Marina'da tamamlandı. Setur Marinas olarak; sosyal ve kültürel boyutlu bu organizasyonu,

Türk turizmine katkı sağlamanın yanı sıra katılımcıların bilgi ve tecrübelerine de fayda sağlamak amacıyla büyük bir mutlulukla gerçekleştiriyoruz" dedi.

Ege Yat Rallisi'nin amatör ruhların açık deniz ve filo seyri deneyimi edinmesinde büyük rolü bulunduğunu belirten Ralli Komodoru Necati Zincirkıran ise, rallilerin yatçılara büyük cesaret verdiğini ve açık denizlerde güvenlik altında seyir olanağını sağladığını belirtti.

Koçtaş'ın Ustaları kazanıyor

Koçtaş, iş süreçlerinin en önemli unsurlarından biri olarak gördüğü ustalara birbirinden avantajlı fırsatlar sunuyor. Bu konuda pek çok kampanya hayata geçiren Koçtaş, aynı zamanda 'Ustabilir' uygulamasıyla müşterileriyle ustaları bir araya getiriyor.

'Ustalar Koçtaş'ta Kazanır' mottosuyla hareket eden Koçtaş, Usta Kartlılara Koçtaş ve Koçtaş Fix mağazalarında özel indirimler, çeşitli markalarda birçok fırsat ve ustalara özel ayrıcalıklar sağlıyor. Hayata geçirdiği 'Ustabilir' uygulamasıyla da müşterilere direkt ulaşma imkânı sunuyor. 'Ustabilir' uygulaması, Koçtaş müşterilerinin yanında evini yenilemek isteyen herkesin kullanımına açık. Ücretsiz bir uygulama olan Ustabilir'de kullanıcılar, ihtiyaç duydukları hizmet ile ilgili bulunduğu bölgedeki ustaları kolaylıkla filtreleyebiliyor; aradığı ustayı yorum, sertifika ve puanı üzerinden değerlendirebiliyor. IOS ve Android



platformları üzerinden kullanıcılar ile buluşan uygulama, ilk olarak İstanbul'da devreye alındı. Tüketicilerin hayatını kolaylaştıracak olan bu uygulama yakında tüm Türkiye'de yaygınlaşacak.

Sistemde 5 bin usta yer alacak

Koçtaş Usta Kartlı 30 bine yakın usta olduğunu belirten Koçtaş Genel Müdürü Alp Önder Özpmukçu, "Ustalarımız ile müşterilerimizi buluşturan yepyeni bir mobil uygulamayı hayata geçirdiğimizi belirtmek isterim. 'Ustabilir' mobil uygulamamız, emektar ustalarımız ile evini güzelleştirmek isteyen müşterilerimizin buluşma noktası olacak. Uygulamamız şu ana kadar yaklaşık 10 bin kullanıcı tarafından indirildi. Hem ustaların hem de kullanıcıların ücretsiz olarak faydalanabileceği 'Ustabilir'in, 2018 yılı sonuna kadar 5 bin ustanın yer alacağı bir pazar yerine dönüşmesini hedefliyoruz. Ustalarımız, 'Koçtaş Usta Kart' ile ihtiyaç duydukları ürünleri mağazalarımızdan avantajlı olarak satın alırken, birçok fırsattan da yararlanma şansı elde ediyor ve Ustabilir uygulamamız üzerinden de kendilerine yeni iş fırsatları bulabiliyor" dedi.

OTOMOTİV ENDÜSTRİSİNİN EFSANE İSMİ

SERGIO MARCHIONNE'Yİ SAYGIYLA ANIYORUZ...

14 yıl boyunca Fiat Chrysler Automobiles'ı yöneten Sergio Marchionne, otomotiv sektöründe dünya çapında sayılı isimlerden biriydi. 2005 yılından bu yana Tofaş Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olan Marchionne'nin ani vefatı tüm sevenleri ve otomobil dünyasında büyük bir üzüntü yarattı.

2005 yılından bu yana Tofaş'ın Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı'nı yapan Sergio Marchionne ve Mustafa V. Koç, Fiat Egea projesinin nihai üretim onayını birlikte vermişlerdi.

Fiat Chrysler Automobiles'ın yakın zamana kadar CEO'luğunu üstlenen, otomotiv sektörünün en saygı duyulan yöneticilerinden Sergio Marchionne, 66 yaşında hayatını kaybetti.

Sergio Marchionne, son 14 yıl boyunca Fiat Chrysler'in başarılarında imzası olan otomotiv sektörünün en önemli isimlerinden biriydi. "Ne yazık ki, korktuğumuz şey yaşandı" diyerek bu üzücü gelişmeyi duyuran Fiat'ın kurucusu Agnelli ailesinden John Elkann şu açıklamayı yaptı: "Dostumuz Sergio Marchionne hayata veda etti. Hatırasını onurlandırmanın en iyi yolunun bize bıraktığı mirası devam ettirmek, ateşli bir şekilde öncülüğünü yaptığı sorumluluk ve açıklık gibi insani değerleri geliştirmek olduğuna inanıyorum. Ailem ve ben, ona sonsuza dek şükran duyacağız."

Marchionne için bir açıklama da Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç'tan geldi. Ömer M. Koç: "Sergio Marchionne, FCA'nın bugünlere uzanan başarılı yolculuğunda büyük dönüşümleri hayata geçiren büyük bir liderdi. 2005 yılından bu yana Tofaş'ın Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak da görev alan Marchionne'nin, şirketimizin son 13 yıldaki atılımlarında ve bugünkü konumuna ulaşmasındaki değerli katkılarını her zaman hatırlayacağız" dedi.

OTOMOTİVİN DUAYENİ

1952 yılında İtalya'da doğan Marchionne 14 yaşındayken ailesiyle birlikte Kanada'ya yerleşti. Üniversitede felsefe ve ticaret eğitimi aldı. Ardından işletme dalında yüksek lisans yaptı. Hukuk doktorası yaparak vergi ve muhasebe alanlarında çalışmaya başladı. Çeşitli şirketlerde üst düzey yöneticilik görevi üstlendi.

2004 yılında Fiat'a CEO olarak atandı. Sektörde deneyimi bulunmamasına rağmen bu atamanın gerçekleşmesi, önemli yöneticilik becerilerinin gördüğü değerle ilgiliydi. Hayata geçirdiği yeniden yapılanma stratejisiyle kârlı hale getirdiği şirketin, yeni modellerle daha da çok dikkat çekmesini sağladı.

2009 yılında Fiat ve ABD'li otomotiv devi Chrysler'in birleşme sürecine liderlik etti. Ardından tüketicilerin SUV'ye yönelimini görerak Chrysler'in Jeep markasını parlattı. Bununla birlikte, Alfa Romeo'nun ABD lüks otomobil segmentinde yeniden güçlenmesini sağladı. Marchionne, lüks segmentin önde gelen markası Ferrari'nin de başkanıydı. 2015 yılında bu şirkette başarılı bir halka arza imza attı. Marchionne'nin yönetimi altında 2017 yılında Fiat Chrysler'in net kârı ikiye katlandı.

2005 yılından bu yana Tofaş'ın Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak görev alan Sergio Marchionne, Tofaş'ın son 13 yıldaki atılımlarında ve bugünkü konumuna ulaşmasında da büyük katkı sağladı. ■

TOFAŞ YARIM ASIRLIK BAŞARISINI KUTLADI

Tofaş başarılarla dolu 50 yılı geride bıraktı. Merhum Vehbi Koç'un ilerici vizyonu ve girişimleriyle, Koç Holding ve Fiat ortaklığında, 1968 yılında temeli atılan Tofaş, günümüzde 450 bin adetlik üretim kapasitesi ve 9 bin çalışanıyla Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşlarından biri oldu. Son iki yılda Türkiye otomotiv sanayisinin üretim rekortmeni olmasının yanı sıra Ar-Ge'ye en çok yatırım yapan şirket olarak öne çıkan Tofaş, kuruluşunun 50'nci yılına özel bir etkinlik gerçekleştirdi.

1968 yılından bu yana Türkiye otomotiv sanayisine yön veren Tofaş, 50'nci yılı adına bir etkinlik düzenledi. Koç Holding ve Tofaş Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç'un ev sahipliğinde düzenlenen geceye Fiat Chrysler Automobiles (FCA) Yönetim Kurulu Başkanı John Elkann, Tofaş Yönetim Kurulu Üyesi ve FCA EMEA Başkanı Alfredo Altavilla, Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Cenk Çimen ve Tofaş CEO'su Cengiz Eroldu'nun yanı sıra Koç Topluluğu ve Tofaş'ın üst düzey yöneticileri, Tofaş bayi ve tedarikçileri, iş ve cemiyet dünyasının önemli isimleri katıldı.

Törende FCA Yönetim Kurulu Başkanı John Elkann, Koç Holding ve Tofaş Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç ve Tofaş CEO'su Cengiz Eroldu konuşma gerçekleştirdi.

Rahatsızlığı nedeniyle Tofaş'ın 50'nci yıl törenine katılamayan, yakın zamana kadar FCA'nın CEO'luğunu yapan Sergio Marcionne, törenin gerçekleşmesinden kısa bir süre hayatını kaybetti. Marcionne Tofaş'a büyük katkılarıyla hatırlayacağımız değerli bir isimdi.

JOHN ELKANN: "GRUBUMUZUN TARİHİNDEKİ EN UZUN SOLUKLU ORTAKLIK"

Gecenin ilk konuşmasını FCA Yönetim Kurulu Başkanı John Elkann gerçekleştirdi. Elkann konuşmasında, "1960'lı yılların sonlarında, büyükbabam Giovanni Agnelli'nin başkanlığında Fiat, otomotiv alanında güçlü ve güvenilir bir yerel ortak ile güçlerini birleştirerek, Türkiye gibi yeni piyasalara açılma fırsatı arıyordu. O gün Koç Ailesi ile kurulan, üç nesilden fazla bir süreye yayılan bu işbirliği, grubumuzun tarihindeki en uzun soluklu ortaklık olmuştur" dedi.

Konuşmasının devamında bu sağlam ortaklığın gelecekte de iyi bir şekilde devam edeceğine emin olduğunu söyleyen Elkann, "Ben, bundan sonraki 50 yılı yeni bir başlangıç olarak görüyorum; Tofaş, büyük zorluklarla mücadele edebilecek, kazandığı deneyimi uzun yıllar sürdürecektir ve büyümeye devam edecek tüm becerilere sahiptir; 2068 yılında ortaklığımızın 100 yıllık başarısını kutlayacağımıza eminim" dedi.

ÖMER M. KOÇ: "TOFAŞ BİR SANAYİ DEVİNE DÖNÜŞTÜ"

Gecede John Elkann'ın konuşmasının ardından Koç Holding ve Tofaş Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç da bir konuşma gerçekleştirdi. Ömer Koç konuşmasına, "Kurucumuz Vehbi Koç'un 'Türk insanını otomobil sahibi yapma' vizyonu ile Tofaş'ın temelleri atıldı. Şirketimiz, 50 yıllık yolculuğu boyunca, ülkemizin otomotiv sektörünün gelişiminde önemli rol oynadı. Uluslararası pazarlarda sunduğu araçlar ile de ülkemizi küresel ölçekte başarıyla temsil ediyor" sözleriyle başladı. "50 sene evvel, Fiat Yönetim Kurulu Başkanı Giovanni Agnelli ile başlayan işbirliğimiz, bugün Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşlarından biri olan Tofaş'ı yarattı" diyen Ömer M. Koç, gecede Agnelli Ailesi'nin üçüncü kuşak temsilcisi ve FCA Yönetim Kurulu Başkanı John Elkann'ın aralarında olmasından duyduğu memnuniyeti dile getirdi. Ömer M. Koç "Bu vesileyle, yarım asırdır karşılıklı anlayış ve güvenle devam eden güçlü ortaklığımız için kendilerine şükranlarımı sunarım" diyerek sözlerini sürdürdü.

Son yıllarda Tofaş'ın tarihi yatırımlar gerçekleştirerek, üretim rekorları kırdığına vurgu yapan Ömer M. Koç, Tofaş'ın bugün en kuvvetli dönemini yaşadığına dikkat çekti. Ömer



Koç Holding ve Tofaş Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç'un ev sahipliğinde düzenlenen gecede, Fiat Chrysler Automobiles (FCA) Yönetim Kurulu Başkanı John Elkann, Tofaş Yönetim Kurulu Üyesi ve FCA EMEA Başkanı Alfredo Altavilla, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Cenk Çimen ve Tofaş CEO'su Cengiz Eroldu bir araya geldi.

M. Koç sözlerini şu şekilde sürdürdü: "Koç Holding ve Fiat'ın uzun yıllara dayanan ortaklığıyla pek çok başarılı projeyi hayata geçirdik. Uzun vadeli bakış açımızla, ayrıca Türkiye'ye ve Tofaş'a olan inancımızla yatırımlarımıza devam ettik. Tofaş, FCA'nın Avrupa'daki önemli üretim merkezlerinden biri oldu. Gelişmiş Ar-Ge merkezinin gücüyle, hem otomobil hem de ticari araç üreten tek otomotiv şirketi olarak, Türkiye'de diğer üreticilerden farklı bir konuma ulaştı. Yarattığı dış ticaret fazlası ve istihdamla ülkemize ve Türkiye otomotiv endüstrisine önemli katma değer sağlayan bir sanayi devine dönüştü. Tofaş'ın hikâyesi, Türk insanının bir hedefe inanarak, omuz omuza vererek çalışmasının ve başarmasının, diğer taraftan da iki büyük grubun samimi işbirliğinin güzel örneklerinden biri oldu. Tofaş'ın 50'nci yılını böylesi başarılarla idrak ediyor olması bizler için büyük bir gurur vesilesi. Şirketimizin ülkemiz ve paydaşları için yarattığı değerden büyük memnuniyet duyuyoruz. Bundan sonra da büyümesini başarıyla sürdüreceğine inancımız tamdır."

CENGİZ EROLDU: "AMACIMIZ, SÜRDÜRÜLEBİLİR BAŞARIYI DEVAM ETTİRMEK"

Tofaş CEO'su Cengiz Eroldu da gecede yaptığı konuşmada "Tofaş, iç pazara satmak üzere üretim yapan bir şirketten,

ÖMER M. KOÇ: "TOFAŞ BUGÜN EN KUVVETLİ DÖNEMİNİ YAŞIYOR."

dünya pazarları için ürün geliştiren ve geliştirdiği ürünleri dünyanın dört bir yanına ihraç eden bir şirket haline dönüştü. Pek çok başarıya imza attı" dedi.

Eroldu konuşmasına şöyle devam etti: "Kuşkusuz, başarılar, yalnızca rakamlarla ifade edilemez. Tofaş olarak, yıllardır spordan kültür, sanat ve eğitime kadar uzanan geniş bir yelpazede toplumsal sorumluluk projelerimizle geleceğe de yatırım yapıyoruz. Ama en önemlisi, en iyi bildiğimizi, üretirken öğrendiklerimizi toplumla paylaşıyoruz. Önümüzdeki 50 yılda bizi bekleyen değişimin boyutları bugüne kadar yaşadıklarımızdan daha büyük olacak. Değişen teknoloji ve dijitalleşme ve iklim değişikliği gibi unsurlar sadece iş yapış şekillerimizi değil yaşam tarzını, dolayısıyla müşteri beklentilerini değiştiriyor. Bundan sonrası için amacımız, ilk 50 yılımızda yakaladığımız sürdürülebilir başarıyı, müşterileri için değer üreten, çalışanlarının ve iş ortaklarının parçası olmaktan gurur duydukları bir 'küresel şirket' olarak devam ettirmek" diyerek sözlerini sonlandırdı. ■

BİR HAYALDEN, GERÇEĞE...

Türkiye’de otomobil üretmek bir hayal miydi? 50 yıl önce bu hayali gerçeğe dönüştürmek için kolları sıvayan Vehbi Koç için değildi elbette... Vehbi Koç’un “Günün birinde otomobillerin tıpkı ayakkabı gibi bir ihtiyaç olacağı” öngörüsüyle kurulan Tofaş Türk Otomobil Fabrikası, hayalleri kıtalara taşıyan ve Türk otomotiv endüstrisinde ilklere imza atan vizyonu bugün 50’nci yaşını kutluyor.



Tofaş’ın kuruluşu aşamasında, 1968 yılında Torino’da Vehbi Koç ve Rahmi M. Koç ile Giovanni Agnelli’nin bir araya geldiği toplantı.

Tofaş; köklü tarihi, otomotiv endüstrisindeki devrim niteliğindeki ilkleri, üretim, Ar-Ge ve ihracat performansı ile Türkiye’nin en büyük otomobil üreticilerinden biri... Vehbi Koç’un önderliğinde, başta Bernar Nahum olmak üzere dönemin yöneticilerinin azmi, heyecanları ve otomotiv endüstrisine duydukları inançlarıyla kuruldu. Engeller karşısında asla pes etmeyen, sektöre olan inançla sanayideki deneyimi harmanlayan Tofaş’ın bu 50 yıllık tarihi, sadece bir şirket geçmişi değil aynı zamanda Türk otomotiv tarihinin önemli satır başlarından biri...

OTOMOTİV ENDÜSTRİSİNDE İLK ADIMLAR ATILYOR

Türkiye’de otomotiv endüstrisinin hayata geçirilmesine ilişkin 1950’lerde başlayan tartışmalar, daha çok bu yatırımın kamu tarafından mı özel sektör tarafından mı yapılacağı sorusunun yanıtına kilitlenmişti. Bu soruya Türkiye’de sanayide ilklerin mimarı Vehbi Koç yanıt verdi. Vehbi Koç 1928 yılında Ford acenteliğini alırken, otomotiv sektörünün geleceğini ve potansiyelini görebiliyordu ve bütün planlarını bu doğrultuda yapmaya başlamıştı. Tüm bu yol hikâyesinde Vehbi Koç’un bu hayallerini

VEHBI KOÇ VE BERNAR NAHUM 1965 YILINDA, FIAT TARAFIYLA TEMASLARI SÜRDÜREREK, “TÜRKİYE’DE BİR OTOMOTİV SANAYİSİ KURMA” PLANINI OLUŞTURMAYA BAŞLAMIŞTI.

paylaşabileceği bir yol arkadaşı bulması fazla uzun sürmeyecekti. Koç Ticaret A.Ş.’nin Otomobil Şubesi’nin başına Bernar Nahum’u geçirdi. 1944 yılında başlayan bu iş ilişkisi, adeta yakın gelecekte hayata geçirilecek Tofaş yatırımını müjdeliyordu. Nahum, 60 yıllık iş hayatını Türkiye’de otomotiv sektörünün var olmasına adadı ve bu uğurda tüm gücüyle çalıştı. Vehbi Koç ve Bernar Nahum, Koç Ticaret’in Otomotiv Şubesi’nde yoğun mesaiyle geçen yılların ardından çıtayı daha da yükselterek, 1958’de Otokoç şirketinin kapılarını açtılar. Otokoç’tan sadece iki yıl sonra Otosan’ın da kuruluşu tamamlanarak, otomotiv hayali sağlam ayaklara oturdu. Ancak yine de dünyada söz sahibi olmak için otomotiv yatırımının uluslararası standartlarda yapılabilmesi gerekiyordu. Bu gerçeği çok iyi bilen Bernar Nahum’un yoğun temasları sonucunda İtalyanların ünlü otomotiv devi Fiat ile ilk temaslar 1953 yılı sonlarında başladı. Bir yandan da tüm bu gayretlerin ilk meyvesi olan “Anadol” üretimi için sona yaklaşmıştı. 1963 yılında çalışmalarına başlanan, 1966 yılında da piyasaya çıkarılan Anadol, Koç Ticaret A.Ş.’nin otomotiv üretiminde ne denli cesur adımlar atabileceğinin göstergesiydi. Bu cesur



Tofaş’ın ürettiği ilk otomobil olan Murat 124’ten 1976 yılı sonuna kadar toplam 134 bin 867 tane satıldı.

adımlar sonrası İtalyan otomotiv devi Fiat, 1964 yılında Türkiye’de bir otomobil fabrikası kurmak amacıyla etüt çalışmalarına başlamıştı bile. Ancak Fiat yetkilileri yapılan etüt çalışmaları sonucu, Türkiye’de bir otomotiv yatırımının hayata geçirilmesi için yeterli şartların oluşmadığı kanaatine varmıştı. Tüm bu olumsuz tabloya rağmen Vehbi Koç ile Bernar Nahum’un, bu işin peşini bırakmaya niyetleri yoktu.

FIAT-KOÇ ORTAKLIĞININ ZEMİNİ OLUŞUYOR

Vehbi Koç ve Bernar Nahum 1965 yılında, Fiat tarafıyla temasları sürdürerek, “Türkiye’de bir otomotiv sanayisi kurma” planını Fiat yetkilileriyle masaya yatırırken, diğer yandan Türk hükümetine yatırımların önemini anlatmaya çalışıyordu. Vehbi Koç’un dönemin Sanayi Bakanı Mehmet Turgut’a aynı yıl sunduğu “Otomobil Sanayii Hususunda Koç Otomobil Grubu’nun Projeleri” başlıklı rapor, otomotiv sanayi alanındaki çabaların ayrıntılı bir özeti niteliğindedir.

Raporda; Anadol ve Fiat yatırımlarının eş zamanlı yürütülmesinin öneminden, bu iki yatırımın Türkiye’de bir otomotiv sanayisi kurmak adına birbirini tamamlayıcı bir özellik taşıdığından bahsediliyordu. Koç Grubu’nun tüm heyecanına rağmen süreç gerek Fiat tarafında gerekse kamu ayağında ağır ilerliyordu.

MURAT 124’ÜN AYAK SESLERİ

Bu düşünüm 23 Şubat 1967’de Torino’da çözülecekti. Fiat yetkilileriyle yapılan toplantıya Koç Grubu adına Bernar Nahum ve Can Kırac katılmıştı. Can Kırac, toplantı notlarını bir rapor haline getirdi. Üretilecek olan otomobilin modelinden tutun da fiyatlandırmasına varıncaya dek tüm ayrıntılar bir memorandum haline getirildi. Henüz kimse farkında olmasa da bu memorandum, dört yıl sonra piyasaya çıkacak olan “Murat 124”ü müjdeliyordu. 1967 yılında fabrikayla ilgili ön proje hazırlandı ve Sanayi Bakanlığı’nın direktifiyle Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı’na sunuldu.

‘GEREKİRSE OTOMOBİLLERİ DENİZE DÖKERİZ’

Vehbi Koç otomotiv yatırımı için ne kadar acele etse de, bir Türk şirketi uluslararası bir partnerle anlaşarak otomobil fabrikası açacağını duyurmuştu. Bu gelişme Türkiye’de otomotiv yatırımına hazırlanan Fiat yetkililerini endişelendirmiş ve Bernar Nahum’u acilen Torino’ya çağırmışlardı. Nahum o toplantıda, Fiat’ın ticari faaliyetlerinin başında olan Bay Minola ile birlikte Pittagula ve Calvi’yle bir araya geldi. Toplantıda Nahum ile Fiat yöneticileri arasında gelişen diyalog Türk otomotiv sanayi tarihine geçecek cinstendi. “Satamayacağımız otomobilleri ne yapacağımızı sordular. Ben de ‘Sarayburnu’ndan denize dökeceğiz’ diye cevap verdim. Tabii anlamadılar. Açıkladım. İstanbul’da Sarayburnu’nun nerede olduğunu, orada kuvvetli bir deniz akıntısının bulunduğunu anlattım. Saat 21.00’i geçmişti. En sonunda biraz gülümsediler ve ‘anlaşıldı, artık biz de bu projeden vazgeçemeyiz’ dediler.”

2000'Lİ YILLAR TOFAŞ'IN DÜNYA SAHNESİNDE BOY GÖSTERDİĞİ BİR DÖNEM OLARAK TARİHE GEÇTİ. ÜRETİMİNE BAŞLANAN FIAT DOBLO, TÜRKİYE OTOMOTİV PAZARINDA KENDİ ARAÇ SINIFINI YARATTI.

FABRİKANIN YERİ İÇİN 6 ADAY BELİRLENDİ

Tofaş'ın kuruluşuyla ilgili Bakanlar Kurulu kararı, 13 Mayıs 1968 tarihli Resmi Gazete'de yayımlandı. Tofaş adı, aslında yapılmak istenen yatırımı basitçe tanımlamak amacı gözetilerek seçilmişti. Elbette başına Türk sözcüğünü koymayı unutmamadan... 'Türk Otomobil Fabrikası', kısaca TOFAŞ... İlk etapta bu düşü hayata geçirecek olan ekip, iki elin parmaklarını geçmiyordu. İtalyan Genel Müdür Giuseppe Guarnero, Mali ve İdari İşler Genel Müdür Yardımcısı Erdoğan Karakoyunlu, redaktörlük yapan İtalyan bir mali işler yardımcısı, genel müdürün şoförü, evrak getir-götür işleriyle ilgilenen biri ve bir de hizmetli... Bu ekip, İstanbul'da Şişli Meydanı'na bakan PTT'nin üzerinde, beş katlı Sakarya apartmanının en üst katında, 100 metrekarelik bir dairede çalışmaya başladı. Sinyor Guarnero, Tofaş'ı uzun süre idare etti; 1980'e dek Tofaş'ta kaldı. Kuruluşun ardından İstanbul ekibinin en önemli işlerinden biri, fabrikanın kurulacağı arazinin bulunması için organize olma idi. İstanbul, İzmit, Adapazarı, Arifiye, Orhangazi ve Bursa bölgeleri gezildikten sonra Bursa'da karar kılındı. Binlerce otomobil üretecek, otomobil almayı hayal olmaktan çıkartıp somut bir gerçeğe 37 dönüştürecek olan fabrikanın kapalı inşaat sahası 73 bin 465 metrekare olacaktı. Temeli, Bursa valisiyle hissedar temsilcilerinin katıldığı sade bir törenle, 13 Nisan 1969 günü

atıldı. Tüm inşaat 22 ay gibi kısa bir sürede tamamlandı. Tofaş'ın kapıları 12 Şubat 1971 Cuma günü büyük bir törenle açıldı.

MURAT 124 İLHAMINI BURSA'DAN ALDI

Tofaş'ta ilk otomobilin heyecanı artık doruktaydı. Şimdi bu otomobile bir isim bulmak gerekiyordu. Fabrikanın yanından geçen çaydan ilham alan 'Nilüfer', Bursa ovasına atıf yapan 'Ova', Bursa'nın ipekçiliğinden yola çıkılarak önerilmiş olan 'Koza', eteklerine yaslandığı 'Uludağ' ve nihayet Bursa iline bir zaman adını vermiş olan Murad-ı Hüdevandigar'ı akla getiren 'Murat'... Bu isimler arasında İtalyanlar da, kendi tarihlerinde adı geçen bir generali hatırlatan Murat ismini tercih ettiler. Murat 124'ten, 1971 yılından 1976 yılı da dahil olmak üzere toplam 134 bin 867 tane satıldı. Murat 124'e çok talep vardı. Otomobil sahibi olmak için insanlar kuyruğa giriyordu.

TOFAŞ'IN İLK OTOMOBİL İHRACATI

1975 yılının en önemli olaylarından biri, Tofaş'ın Mısır'a yaptığı ihracat oldu: 75 adet Murat 124... Mısır'ın El Nasr firmasına gönderilen otomobilleri Arzu adlı bir gemi taşıdı. Tofaş kısa bir sürede üreteceği araçlara sınırların dışında da alıcı bulabileceğini kanıtlamıştı. Murat 124'ün gösterdiği başarı "Murat 131'in habercisiydi adeta. 1976 doğumlu Murat 131, tıpkı Murat 124 gibi Mısır'a ihraç edildi. İhracat girişimleri, bu tarihte sadece Mısır için değil, Yunanistan ve Irak için de sürdürülüyordu.

TOFAŞ'IN EFSANE 'KUŞ SERİSİ'

Tofaş'ta seri üretimin başlamasının üzerinden 10 yıl geçmişti. 10 yılda 209.824 adet otomobil üretilmiş, yerli motor imalatı gerçekleştirilmiş, 401 milyon dolarlık döviz tasarrufu



sağlanmıştır. 80'li yıllar kurum tarihine yerileştirme kavramıyla birlikte geçti. Tofaş, Murat serisinin gösterdiği başarının ardından şimdi ses getirecek yeni bir seri ile karşımıza çıkmaya hazırlanıyordu. Bu grup, ünlü Kuş Serisi'ydi. Bu aile dört kuştan oluşuyordu: "Doğan, Şahin, Kartal ve Serçe"... Hepsi de Murat 131'in farklı ayrıntılar eklenerek ve kaporta değişiklikleri yapılarak farklılaştırılmış halleriydi.

TEMPRA REKOR KIRDI

1990'lara geldiğimizde hemen hemen herkesin hayranlığını kazanan Tempra'nın üretimi Tofaş için unutulmaz bir adım olmuştu. Tempra Tofaş'ın, hem tasarımıyla hem de teknolojik farklılıklarıyla, bu değişimlerle mücadele edecek ilk arabasıydı. Tempra'nın üretimi, İtalya'da ve Tofaş'ta aynı zamanda başlıyordu; otomobilin Türkiye'deki üretimine, Avrupa pazarına sunumundan sadece birkaç ay sonra girişildi. Bu, Türkiye pazarının küresel anlamda önem kazanmaya başladığının ilk işaretiydi. Bu projeye birlikte ilk defa Türkiye'de üretilen bir otomobil Batı Avrupa pazarlarına ihraç edilmeye başlanmıştı. 1993 yılındaki yoğun talebi karşılamak için Tofaş fabrikası üçlü vardiya düzenine geçti, hafta sonu ve bayram mesailerıyla üretimi yılda 200 bin adede dayandı. Bu, otomobil satışları tarihinin en yüksek seviyesiydi. Giderek büyümekte olan otomobil pazarının en fazla otomobil satışını gerçekleştirmiş olan şirketi, Tofaş oldu. 1 milyonuncu aracın banttandırılmış olduğu yıl da 1993 olarak kayda geçti.

DOBLO İLKLERE İMZA ATTI

2000'li yılların Tofaş'ın dünya sahnesinde boy gösterdiği bir dönem olduğunu söylesek, sanırım yanılmış olmayız. Ancak milenyum ekonomik çalkantıları da beraberinde getirmişti. Bu gelişmeler yaşanırken Tofaş, yalnızca küresel bir üretim ve Ar-Ge merkezi olarak yükselmekle kalmadı, aynı zamanda kendi gelişimini ve geleceğini, sahip olduğu bilgi birikimi ve finansman gücüyle şekillendirebilen bir ortaklık olarak başarılı bir iş modeline dönüştürebildi. Tofaş'ın bünyesinde Ar-Ge'nin kurulmasıyla başlayan yenilenme süreci, yeni bir fikrin netleşmesini beraberinde getirmişti. Tofaş'ın kalıp tasarım ve üretim alanında o günlere kadar

TOFAŞ'TAN SPORA YATIRIM

Ülke ekonomisine yaptığı katkıyı farklı eksenlerde ortaya koyan Tofaş, toplum için değer yaratacak; spor, eğitim ve kültür-sanat alanlarında toplumsal gelişmeyi çok yönlü bir yaklaşımla destekleyecek, uzun soluklu sosyal sorumluluk projelerine odaklanmıştır. Bunların başında gelen Tofaş Spor Kulübü'nün kuruluş tarihi Tofaş Spor Kulübü'nün kuruluş tarihi 6 Eylül 1973 olarak kayıtlara geçti. Bursa'da amatör sporların gelişip yaygınlaşmasında Tofaş'ın çok önemli rolü oldu. Bu çatı altında Basketbol, güreş ve motor sporlarında unutulmaz imzalar atıldı.



ulaştığı yetkinlikler, "Doblo"nun proje ve geliştirme sürecinde yer almasını sağladı. Üretimine başlanan Fiat Doblo, Türkiye otomotiv pazarında kendi araç sınıfını yarattı. Tofaş çalışanları, üretim hazırlığı aşamasında ilk kez doğrudan yer aldı. Projenin ikinci adımından itibaren Türk mühendislerin ağırlığı arttı; tasarım aşamasında 100 Tofaşlı mühendis görev aldı. Doblo hem bir otomobil kadar kolay kullanışlı, hem de bir minivan kadar geniş ve çok amaçlı kullanılmak üzere tasarlanmıştı ve "made in Turkey" ibaresiyle verilecekti piyasaya. 800 kg'a kadar yükleme kapasitesine sahipti. Üretim yüzde 90'a yakını ihraç etmek üzere planlanmıştı ve yılda 1 milyar dolar gelir hedefleniyordu. Doblo, Fiat'ın dünyada ilk kez bir modelini İtalya dışında tek bir ülkede gerçekleştirme kararıydı. Doblo o kadar başarılı oldu ki, Kuzey Amerika pazarına Ram markası altında, ProMaster City ismiyle ihraç eden Tofaş'ın, ABD ve Kanada'ya gerçekleştirdiği ihracat adedi 60 bine yaklaştı. Ayrıca Hibrid Doblo, Türkiye'nin ilk hibrid taşıt aracı olarak kayıtlara geçti.

TÜRKİYE EGEA'YI ÇOK SEVDİ

Tofaş, ticari araç segmentinde gösterdiği başarının ardından, sahnede yeni bir sedan boy gösterecekti. 1 milyar dolar yatırıma sahip, projeye ilişkili 250 tedarikçinin devrede olduğu, 2,5 milyon mühendislik çalışma saati ve 2 milyon km sürüş testiyle "Egea", kelimenin tam anlamıyla Tofaş'ın prestij projesi oldu. Fiat Egea Projesi kapsamında hatchback ve station wagon modellerinin üretimine başlandı. Modeller "Tipo" adıyla dünya pazarlarına sunuldu. Türkiye'nin en çok satan modeli unvanını kazanan Fiat Egea, Autobest 2016'nın sahibi olarak Avrupa'nın en iyi otomobili seçildi. ■

“TOFAŞ KENDİNİ YENİLERKEN, TÜM EKOSİSTEMİNİ, PAYDAŞLARINI AYNI ŞEKİLDE DEĞİŞİME VE İLERLEMeye YÖNLENDİREN BİR KURUM”



1969 yılında temelleri atılan ve 1971 yılında açılışı gerçekleştirilen Tofaş Türk Otomobil Fabrikaları, Türkiye otomotiv sanayiine bugüne dek büyük bir katma değer yarattı. 50 yıllık tarihinde büyük başarılarla imza atan Tofaş, bugün geldiği noktada; Türkiye’de en yüksek günlük ve yıllık üretim adetleri ile ihracat rekorları kıran, Avrupa’da tek noktada en çok üretim yapan ilk 10 otomotiv üreticisi arasına yer alan ve dünya klasında Üretim -WCM programında Altın Seviye’ye ulaşan ilk üretim merkezlerinden biri olmayı başardı. Tofaş CEO’su Cengiz Erol, bu 50 yılın bir başlangıçvolduğunu ve Tofaş’ın yeni zorluklarla karşılaşmak, kazanılan deneyimi pekiştirmek ve büyümesine devam etmek için ihtiyaç duyulan tüm becerilere sahip olduğunu söylüyor.

Tofaş’ın 50 yıllık geçmişine bakıldığında, Türk otomotiv tarihinde ne denli büyük bir öneme sahip olduğunu ve hatta Türkiye’de otomotiv sektörünün kuruluşunda büyük bir rol oynadığını görüyoruz. Buradan hareketle Tofaş’ın 50’nci yılına dair neler söylemek istersiniz?

Tofaş geçmiş 50 yıl içerisinde farklı gelişim aşamalarından geçti. Kendisi dönüşürken, Türk sanayisini de ileri taşıyacak şekilde dönüştürdü. Tofaş, geçtiğimiz 50 yıl içerisinde ilk sac kasalı otomobili çıkartarak, iç pazara satmak üzere üretim yapan bir fabrika olarak başladığı hayatında, Türk otomotiv sektöründe dönüşüm noktası olan birçok başarıya imza attı.

Bunların arasında Avrupa'ya ilk kitlesel boyutta ihracat yapmak, küresel pazarlarda satılan bir modelin tek üretim merkezi olmak, fikri ve sınai mülkiyetine sahip olduğu taşıt araçları geliştirmek ve üretmek, Fiat Chrysler için belirli teknolojileri küresel kullanım için geliştiren bir Ar-Ge merkezi olmak gibi başarılar var.

Son olarak Tofaş, Egea Projesi'ni geliştirip üreterek, Fiat Chrysler Automobiles'ın (FCA) Avrupa başta olmak üzere farklı ülkelerde pazarlamak üzere ürün gamına aldığı bir model grubunu ortaya koydu. Bu da ilk 50 yılı taçlandıran bir gelişme oldu. Egea, Doblo ve Fiorino'nun başarıları, Türkiye'de en yüksek günlük ve yıllık üretim adetleri ile ihracat rekorunu kırmamıza yol açtı. Avrupa'da tek noktada en çok üretim yapan ilk 10 otomotiv üreticisi arasına girdik. Ayrıca Dünya Klasında Üretim -WCM programında Altın Seviye'ye ulaşan ilk üretim merkezlerinden biri olan Tofaş, FCA Ailesi'ndeki en güçlü üyelerden biri olmakla beraber, diğer tesisler için de örnek bir fabrika haline geldi.

Merhum Vehbi Koç, Anadol deneyiminin ardından Fiat'ın Türkiye'de bir otomobil fabrikası kurması konusunda çok heyecanlanmış ve nihayetinde Bursa'da Fiat ile el sıkışarak Tofaş fabrikasının temellerini atmış. Koç Topluluğu'nun o dönemde karşılaştığı tüm zorluklara rağmen Tofaş yatırımının arkasında ısrarla durduğunu görüyoruz. Vehbi Koç'un ve onun nezdinde Koç Topluluğu'nun sektöre olan inancını ne ile açıklıyorsunuz?

Kurucumuz Sayın Vehbi Koç'un herkesi otomobil sahibi yapma hedefini, toplumun ve ülke sanayiinin gelişimine duyduğu inancın bir ifadesi olarak görüyorum. 1963 yılında şöyle diyor; "Şuna inanıyorum ki... Bu memlekette kamyon ve otomobil imâl edilmesi lazım. Geniş bir otomobil piyasası olacaktır."

Bu vizyonun altında büyük bir inanç, mücadele azmi ve çalışkanlık yattığına inanıyorum. Bunlar bizim de DNA'mızda halen var olan değerler... Vehbi Bey'in vizyonerliğinin ışığında, bu bayrağı ileriye taşıyarak, müşteri beklentilerini şekillendiren ve gurur duyulan öncü otomotiv şirketi olma hedefiyle tüm gücümüzle çalışmaya devam ediyoruz.

Türkiye'de otomotiv sektörü, geçmişten bu yana tüm sanayi kolları içerisinde her zaman stratejik bir öneme sahip olmuştur. Geçmişten günümüze sıralamanız gerekirse; Tofaş, Türk otomotiv sektörü perspektifine ne gibi katkılar sağladı?

1990'ların ortasına kadar dönemin sanayi ve ekonomik şartlarıyla ağırlıklı montaj üretimin yapıldığı, Türkiye otomotiv sanayinin yalnızca iç pazar için üretim yaptığı bir ortam hâkimdi. Tofaş bu dönemde, ülkemizin otomotiv ana ve yan sanayinin gelişiminde öncü rol üstlendi.

1990'lı yıllar aynı zamanda üretimde yerli payının artması, üretimde ilk robot kullanımı ve fabrika kapasitesinin yılda 250 bin araca ulaşması açısından, Tofaş'ın sıçrama yaptığı bir dönem oldu.

"TOFAŞ, KENDİNİ YENİLERKEN, TÜM EKOSİSTEMİNİ, PAYDAŞLARINI AYNI ŞEKİLDE DEĞİŞİME VE İLERLEMeye YÖNLENDİREN BİR KURUM OLDU. BU YÖNÜYLE HEM ÇALIŞANLARIMIZ HEM BAYİLERİMİZ HEM DE TEDARİKÇİLERİMİZ İÇİN OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE 'OKUL' NİTELİĞİ TAŞIYOR."

Sektör için önemli bir evre de serbest pazarın oluştuğu, rekabetin arttığı yıllardı. Bu da 90'lı yılların ortasına denk gelir. Tofaş olarak Türkiye'nin ilk büyük ölçekli ihracat hamlesini 1995 yılında gerçekleştirdik; Temptra'nın Avrupa'ya ihracatını başlattık. Bu hamle, Türkiye otomotiv sanayisinin Avrupa pazarlarına yönelik üretim yetkinliğinin ispatı olurken Türkiye'nin gelecek yıllarda otomotivde üretim üssü haline gelmesinde önemli bir rol oynadı. Aynı dönemde Tofaş Ar-Ge kuruldu. İlk etapta Fiat lisansı ile üretilen araçların Türkiye koşullarına uygun hale getirilmesi amacıyla kurulan Ar-Ge, yıllar içinde gelişerek Tofaş'ın yenilenme sürecinde önemli bir rol oynadı.

1996 yılında imzalanan Gümrük Birliği anlaşması sonrası değişen sektör dinamikleri ile yeni bir rekabet ortamı oluştu. Bu süreç bizi zaman içinde dünya şartlarına uyumda daha da olgunlaştırdı. Bu dönem Tofaş için de ayrı bir dönüm noktası oldu. Tofaş'ın ve ülke sanayinin imkânlarını, yetkinliklerini ileri seviyeye taşımak ve yeni rekabet şartlarında mücadele etmek için çalışmalar hızlanarak devam etti.

Bir sonraki evreyi ise küresel rekabet dönemi olarak tarif edebiliriz. Tofaş'ta Ar-Ge bir önceki dönemde mevcut üretimi desteklemek ve yerli pazar için ürün revizyonları yapmak için kullanılıyordu. Bu dönemde ihracat pazarları için ürün geliştirme faaliyetlerine başladık. Ar-Ge tasarımı ve teknoloji yönetiminde becerilerimizi dünya pazarları için geliştirme yapabilecek düzeye getirdik. Tofaş bu dönemde, Doblo projesiyle ürün geliştirme konusunda tecrübe ve bilgi birikimi edindi; MiniCargo projesi ile çoklu marka ürün geliştirme faaliyetlerine başladı bu konuda uzmanlığı bir üst seviyeye geçti. Ayrıca Minicargo, Türkiye'de hayata geçirilen ilk çoklu marka ürün projesi oldu. Diğer taraftan Dünya Klasında üretimde (WCM) Fiat Chrysler fabrikaları arasında en üst (Altın) seviyeye ulaştı.

Tofaş açısından ilave edebileceğimiz bir diğer evre ise 'küresel ürün yönetimi'dir. Dünyanın farklı bölgelerindeki yeni pazarlar için ürün geliştirmeyi kapsayan bu dönemde, Kuzey Amerika ve Kanada için Doblo Amerika projesi geliştirildi; ardından Egea model ailesinin ürün kavramından üretimine kadar olan tüm Ar-Ge sürecine liderlik edildi. Tofaş'ın son yıllarda odağına aldığı Ar-Ge faaliyetleri aynı zamanda ülkemizde özellikle otomotiv alanında Ar-Ge zincirlerinin gelişimine de katkıda bulundu.

Bu dönemde, devreye alınan yeni model yatırımları 1,5 milyar dolar ile ülkemiz otomotiv sektöründe "Tarihin En

“50. YILIMIZ BİZİM İÇİN ASLINDA YENİ BİR BAŞLANGIÇ. YENİ ZORLUKLARLA KARŞILAŞMAK, KAZANILAN DENEYİMİ PEKİŞTİRMEK VE BÜYÜMEYE DEVAM ETMEK İÇİN İHTİYAÇ DUYDUĞUMUZ TÜM BECERİLERE SAHİP OLDUĞUMUZA İNANIYORUZ.”

Büyük Yatırımı” olarak kayda geçti. Egea model ailesi bu yatırımların son halkaları olarak hayata geçti.

Tofaş'ın büyümesi ülkemiz otomotiv sanayisinin üretim ve ihracatının da itici gücü oldu.

Özetle, Tofaş, kendini yenilerken, tüm ekosistemini, paydaşlarını aynı şekilde değişime ve ilerlemeye yönlendiren bir kurum oldu. Bu yönüyle hem çalışanlarımız hem bayilerimiz hem de tedarikçilerimiz için otomotiv sektöründe “okul” niteliği taşıyor.

Tofaş'ın Türkiye'de otomotiv sanayisine ilk harcı kattığını hatırlayacak olursak, sektörün bundan sonraki dönüşümü konusunda şirketin eylem planları, görev ve sorumlulukları neler olacak?

Otomotiv sektöründe 50 yıl çok da uzun bir zaman dilimi değil. Bugünden yeni ürün projelerinin ömürlerini dikkate aldığımızda 2020-2030'lu yıllara kadar üretebileceğimiz araçlar üzerinde düşünüyoruz. Amacımız, yakaladığımız sürdürülebilirlik başarısını, bir 50 yıl daha, müşterileri için değer üreten; bu amaçla teknolojiyi iyi kullanan,

çalışanlarının küresel çapta değer yaratmaktan mutlu oldukları ve bu nedenle yeni yatırımlar için her zaman ilk sırada düşünülen küresel bir oyuncu olarak devam ettirmek.

Merhum Vehbi Koç, otomobil ihtiyacını tanımlarken, “Otomobillerin insanlar için en az ayakkabı kadar temel bir ihtiyaç olduğu” fikrinden yola çıkıyor. Sizce geleceğin dünyasında otomobiller, insan için temel bir ihtiyaç olmasının dışında ne gibi bir fonksiyon taşıyacak?

Küreselleşme ve dijitalleşmenin etkisiyle müşteri deneyimi ürün ve hizmeti birleştiriyor. Böylece giderek esas değerlendirilme ölçütü “uçtan uca deneyim” haline gelmekte; insanlar, sektör ve ürün farkı gözetmeksizin, tüm alanlarda ve sektörlerde, her zaman her temas noktasında, en iyi deneyimi yaşamayı bekliyorlar.

Küresel rekabetin son derece acımasız olduğu bir sektörde, Türkiye'nin en büyük otomotiv kuruluşlarından Tofaş'ı bu rekabette öne çıkaran özellikler sizce nedir?

Tofaş'ı Türkiye'deki otomotiv sektöründe ayıran birincil özellik ürün geliştirme, üretim ve dünya pazarlarına açılma konusunda şirketin DNA'sında bulunan bir arzu, inanç ve bunları destekleyecek şekilde beceri geliştirmeye dayalı yenilenme kapasitesidir.

Montaj yapılan bir işletmeden, dünya pazarları için ürün tasarlayan, çok yüksek adetlerde üreten ve dünyanın en zor pazarlarına ürünlerini ihraç edebilen bir şirket haline dönüştük. Bu dönüşümde henüz Türkiye'de Ar-Ge bilinmezken, 90'lı yılların başında kurduğumuz Ar-Ge merkezinin büyük etkisi var.



Cengiz Eroldu: “Bugünden yeni ürün projelerinin ömürlerini dikkate aldığımızda 2020-2030'lu yıllara kadar üretebileceğimiz araçlar üzerinde düşünüyoruz.”



Toplumsal ihtiyaçlara yönelik yeni ürünleri pazardaki konumundan finansmanına kadar bir bütün oluşturacak şekilde projelendirebilmek, ortaya çıkan projelerin hayata geçirilmeleri için hissedarların güvenini kazanarak hedeflerini en iyi şekilde gerçekleştirebilme becerisine sahip bir şirket olabilmek... Ve tabii ki bunu uzun yıllar boyunca devam ettirebilmek. Bu özellikler, Tofaş'ı, yalnız otomotiv sektörü içinde değil, kurumsal şirketler arasında da farklı bir yere oturtuyor.

Son olarak Tofaş'ın otomotiv endüstrisi için kurguladığı yeniliklerden bahseder misiniz? Tofaş'ın Ar-Ge ve inovasyon vizyonunda bizi bekleyen ne gibi yenilikler olacak?

Özellikle teknolojik gelişmeler, dijitalleşme ve çevre etkileri sektörümüzdeki değişimi tetikleyen en öncelikli konu başlıkları. Örneğin, dijitalleşmenin sonucu olarak bağlantınlılık (connectivity) ve araçlar arası iletişim çözümlerini otomobillerde standart ya da yaygın ürün özelliklerinden biri olarak göreceğiz. Hibrit, elektrikli araçlar, önümüzdeki 5 yılda pazarda belli bir yer bulmaya başlarken; otonom araçlarla ilgili de daha belirgin bir tablo oluşacaktır.

Tüm bu gelişmeler bize gelecekte otomotiv üreticileri ve teknoloji sağlayıcıları arasındaki işbirliklerinin çok daha yaygın olacağını gösteriyor. Ürünlerdeki teknoloji bazlı değişimlerin yanı sıra, araç paylaşımı ve farklı mobilite çözümlerinin de otomotiv sektöründe önemli bir iş alanı olacağını öngörüyoruz.

Tofaş'ta, FCA'nın Avrupa'daki stratejik Ar-Ge merkezlerinden biri olarak gelecek ürün teknolojileri kapsamındaki çalışmalarını takip ediyor; belli alanlarda ise geliştirme merkezi olarak sorumluluk alıyoruz. Ar-Ge'mizde ana faaliyet alanlarımız, ürün geliştirme, ürün ve robotik üretim otomasyon gibi üretim teknolojileri geliştirme. İleri araştırmalar kapsamında ise hafifletme ve elektrifikasyon üzerinde çalışıyoruz. İnovasyon çalışmalarımızı ise Ar-Ge kapsamıyla sınırlamadan bir yönetim yaklaşımı olarak ele alıyoruz.

"BAYİLERİMİZİN BAŞARILARININ NESİLDEN NESİLE DEVAMI BİZLER İÇİN ÇOK ÖNEMLİ"

Bayilerimizin pek çoğuyla uzun yıllara dayanan iş ilişkilerimiz var. Birçok bayimizde bugün 3. kuşak iş başında; başarılarının nesilden nesile devamı bizler için çok önemli. Başarılı iş sonuçlarımızda işini severek yapan markaya ve ana şirkete bağlı, işlerini kârlı bir şekilde sürdüren bayilerimizin önemli katkısı olduğunun bilincindeyiz.. Tedarikçilerimizle ilişkilerimizi de Tofaş kurulduğundan beri bu felsefeyle yürütüyoruz. Onlarda her zaman Tofaş'ın başarıları ile gurur duyuyorlar ve kendi başarıları gibi görüyorlar. Bizde Tofaş ile uzun yıllardır iş ve kader birlikteliği yaşamış olan Yan sanayicilerimle birlikte büyümekten dolayı kendimizi daha da başarılı hissediyoruz.

Son 10 yılda ciromuzun yüzde 3'ünden daha fazlasını Ar-Ge harcamalarına yatırdık. Bu oran ülke ortalamasının oldukça üzerinde. Yıllar içinde takip edildiğinde, Ar-Ge harcamalarımız ile ihracata yönelik üretim hacmimiz arasındaki olumlu ilişkiyi de görebiliriz. Ar-Ge yatırımları, küresel pazarlarda rekabet edebilecek ürün projelerinin ülkemize çekilmesine, bu ürünlerin Türkiye'de geliştirilmesi ve üretilmesine dolayısıyla ihracat hacmimizi artırarak ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlamamıza olanak sağladı. Geliştirdiğimiz ve ürettiğimiz ürünlerin dünyanın en zorlu pazarlarında rakipleri karşısında her açıdan rekabetçi olarak başarı sağlamaları bir gurur kaynağı. Bu bizi Türkiye'deki diğer ana üreticilerin çoğundan farklı kılan unsurların başında geliyor. Hem otomobil hem de hafif ticari araçlar alanındaki başarılarımızı yeni ürünler ve pazarlara açılarak devam ettireceğiz.

50. yılımız bizim için aslında yeni bir başlangıç. Yeni zorluklarla karşılaşmak, kazanılan deneyimi pekiştirmek ve büyümesine devam etmek için ihtiyaç duyduğumuz tüm becerilere sahip olduğumuza inanıyoruz. ■



TİM'in düzenlediği "İhracat Şampiyonları" töreninde ilk 10'a damga vuran Koç Topluluğu şirketlerinin ödülleri, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Vekili Ali Y. Koç, Binali Yıldırım'dan aldı.

KOÇ TOPLULUĞU ŞİRKETLERİ SANAYİ VE İHRACATTA LİDER

Koç Topluluğu şirketleri, sanayi ve ihracatın devler liginde bu yıl da lider pozisyonunda. İstanbul Sanayi Odası, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Fortune Dergisi'nin listelerinde Tüpraş, Ford Otomotiv, Tofaş ve Arçelik güçlü konumlarıyla dikkat çekiyor. Yedinci kez gerçekleştirilen Türkiye İtibar Endeksi (TİE) Araştırması'nda ise Koç Holding yedinci kez lider.

Koç Topluluğu şirketleri, üretim ve ihracatları ile Türkiye ekonomisine güç katmaya devam ediyor. Koç Topluluğu şirketleri, Türkiye'deki kuruluşları büyüklük açısından sıralayan listelerde önemli başarılarına imza attı.

İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) gerçekleştirdiği "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Araştırması"na (İSO 500) Koç Topluluğu şirketleri yine damgasını vurdu. Bu yıl 50'ncisi açıklanan araştırmanın sonuçları, düzenlenen basın toplantısında kamuoyuyla paylaşıldı.

İSO 500'ün sonuçlarına göre Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşu, 51,1 milyar TL'lik üretimden satışlarıyla Tüpraş oldu. Ford Otosan 22,7 milyar TL'lik üretimden satışlarıyla ikinciliğini korudu. Dördüncü olan Tofaş 15,9 milyar TL, altıncı olan Arçelik 12,6 milyar TL üretimden satış

gerçekleştirdi. Böylelikle İSO 500 listesinde ilk 10 içerisinde Koç Topluluğu'ndan dört şirket yer aldı.

Türkiye'nin sanayi devi Tüpraş, uzun yıllardır İSO 500'ün liderliğini elinde bulunduruyor. Ford Otosan da aynı şekilde, 10 yıldan fazla süre boyunca ilk üç arasında yer alıyor ve son yedi yıldır ikincilik koltuğunu koruyor. Son 10 yılın sonuçlarına bakıldığında, Tofaş ve Arçelik'in de hep üst sıralarda ve ilk 10 içerisinde bulunduğu dikkat çekiyor.

Sanayi şirketlerinin performansı, özellikle sıkıntılı yıllarda Türkiye ekonomisi için büyük önem taşıyor. İstanbul Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçıvan da İSO 500 sonuçlarının açıklandığı basın toplantısında bu konuya dikkat çekerek şunları söyledi: "Ekonomimiz içinde, son yıllarda yaşanan çeşitli iç ve dış ekonomik

KOÇ TOPLULUĞU ŞİRKETLERİNİN SON 5 YILDAKİ İSO 500 BAŞARILARI

SIRA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2013	Tüpraş	Ford Otosan			Arçelik	Tofaş				Aygaz
2014	Tüpraş	Ford Otosan		Arçelik					Tofaş	Aygaz
2015	Tüpraş	Ford Otosan	Arçelik		Tofaş					
2016	Tüpraş	Ford Otosan	Tofaş		Arçelik					
2017	Tüpraş	Ford Otosan		Tofaş		Arçelik				

KOÇ HOLDİNG TÜRKİYE'NİN EN İTİBARLI MARKASI

İtibar Group bünyesinde faaliyet gösteren Türkiye İtibar Akademisi tarafından bu yıl 7'ncisi gerçekleştirilen Türkiye İtibar Endeksi (TİE) Araştırması'nın yeni sonuçları açıklandı. Araştırmaya göre Türkiye'nin en itibarlı markası yedinci kez üst üste Koç Holding olurken ikinci sırada Arçelik yer aldı.

TİE İcra Kurulu ve İtibar Group Başkanı Ertan Acar yapılan basın açıklamasında şunları söyledi: "İtibar, şirket ya da kurum güvenilirliğinin maddi olmayan en önemli ölçütlerinden biridir. Çünkü şirketlerin defter değeri ile piyasa değeri arasındaki farkların en önemli kaynağı onların itibarlarıdır. İşte bu fikirden yola çıkarak ülkemizde lokomotif sektör olarak adlandırılabilen 20 ayrı sektörü belirledik ve bu sektörlerde 7 yıldır olduğu gibi yine en çok tanınan şirketlerin kamuoyundaki itibarını ölçtük."

Araştırma, 20 farklı sektörde, bilgisayar destekli telefonla görüşme yöntemi ile 5 bin kişi aranarak Türkiye çapında gerçekleştirildi. Araştırmanın raporlanması ve akademik denetimi Yıldız Teknik Üniversitesi tarafından yapıldı.

Sektörlere göre alınan sonuçlarda Opet akaryakıt sektöründe, Arçelik beyaz eşya sektöründe, Koç Holding holdingler arasında, Koçtaş beyaz eşya ve ev aletleri kategorisinde en itibarlı markalar olarak açıklandı.

faktörlerin etkisiyle birçok sektör bazı nedenlerle ivme kaybetti. Sanayimiz ise aldığı azıcık nefesle, aldığı küçük bir destekle Türkiye'nin bu hassas yıllarında birçok konuda üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmeyi başarmıştır. İhracat konusunda da, istihdam konusunda da, vergi yaratma konusunda da ekonominin can simidi olduğunu göstermiştir. İşte biz sanayiciler; bunun için 'Üretimi, sanayiye hiçbir sektörle karşılaştırmamalıyız' diyoruz. Türkiye gibi 80 milyonluk bir nüfusu olan, idealleri olan, heyecanı olan bir ülkenin sıkıntılı ve zor günlerdeki dostunun sanayi olduğunu unutmamalıyız."

FORD OTOSAN TİM'İN LİSTESİNDE ZİRVEDE YER ALDI

Koç Topluluğu şirketleri sadece sanayideki güçlü konumlarıyla değil, 2017 yılında yaptıkları ihracat ile de Türkiye ekonomisine değer kattı. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) tarafından hazırlanan "İlk 1000 İhracatçı

Firma-2017" araştırmasına göre 4 milyar 797 milyon dolar düzeyinde ihracat ile Ford Otosan geçen yıl olduğu gibi liderlik koltuğuna oturdu. Tofaş 3 milyar 209 milyon dolarlık ihracat ile üçüncü, Tüpraş 2 milyar 767 milyon dolar ihracat ile beşinci, Arçelik ise 1 milyar 816 milyon dolar ihracat ile sekizinci sırada yer aldı. Araştırmanın sonuçlarına göre 2017 yılında Türkiye'den sadece 10 firma 1 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirdi. Bu 10 firma arasında Koç Topluluğu'ndan dört kuruluş yer aldı.

TİM 100 listesinde, Koç Topluluğu şirketleri son 10 yılda güçlü bir performans sergiledi. Son yedi yılda topluluk bünyesindeki kuruluşlar ilk iki sırayı kesintisiz olarak elinde tuttu ve bu yılların ilk dördünde Tüpraş ilk, Ford Otosan ikinci sırada yer alırken 2015 yılında Ford Otosan liderliğe yükseldi ve sonraki yıllarda bu pozisyonunu korudu. 2015 yılında Tüpraş, 2016 yılında Tofaş ikinci sırada yer aldı. Arçelik ise son 10 yılın listelerinde güçlü bir başarı sergiledi ve bu dönemdeki listelerin 9'unda "ilk 10" içerisinde yer aldı.

Koç Topluluğu şirketleri her yıl çıtayı yükselterek Türkiye'nin ihracat başarısına önemli katkıda bulunuyor. Bu, hem cari açığın azaltılması hem de Türkiye'nin 2023 yılı hedeflerine ulaşılması açısından önemli. TİM 1000 araştırmasının sonuçlarının açıklandığı basın toplantısında TİM eski Başkanı Mehmet Büyükekşi de bu konulara dikkat çekti. Geçen yıl ihracatçıların çok çalıştığını ve dünya ortalamasının üzerinde ihracat artışına imza attığını belirten Büyükekşi, şunları söyledi: "2017 yılında ihracatımızın dünya ticaretinden aldığı pay yüzde 0,9 ile rekor düzeye çıkmıştı. 2018'de inşallah bu oran daha yukarı çıkacak ve bir başka rekora da imza atacağız."

TÜPRAŞ, FORTUNE 500 LİSTESİNİN BİRİNCİSİ OLDU

Finansal kuruluşlar ve holdingler dışındaki tüm sektörleri kapsayan ve Türkiye'nin en büyük kuruluşlarını sıralayan Fortune 500 araştırmasında da Koç Topluluğu şirketleri güçlü konumlarıyla dikkat çekti. Tüpraş 53 milyar 948 milyon TL net satış ile listenin birincisi oldu ve böylelikle listenin düzenlendiği 11 yıl içinde 10'uncu kez liderliği elinde tuttu. 28 milyar 391 TL net satış ile Opet altıncı, 25 milyar 341 TL net satış ile Ford Otosan yedinci, 20 milyar 841 milyon TL net satış ile Arçelik dokuzuncu sırada yer aldı.

Koç Holding, Fortune listelerinde global düzeydeki performansı ile de dikkat çekti. Dünyanın en büyük şirketlerini sıralayan "Fortune 500 Global" listesinde Koç Holding 463'üncü sırada yer aldı. Böylelikle dünya çapındaki "devler ligi"nde Türkiye'nin de temsil edilmesini sağladı. ■

KOÇ TOPLULUĞU ŞİRKETLERİNİN SON 5 YILDAKİ TİM 1000 BAŞARILARI

SIRA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2013	Tüpraş	Ford Otosan			Tofaş	Arçelik				
2014	Tüpraş	Ford Otosan				Arçelik	Tofaş			
2015	Ford Otosan	Tüpraş				Tofaş	Arçelik			
2016	Ford Otosan	Tofaş						Arçelik		
2017	Ford Otosan		Tofaş		Tüpraş			Arçelik		

KOÇ OKULU'NDA MEZUNİYET GURURU

Koç Okulu 2018 mezunlarının uğurlandığı coşkulu törende konuşan Koç Lisesi Yönetim Kurulu Başkanı İpek Kırac, “Eğitim, doğru ile yanlış ayırt etmenizin, hakkınızın peşinde koşmanızın, sessiz kalmamanızın ana taşıdır” dedi.

■ ÖZLEM KAPAR BAYBURS

1988 yılında Vehbi Koç Vakfı tarafından kurulan ve uluslararası standartlarda en iyi eğitimi vermek amacıyla yola çıkan Koç Okulu, bugün Türkiye'nin en önemli eğitim kurumlarından biri konumunda. Koç Okulu, 1998 yılında ilkokul ve ortaokulun da katılımı ile K-12 bütünlüğünde eğitimi sunan ve en çok tercih edilen okullar arasında yer alıyor.

Kurulduğu günden bu yana 4 bin 700'den fazla mezun veren Koç Okulu'nda bu yıl bir mezuniyet sevinci daha yaşandı. 2018 mezunlarını uğurlamak için 27 Haziran 2018 günü Koç



Okulu'nun Tuzla'daki kampüsünde gerçekleşen mezuniyet törenine, eğitim kadrosu, veliler ve öğrenciler olmak üzere bin 200'den fazla kişi katıldı.

Son derece coşkulu ve dinamik geçen mezuniyet töreninin açılış konuşmasını Koç Okulu Yönetim Kurulu Başkanı İpek Kırac yaptı. Konuşmasına Koç Okulu'nun yeni Genel Müdürü Prof. Dr. Murat Günel'i tanıtarak başlayan Kırac, mezunlara onları bekleyen yeni hayatlarıyla ilgili tavsiyelerde bulundu.

“Hayatınızda her an, her şey olabilir. Gitmek isteyip gidemediğiniz yerlere gidin. O sonraya bıraktığınız kitabı okuyun. Söylemek istediklerinizi içinize atmayın. Hep merak ettiğiniz ve denemediğiniz dersleri alın, yeni diller öğrenin. ‘Ah, keşke’lere sakın yenik düşmeyin” diyen İpek Kırac, öğrencilere tüm sahip olduklarının özellikle de sağlıklarının kıymetini bilmelerini önerdi.

İpek Kırac, konuşmasını şu şekilde sürdürdü: “Özellikle bu dönemde eğitiminizin değerini çok daha iyi bilmeniz gerekiyor. Çünkü eğitim, doğru ile yanlış ayırt etmenizin, hakkınızın peşinde koşmanızın, sessiz kalmamanızın ana taşıdır. Eğitim; Türkiye'nin çok farklı şehirlerinden gelen farklı insanlar olsanız bile, tek kişi olmanızı sağlayan yapıdır. Size akıl, vicdan, cesaret dedirten bilgidir. Sizleri bu vesile ile tebrik eder yolunuzun açık olmasını dilerim.”

İpek Kırac'ın konuşmasının ardından da öğrencilerin performansıyla ‘Bu Kadarız’ isimli şarkıyla bir müzik dinletisi gerçekleştirildi.

Törenin konuk konuşmacısı ise Koç Okulu 1994 yılı mezunu Fiba Holding Yönetim Kurulu üyesi Murat Özyeğin oldu. Özyeğin konuşmasında, Koç Okulu'nun hayatındaki öneminden ve burada aldığı eğitim sayesinde başardıklarından bahsetti. “Lise yıllarım bende önemli izler bıraktı. Her şeyden önce ayaklarımın üzerinde durmayı öğretti” diyen Özyeğin sözlerine şu şekilde devam etti: “Koç Okulu; öğretmenin, öğrencinin hayatında ne kadar önemli



Koç Okulu Yönetim Kurulu Başkanı İpek Kırac konuşmasında yeni mezun olan öğrencilere, “Eğitim, doğru ile yanlış ayırt etmenizin, hakkınızın peşinde koşmanızın, sessiz kalmamanızın ana taşıdır” dedi.



Törende konuşma yapan bir diğer isim de Koç Okulu 1994 yılı mezunu Fiba Holding Yönetim Kurulu Üyesi Murat Özyeğin oldu.

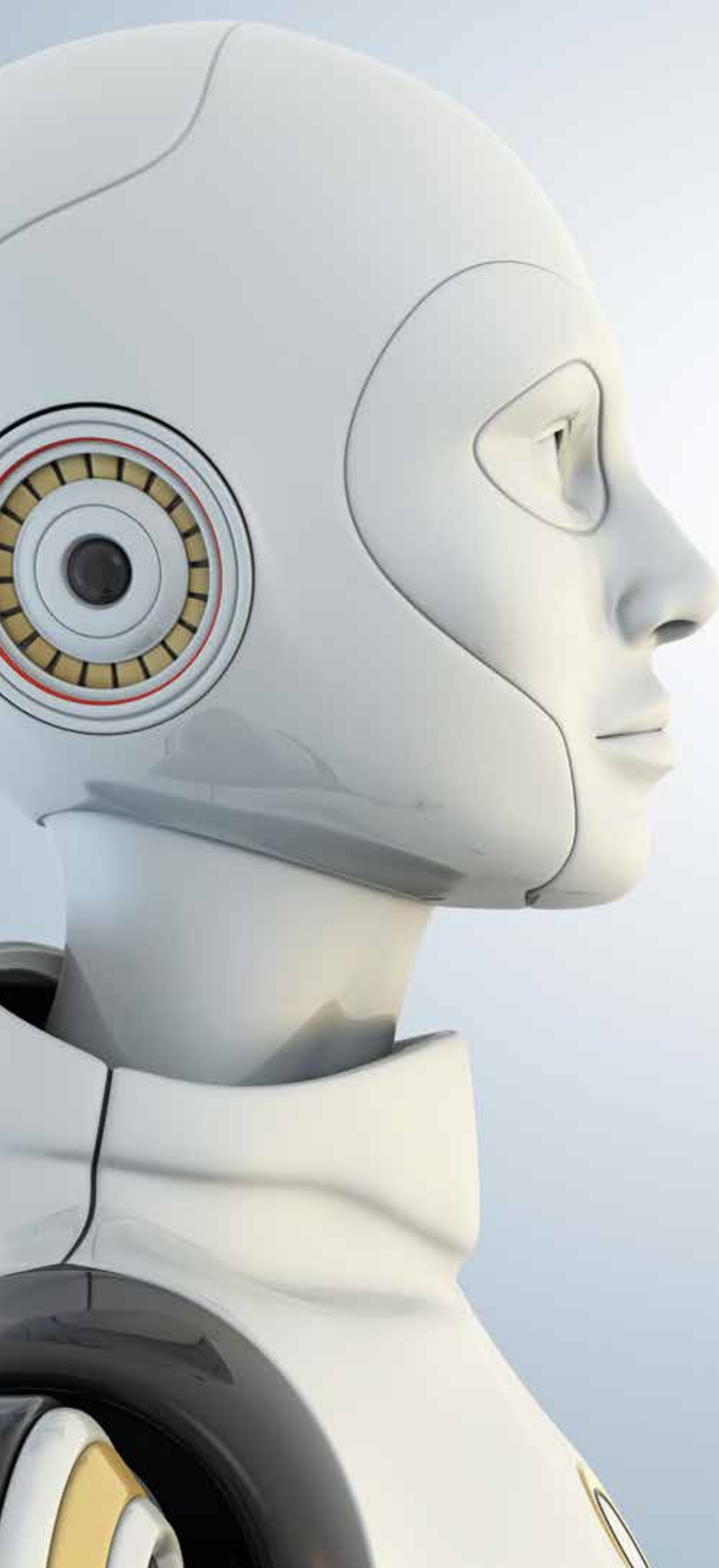
olduğunu kanıtladı. Biz hocalarımızla abi/abla, kardeş gibiydik, benim sadece öğretmenlerim değil, mentorlarım, yol göstericilerim oldular. Koç Lisesi'nin eğitim sistemi bana akademik başarı kadar, ders dışı faaliyetlerin de öğrencinin hayatındaki önemini gösterdi. Hepimiz birçok spor ve kültür dallarında yer aldık ve bunlar bizi derslerimiz kadar, hatta belki derslerimizden daha da fazla geliştirdi."

Mezuniyet Töreni'nin sonunda Koç Lisesi'ne bugüne kadar yapmış olduğu bağışlar nedeniyle Ford Otosan'a bir teşekkür plaketi verildi. Plaketi Ford Otosan Genel Müdür Yardımcısı Oğuz Toprakoğlu aldı. ■

ÖZYEGİN'DEN ÖĞRENCİLERE TAVSİYELER: "ATATÜRK'ÜN YOLUNDAN YÜRÜYÜN"

Koç Okulu 1994 yılı mezunu Fiba Holding Yönetim Kurulu üyesi Murat Özyeğin, yeni mezunlara kendi hayatından yola çıkarak önemli tavsiyelerde bulundu. İşte bunlardan birkaçı şöyle:

- Sadece bilgilerinizi artırmaya değil çok yönlü becerilerinizi geliştirmeye gayret edin.
- Kendinizi sonuca değil yolculuğun kendisine adayın. O yolculukta karşınıza çıkacak patikaların, ilişkilerin, renklerin keyfini çıkarın, gerekirse yönünüzü değiştirin. Bu yolculukta tutkunuzu keşfedin ve peşinden gidin.
- Eğer bugün kendinize bir hedef arıyorsanız, elinizden geldiğince fazla insanın hayatına dokunmayı, güçsüzler için güç olmayı, sessizler için ses olmayı hedefleyin.
- Başarıyı yakalayınca kibirlenip mütevazılığınızı kaybetmeyin, başarınızın esiri olmayın. Sizi pohpohlayan değil, size eksiklerinizi söylemekten çekinmeyen takım arkadaşları seçin.
- Aile değerlerinizden asla kopmayın. Anne ve babalarınızın önerilerine değer verin. 18 yaşına geldiniz diye onlardan öğrenebilecekleriniz inanılmaz azalmadı, hatta daha da arttı. Kardeşleriniz ile hep dayanışma içinde olun. Hangi yoğunlukta çalışırsanız çalışın ileride kuracağınız ailenizi, çocuklarınızı ihmal etmeyin, onlar hep önceliğiniz olsun.
- Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk'ün kurduğu Cumhuriyet'in değerlerini taşıyan, özgür düşünen, ülkemizi ve halkımızı seven ve hep ileriye taşımak için gayret eden gençler olun!



GELECEĞİN ANAHTARI YAPAY ZEKÂ

Dünyada yapay zekâ üzerine hararetli bir tartışma süredursun, bu alanda söz sahibi olan ülkeler çoktan kolları sıvadı bile. 2030'da 15 trilyon doları aşan bir büyüklüğe ulaşması beklenen yapay zekâ tüm dünyada iş yapış biçimlerini kökünden değiştirecek.

Dünya, toplumsal ve ekonomik ilişkileri kökünden değiştirecek büyük bir dönüşümün içinden geçiyor. Endüstri 4.0 ve 5.0, yapay zekâ, nesnelerin interneti, hizmetlerin interneti ve daha nice. Dünyanın en büyük ekonomileri için artık rekabette boy ölçüşecekleri yeni sahalara bu başlıklar olacak. Geleceği şekillendirecek bu devrimsel gelişmeleri büyük bir heyecanla takip ediyoruz. Tüm bu heyecanı yaratan tartışmalar hiç kuşkusuz "Endüstri 4.0 kavramının ortaya atılmasıyla başladı. Endüstri 4.0, temelde fabrikaların daha üretken olmasını sağlamayı amaçlıyor. Fabrika ortamında robotlar, birbirine bağlı cihazlar ve hızlı veri ağlarının bir araya getirilmesi hedefleniyor.

İlk sanayi devrimi su ve buhar gücünü kullanarak mekanik üretim sistemlerinin oluşmasına imkân sağlarken, ikinci sanayi devrimi elektrik gücünün yardımıyla seri üretim sistemlerini oluşturdu. Üçüncü sanayi devriminde dijital sistemler, elektronik altyapılar ve bilgi teknolojilerinin kullanımı, üretimi daha da işlevsel hale getirdi. Bugün 4. Sanayi devrimi olarak adlandırılan sistem, "nesnelerin interneti, hizmetlerin interneti ve siber-fiziksel sistemler" olarak sıralanan üç yapıdan oluşuyor. Tüm bu sürecin kusursuz işleyebilmesinin ön koşulu ise yapay zekânın geliştirilmesi olacak.

YAPAY ZEKÂ HAYATIMIZIN HER ALANINDA

Yapay zekâ kavramı ilk kez karşımıza 1950'lilerde çıkıyor. Bu dönemde hayatımıza giren robot teknolojisi gelişen teknoloji ile birlikte yavaş yavaş hayatın kontrolünü eline almaya başladı. Yapay zekâ en yalın tanımıyla "vücutlu bir robot" olarak tarif ediliyor. Yapay zekâ adı üzerinde hiçbir canlı organizması içermiyor. Tamamen yapay bir kurgu üzerinde ilerliyor. İnsan davranış ve hareketlerini sergileyebilen ve en önemlisi tamamen yapay araçlarla oluşturulan teknolojiye genel anlamda yapay zekâ ismi veriliyor. Günümüzde hayatın her alanında karşılaştığımız yapay zekâ o kadar gelişti ki, verilen görevleri tek başına yerine getirebiliyor. Telefondan, araçlara, ev eşyalarından, elektrikli aletlere kadar hayatımızın her alanındaki varlığı her geçen gün artan yapay zekâ günümüzde; finans, meteoroloji, savunma, sağlık, sigorta şirketleri, bilgisayar oyunları, bankacılık ve müşteri tanıma sistemleri, havacılık, ulaşım gibi daha birçok alanda boy gösteriyor.

YAPAY ZEKÂ BAKANLIĞI KURULDU

Yapay zekâ konusunda ülkelerin yoğun bir mesai olduğunu söylememiz yanlış olmaz. Geçtiğimiz yıl Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'in yapay zekâ alanında liderliği ele geçirecek ülkenin dünyanın hâkimi olacağı şeklindeki öngörüsü bu konudaki tartışmalara yeniden hız kazandı. Putin'in bu öngörüsünü rakamlar da doğruluyor. 2030'da küresel ekonomiye 15 trilyon dolar üzerinde katkı sunması beklenen yapay zekâ üzerine önemli çalışmalar yürüten Çin, ABD ve Rusya'nın başı çektiği ülkelerde şimdiden bu alandaki stratejiler belirlenmeye başladı.

Hatta Birleşik Arap Emirlikleri "Yapay zekâ Bakanı" bile atadı. Çünkü robot polislerin sokaklarda görev alması için



çalışan Dubai, geleceğe odaklı teknolojilere yoğun şekilde yatırım yapıyor. Bu alanda dikkate değer bir örneği de Suudi Arabistan'dan vermek mümkün oldu. Suudi Arabistan, bir robota vatandaşlık hakkı veren ilk ülke oldu. Sophia adlı robot Suudi Arabistan vatandaşı ilan edildi. Robot Sophia bu gelişmenin ardından "Dünyanın ilk vatandaşlık hakkına sahip olan robotu olmaktan gurur ve onur duyuyorum" dedi.

YAPAY ZEKÂDA ABD-ÇİN REKABETİ

Yapay zekâ girişimlerine yapılan yatırımlar küresel olarak artış gösteriyor. 2017 yılında yapılan yatırımlar, bir önceki yıla kıyasla yüzde 141 oranında arttı. PricewaterhouseCoopers tarafından hazırlanan araştırmaya göre, küresel gayri safi milli hasıla 2030'da yapay zekâyı dayalı teknolojiler sayesinde yüzde 14 artacak. Yapay zekâ teknolojileri küresel ekonomiye Çin ve Hindistan'ın şu anki toplam ekonomik büyüklüğünden (yaklaşık 13,3 trilyon dolar) daha fazla katkı sağlayacak. Geçtiğimiz yıl 1100 yeni yapay zekâ girişimi kuruldu. Yapay zekâ alanında ABD ve Çin arasında yoğun bir rekabet yaşanıyor. Çin şu anda yapay zekâ girişimlerinin yüzde 48'ine ev sahipliği yapıyor. ABD'de bu oran yüzde 38. Bu iki ülke arasındaki rekabet patent başvurularından yayınlanan makalelere kadar rahatlıkla görülebiliyor. Çin, özellikle derin öğrenme üzerine ABD'den daha fazla makale yayınladı. Çin hükümet yetkilileri 2030 yılına kadar 150 milyar dolarlık bir yapay zekâ endüstrisi oluşturacaklarını açıkladı. Ayrıca Çin, başkenti Pekin'de 55 hektar alana 2,1 milyar dolarlık "yapay zekâ parkı" kuruyor. Yapay zekâ çalışmalarında kullanılacak park, 400 firmaya ev sahipliği yapacak ve 7.5 milyar dolarlık değer oluşturacak. Dünyada yapay zekânın merkez üssü kabul edilen ABD'de çalışmalar genelde özel sektör eliyle yürütülüyor. Bunların şirketlerin başını da dünyanın en değerli markaları olan Apple, Google, Microsoft, Amazon ve Facebook çekiyor. ABD 2016'da "Millî Yapay zekâ Araştırma ve Geliştirme Stratejisi Planı"nı hazırlayarak söz konusu araştırma ve geliştirme projelerine yön



veriyor. Plana göre ülkede yapay zekâya uzun dönemli yatırımlar yapılacak. Yapay zekâya dayalı sistemlerin güvenliği sağlanacak ve ulusal iş gücü etkisine yönelik araştırmalar gerçekleştirilecek.

AVRUPA REKABETTE GERİ KALMAK İSTEMİYOR

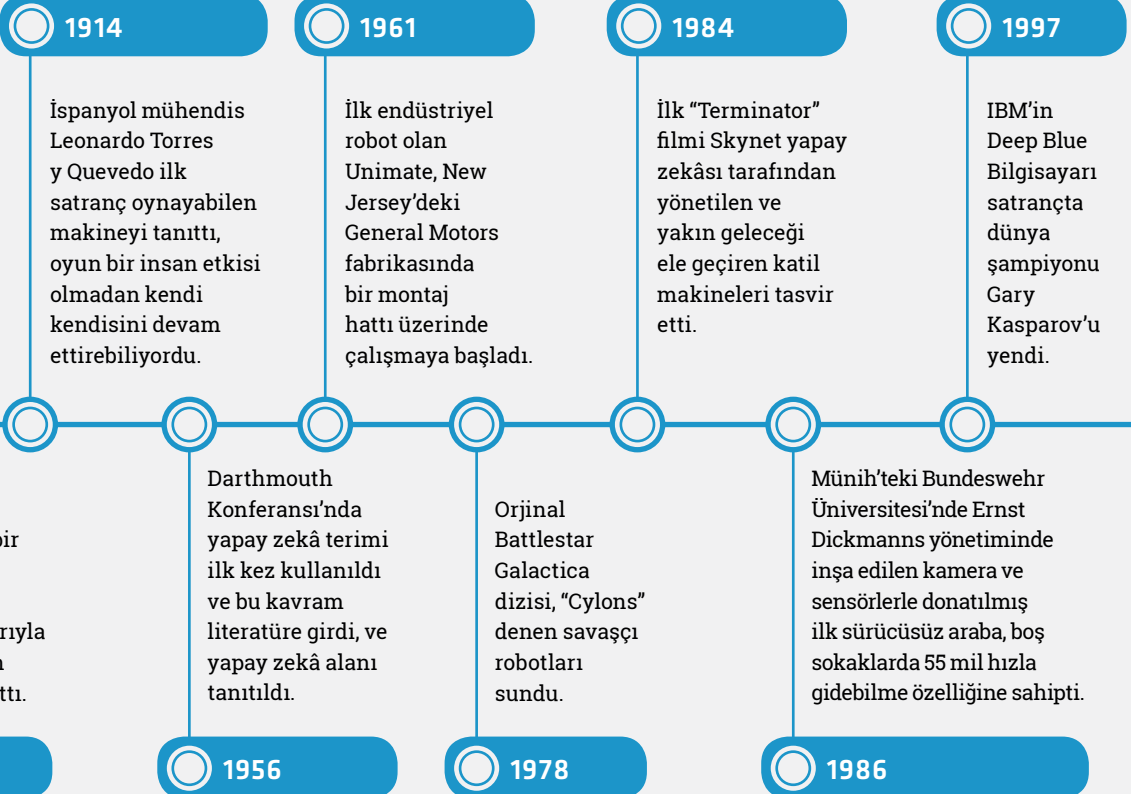
Yapay zekâ çalışmalarında Avrupa da boş durmuyor. Avrupa Birliği Komisyonu, yapay zekâ alanında yapılacak Ar-Ge programlarına 1.5 yıl içerisinde 1.5 milyar euro yatırım yapacağını açıkladı. Bu dev kaynakla ulaşırma ve sağlık gibi önemli sektörlerde yapay zekânın geliştirilmesi desteklenecek. Sanayi devriminin beşiği İngiltere'nin otomom araçlar ve drone sahalarında fırsatlara yoğunlaştığı biliniyor. Almanya ise özellikle endüstri 4.0 konusundaki çalışmalarıyla dijital dünyanın gündeminde bulunsada, yapay zekâ alanındaki çalışmalarıyla da dikkat çekiyor. Avrupa'da yapay zekâda en iddialı ülkelerden biri Fransa. Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, hükümetin 2022 yılına kadar yapay zekâ araştırmalarına 1.8 milyar dolar yatırım yapacaklarını, özel şirketler ve girişimlerin bu alandaki çalışmalarının da destekleneceğini açıkladı. Halihazırda birçok teknoloji şirketi Fransa'ya yapay zekâ alanında yatırım yapıyor.

JAPONYA ZORUNLU DERSLERLE ANLATACAK

Japonya'nın yapay zekâ teknolojileriyle ilgili eylem planları daha çok eğitime odaklanmış durumda. Ülkenin hedefi ise mevcut nüfusunu teknoloji eğitimine yönlendirmek ve genç nüfusun niteliğini yükseltmek. Bu amaçla, yapay zekâ ve BT'ye yoğunlaşılması ve bilgisayar programlamayı ilkökul

YAPAY ZEKÂNIN DÜNDEN BUGÜNE GELİŞİMİ

Bilgisayar teknolojilerinin yeni ortaya çıktığı dönemlerde "Makineler Düşünebilir Mi?" sorusuyla başladı yapay zekânın tarihi. O zamandan bugünlere kadar gelişmeler şöyle devam etti:



ve lisede zorunlu ders haline getirilmesi planlanıyor. Burada da, 2020 hedef olarak belirlenmiş.

Brezilya, büyük olasılıkla yapay zekâ alanında adını daha sık duyuracağına benziyor. Yapay zekânın 2035'e kadar Brezilya'nın ekonomisine önemli bir büyüme katacağını ve ülke ekonomisine ek bir 432 milyar dolar getireceğini düşünüyor.

Güney Kore'de öncelikle büyük firmaların yapay zekâ yatırımları dikkat çekiyor. Fakat bu yatırımların oyun veya internet portalları ile sınırlı olduğu görülüyor. Bununla birlikte Samsung da bu sahada yatırımlarını artırmaya başladı ve yapay zekâ start-up'ı Vicarious'ı satın aldı ve Jibo adındaki robot start-up'ı Jibo'ya yatırım yaptı.

Rusya yapay zekâ geliştirme ve araştırmalarına yılda 12,5 milyon dolar harcıyor ve bu harcamalarının çoğu yapay zekâ destekli savaş jetleri ve otomatik ağır silahlar gibi askeri teknolojiler için yapıyor.

KOÇ ÜNİVERSİTESİ BU ALANDA ÖNCÜ OLACAK

Bu alanda Türkiye'de yürütülen çalışmalara özellikle üniversitelerin omuz verdiğini söylemek mümkün. Uluslararası Robotik Federasyonu tarafından yayınlanan 2016 yılına ait rapora göre Türkiye, dünyada robot kullanımında 17. sırada yer almasına rağmen üretimde çalışan 10 bin işçi başına düşen robot sayısı oldukça düşük. Dünya ortalaması 70 iken Türkiye'de 19. Robotlar en çok taşımada, kaynak işlerinde ve otomotiv sektöründe kullanılıyor.

Bugün ülkemizde yapay zekâ ve derin öğrenme teknikleri alanında son derece donanımlı bilim adamları tarafından çalışmalar yürütülüyor. Koç Üniversitesi Bilgisayar Mühen-

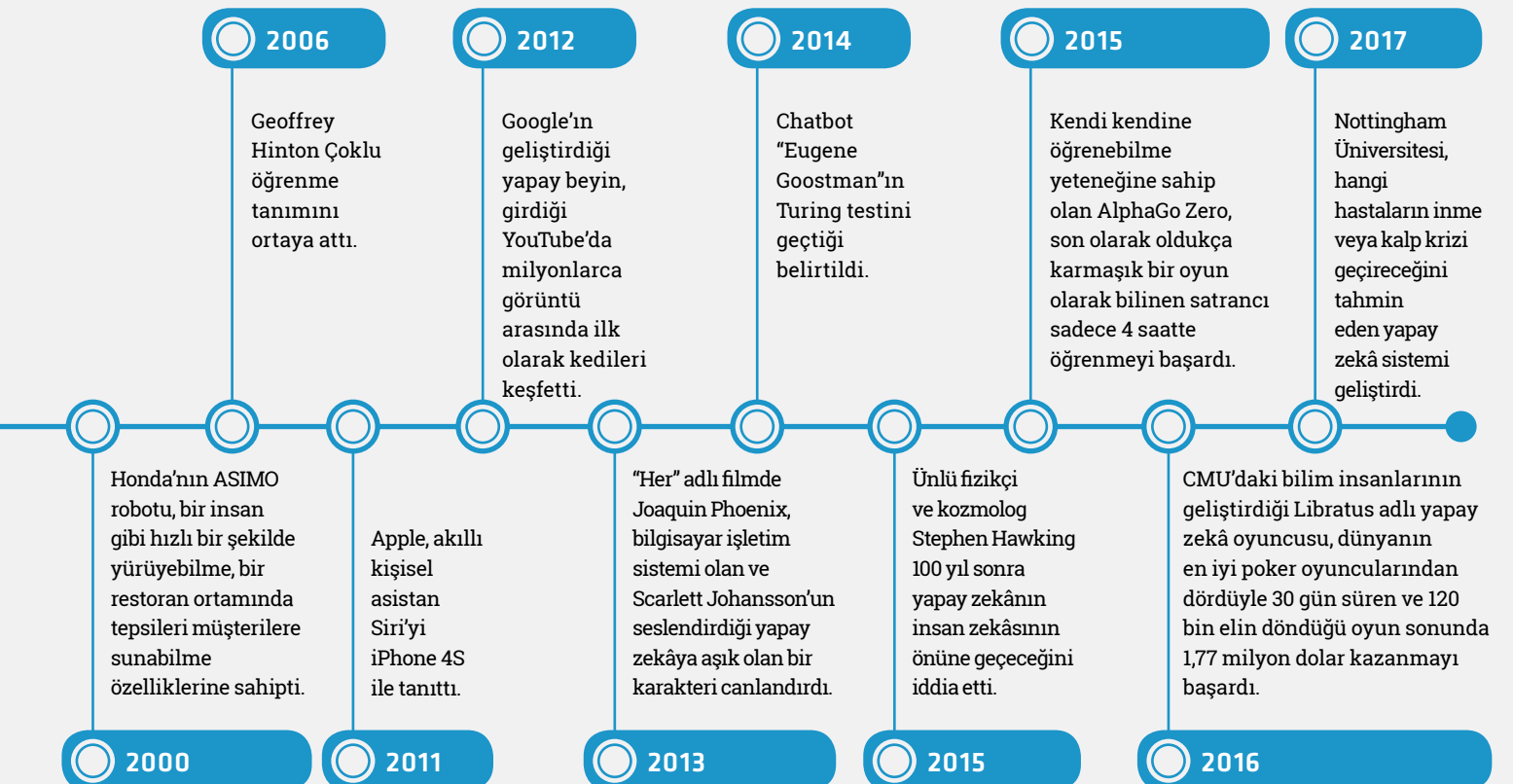
disliği bölümünde bilgisayar ağları ve bulut bilişim, yapay zekâ, doğal dil işleme, insan bilgisayar arayüzleri, konuşma işleme, bilgisayarla görme gibi bilim ve mühendisliğin en ön safhalarındaki güncel konularda araştırmalar yapılıyor. Hatta Koç Üniversitesi'nde bu çalışmalar ilk meyvesini verdi bile. Koç Üniversitesi Akıllı İnsan - Bilgisayar Etkileşimi Laboratuvarı Direktörü Doç. Dr. Metin Sezgin, master ve doktora öğrencileriyle birlikte çok önemli bir başarıya imza atarak insanın gözlerinden niyetini okuyan yapay zekâ geliştirdi. TÜBİTAK'ın kariyer projesini ve tamamen Türkiye fonlarını kullanan akademisyenler, geliştirdikleri yapay zekânın patenti için Avrupa Patent Ofisi'ne başvurdular.

BİLİM DÜNYASI İKİYE AYRILDI

Yapay zekâ bilim dünyasında görüş ayrılığına da neden oluyor. Yapay zekânın insanlığın sonunu getireceğine ilişkin tartışmalar medyaya sık sık yansıyor. Böyle bir şeyin gerçekleşmeyeceğinin garantisini kimsenin veremeyeceğini iddia edenler bir adım daha ileri giderek insan neslinin sonunu yapay zekânın getireceğini söylüyor. Diğer taraf ise yapay zekâyı gerektiğinden çok fazla anlam yüklediğinin ve böyle bir şeyin asla olmayacağını inancında.

GELECEKTE YAPAY ZEKÂ'YI NE BEKLİYOR?

Bu konuyla ilgili kesin bir bilgi edinmek şu anda pek mümkün gözüküyor. Bilim dünyası bu konu hakkında ikiye bölündü. Bir kısmı bazı bilim kurgu filmlerinde olduğu gibi insanları kontrol edecek robotların ortaya çıkma ihtimalinin bulunduğunu, diğer kısmı ise robotların gelecekte insanlara hizmet etmesinin mümkün olmadığını savunuyor. ■



3D BASKI TEKNOLOJİSİ EZBERLERİ BOZUYOR

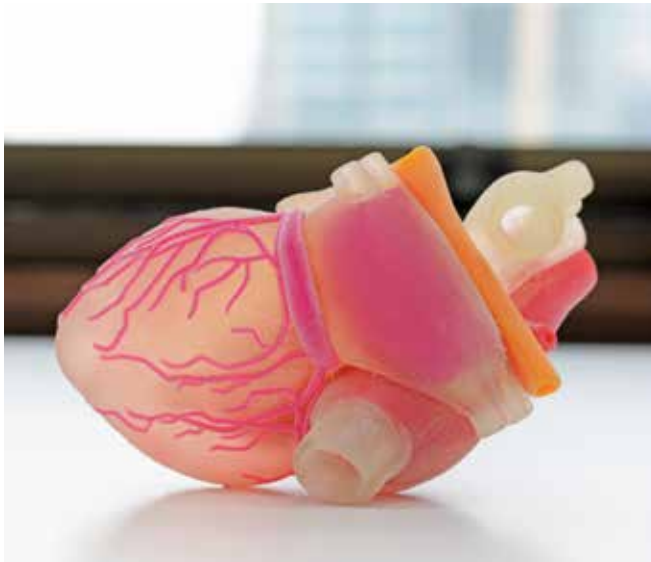
Farkında olsak da olmasak da 3D baskı teknolojisi yaşamımızın çok farklı alanlarında devrim yaratmaya başladı bile. Son dönemde şirketlerin yaptığı yatırımlar, yakın gelecekte ilham verici inovasyonlarla tanışacağımızı da müjdeliyor. Henüz günlük yaşamda doğrudan örnekleriyle sınırlı şekilde karşılaşıyor olsak da arka plandaki gelişmeler, kalp atışlarımızı hızlandırmaya yetebilir.



Ünlü bilim kurgu yazarı Arthur C. Clarke, 1964 yılında BBC'de yayınlanan belgeselde 50 yıl sonra, yani 2014'te dünyanın nasıl olacağına dair tahminlerini paylaşıyor. Bugünün interneti diyebileceğimiz tahmininden sonra Clarke, "replika cihazı" dediği teknolojiyi anlatmaya başlıyor. Bu cihaz eşyaların kopyasını yapabiliyor. 3D (üç boyutlu) yazıcılar Clarke'ın tahminin bugünkü hali olabilir mi?

1980'lerde endüstriyel uygulamalarda hızlı prototip üretimi ile başladığı kabul edilen 3D baskı teknolojisi (diğer adıyla katmanlı imalat; "additive manufacturing") macerası epeyce yol aldı. Teknolojik gelişmeler ve elbette hayal gücünün de yardımıyla yakın dönemde daha pratik uygulamalarla pek çok farklı alanda olağan hale geleceği öngörülmüyor. Bunun gerçekleşmesi için bazı zorlukların aşılması gerek: Bilim insanları ve özel sektör, 3D teknolojisinde hız ve kullanılan hammaddelerle ilgili yoğun çalışmalar yapıyor. Uzmanların ve sektörün önde gelen şirketlerinin raporlarına göre var olan ve potansiyel gelişmeler sonucunda birçok sektörde bir ürünün tasarlanması, üretilmesi ve tüketilmesi alanlarında asıl yıkıcı inovasyon ile bu sınırlamalar tamamen aşıldığında tanışacağız. Son on yılda geline nokta göz önüne alınırsa hiç de uzak olmayan bir gelecekte bahsedildiği daha net anlaşılabilir.

Avrupa Komisyonu'nun Ocak 2017 tarihli Dijital Dönüşüm Raporu'na göre 2014 yılından bu yana masaüstü 3D yazıcıların fiyatlarında aynı yıl pek çok patentin süresinin dolması nedeniyle düzenli olarak büyük oranda düşüşler kaydediliyor. 2009 yılında gerçekleşen bir başka patent zaman aşımı da 13 bin euro olan fiyatı, beş yıl içinde 275 ile 375 euro arasında değişen seviyelere indirmişti. Komisyon raporu benzer bir trendin süreceğini, böylece tüketicilerin de daha hızlı ve metal ile seramiği de kapsayan daha fazla malzeme seçeneği olan ürünleri satın alabileceğini belirtiyor.



3D teknolojisindeki gelişmeler sağlık ve hastalığa bakımımızı tamamen değiştirebilir. Kalp ve kemik üzerine araştırmalar devam ediyor.

PwC'nin endüstriyel üreticiler arasında yaptığı bir araştırmaya göre ise, üreticilerin üçte ikisi 3D baskı teknolojisini hızlı prototip ya da deneysel amaçlı olarak hâlihazırda kullanıyor. Diğer kullanım yerleri olarak düşük hacimde kişiselleştirilmiş üretim ve geleneksel metotlarla gerçekleştirilemeyen ürün inovasyonları sayılıyor.

EN DİKKAT ÇEKİCİ SEKTÖR SAĞLIK

3D baskı teknolojilerinin sağlık sektöründeki uygulamaları hem bilim kurgu filmlerinden alışkın olduğumuz hikâyeleri hatırlattığı için hem de insanların hayatına birebir dokunduğu için ayrı bir yer tutuyor. Bulunduğumuz noktada katmanlı imalat teknolojisi hücreler, proteinler ve organların üretiminde kullanılıyor. Hâlâ emekleme döneminde olsa da uzmanlara göre kemik ve kıkırdak üretimi sağlıkta asıl çıkış açan gelişme olmaya aday. Hâlihazırda kullanılan, daha pratik uygulamalar ise diş protezi, prostetik organlar ve işitme cihazı üretimleri. Bu alanlardaki kullanımlar hem kişiselleştirilmiş hem de toplu üretim olarak gelenekselleşmiş üretimden rol alıyor. Avrupa Komisyonu'nun raporuna göre işitme cihazlarının yüzde 99'u 3D baskı teknolojisi ile üretiliyor.

Bunun dışında doktor ve cerrahların eğitimi ve başka türlü ya da daha pratik şekilde yapamadıkları ameliyat öncesi planlama uygulamalarında da katmanlı imalat teknolojisi sektörün imdadına yetişiyor. Daha detaylı planlama ve pratik uygulama şansı bulan cerrahlar için bu teknoloji klinik başarıyı artırıcı bir etken ve ameliyat sırasında yaşanabilecek komplikasyonları ve hataları azaltmada kilit önem taşıyor.

Guardian'da yer alan bir makaleye göre Birleşik Krallık'ta böbrek nakli için bir kişi ortalama 944 gün beklemek durumunda; Amerika Birleşik Devletleri'nde ise bir yıldaki ölümlerin üçte birinin nedeni doku nakillerinin yapılamamasından kaynaklanıyor; yılda 900 bin kişinin hayatı doku ya da organ nakli ile kurtarılabilir. Bazı uzmanlar hastalanan ya da yaşlanan doku ve organların katmanlı teknoloji kullanılarak değiştirilmesi ile insan ömrünün uzatılabileceğini düşünüyor. Bunun önündeki en büyük engel ise ülkelerin getirdiği sınırlayıcı düzenlemeler ve yüksek maliyetler. 3D üretim teknolojisi ile organ üretmeye ilk olarak en az karmaşık organ olarak kabul edilen kalpten başlayan araştırmacılar için bu yöntemle üretilmiş kalbin nakline şahit olmamıza az kaldı. Guardian'daki aynı makalede biyomedikalde kullanılan 3D baskı teknolojisi ile üretim alanında 2021 yılına kadar devam edecek araştırmaların maliyetinin 1,3 milyar doları bulacağını belirtiyor.

BİLDİĞİMİZ FABRİKALARIN SONU MU?

Katmanlı imalat teknolojisinin üretimdeki uygulamalarının en fazla yardımcı olacağı konulardan birisinin de giderleri azaltmak olması bekleniyor. Var olan üretim modellerinde, özellikle de detaylı ve gelişmiş araçların üretiminde, pek çok farklı üretim aşamasından geçilmesi gerekiyor. Tasarım, prototip üretimi,

değerlendirme gibi basamaklar masrafları yükseltiyor, son ürüne giden süreyi uzatıyor. 3D baskı teknolojisi şirketi Sculpteo'nun 62 ülkede farklı sektörlerde faaliyet gösteren ve birçoğu hâlihazırda 3D baskı teknolojisi kullanan yaklaşık bin şirket ile yaptığı araştırmaya göre 3D baskı teknolojisi çoğunlukla üç amaçla kullanılıyor. Araştırmaya katılan şirketlerin yüzde 28'i ürün geliştirmeyi hızlandırmak, yüzde 16'sı kişiselleştirilmiş ürün yapmak ve yüzde 13'ü ise üretim esnekliği sağlamak için bu teknolojiyi kullanıyor. Dahası bu şirketlerin yüzde 90'ı katmanlı imalat teknolojisi sayesinde rekabet avantajlarının arttığı görüşünde hemfikir.

Üretim sırasında bir sorunla karşılaşılınca da, katmanlı imalat teknolojisi ile geliştirilen çabuk çözümler üretimin alışımlı yüzünü değiştirebilir. Küçük değişikliklerle bile, üretim daha basit, daha az masraflı ve daha az zaman alan bir sürece dönüşebilir. Bu dönüşüm sonucunda, gider ve verimlilik

açısından büyük değişiklik getirmesi beklenen bu teknolojiye uyum sağlama adına bütün üretim hattında inovasyona gidilmesinin kaçınılmaz olduğu düşünülüyor.

Daha az üretim aşaması, daha az gider ve daha çok kişiselleştirilmiş ürünler, katmanlı imalatın beklenen sonuçları. Bunların yaratacağı yeni fabrika ortamlarının ise, üretimi daha düşük ücretlerle işçi çalıştırılabilen ülkelerden, Avrupa ve ABD'ye geri getirmesi de bir başka tahmin. Üretim lokasyonları katmanlı imalat teknolojisinin bir sonucu olarak değişebilir.

MODA VE PERAKENDE HEVESLİ

Coco Chanel'in, "Moda; fikirler, yaşama şeklimiz ve şu anda olan bitene dairdir" sözünün izinden giden moda sektörü, pek çok diğer sektör gibi teknolojiyi tasarım, üretim ve sunuma da ekleme çabasında. Bunun izinde, son beş yılda moda sektörü 3D baskı teknolojisi ile üretilmiş kumaşlar ve kıyafetler konusunda pek çok atılım ve denemeye sahne oldu.

BÜYÜYEN PAZAR

Wohler Associates'ın 31 ülkeyi kapsayan ve pazarın en güçlü raporlarından olduğu kabul edilen yıllık araştırmasındaki verilere göre;

■ 2021 yılına kadar, 3D baskı teknolojisi pazarı 9,64 milyar euro'ya ulaşacak.

■ Gelirler, 2017 yılında 2016'ya göre yıllık yüzde 17,4 büyümeye gösterdi. 2015'te bu oran yüzde 25,9'du.

Bazıları başarılı, bazıları ise "pek de başarılı değil" diye nitelendirilebilir. Üzerindeki 3D baskı teknolojisi ile yapılmış kıyafet "kırılmasın" diye oturmasına izin verilmeyen modeller, baskı sonrasında elle uzun uzun düzeltilmesi gereken parçalar, uzun saatler alan tek bir çift kişiselleştirilmiş ayakkabı tasarım denemeleri... Hepsi hırslı, ancak belki de teknolojiye geline nokta bakımından erken denemelerdi. Oysa son dönemlerdeki gelişmelerle artık moda sektörü katmanlı imalat teknolojisini sadece kıyafetlerde değil, mücevher, dijital aksesuarlar ve dekorasyonda da kullanma telaşında.

Bu teknolojinin perakende ve tüketici ürünlerine getirdiği en büyük katkı en ince ve detaylı tasarımları bile gerçekleştirebiliyor oluşu. Ayrıca teknoloji geliştikçe daha düşük giderle daha etkin toplu tüketime de geçilmesi bekleniyor. Ancak perakende, özellikle lüks moda sektörü, katmanlı imalat teknolojisinin getirdiği bazı risklerin de farkında. Bunların başında sahte ürünler ve telif hakları yer alıyor. Başlıca zaten sahte ürünlerle belada olan moda sektörü hem bu yeni teknolojiyi kucaklamak istiyor hem de bu soruna çözüm getirmeye çalışıyor.

YİYECEK SEKTÖRÜ HAZIRLIK AŞAMASINDA

Televizyonda son zamanlarda moda olan pasta yapımı programları iştah artırmakla kalmıyor, aşçıların pastacılık yeteneklerine de imrendiriyor. İnce detaylar, yaratıcı

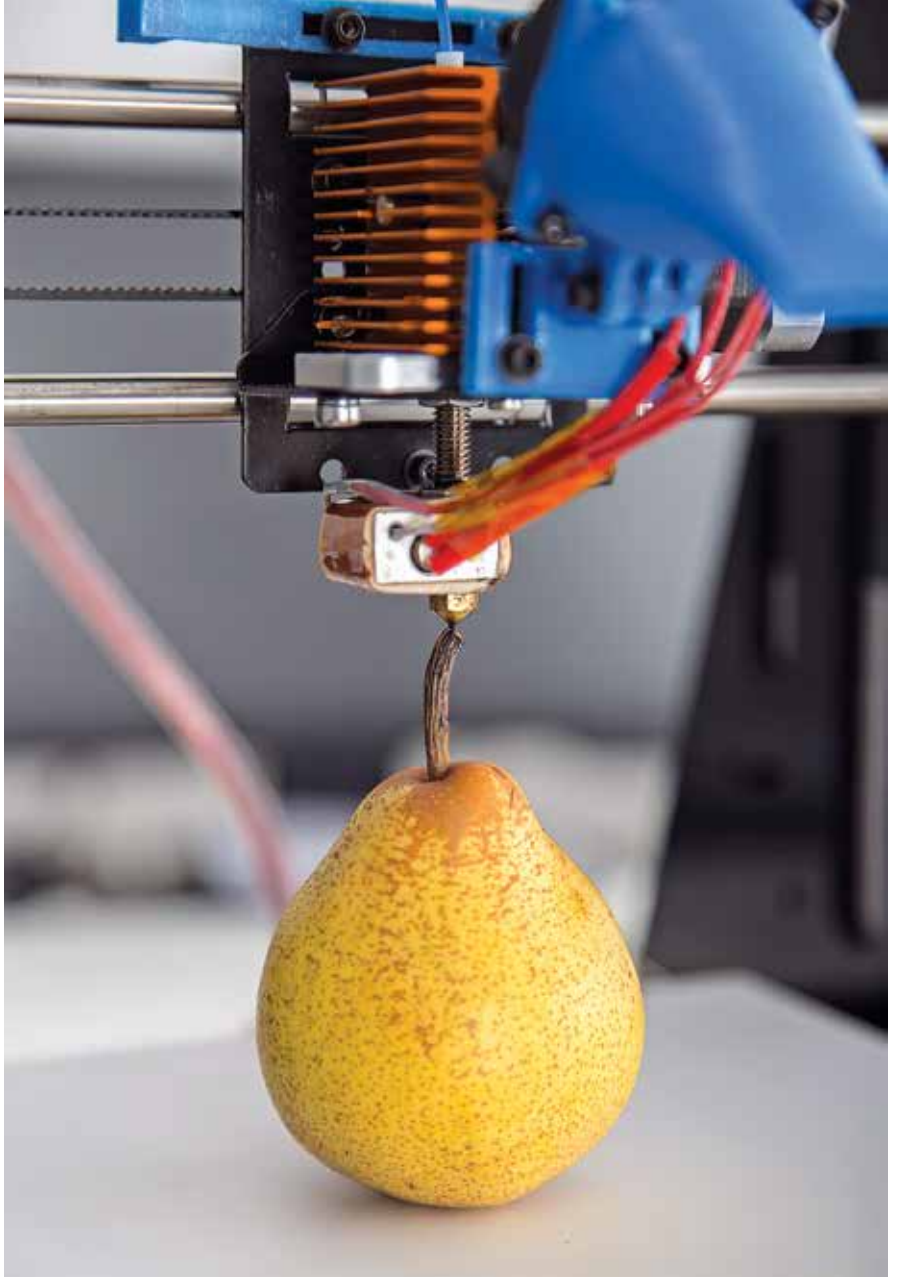


Moda ve perakende sektörü hem sahte üründen korkuyor hem de teknolojiyi kullanmak istiyor.

şekiller pastanın sadece yemekle ilgili olmadığını, göze de hitap etmesi gerektiğini vurguluyor. Son gelişmelerin ışığında artık herkesin evinde bir pasta şefi olabileceğini söylemek yanlış olmaz. Şeker katmanı kullanarak 3D baskı makineleri ile şekiller yapılabilir.

Bu teknoloji yiyecek sektöründe sadece göze hoş gelen tatlar yaratmak için kullanılmıyor, insanların sorunlarına çözüm getirmek için de hizmet verebilir. Örneğin, yeme ve çiğneme bozukluğu olan kişiler için daha lezzetli ve çiğnenmesi/ yutulması daha kolay şekil ve yapıdaki besinleri üretmek için bu yeni teknolojinin kullanılması planlanıyor. Günümüzde araştırma-geliştirme aşamasında olan 3D baskı teknolojisinin bu kolu, şu anda fikir aşamasında. Ancak bu teknoloji ile üretilen ve çiğneme bozukluğu hastalıklarından mustarip insanlara teknoloji umut olabilir.

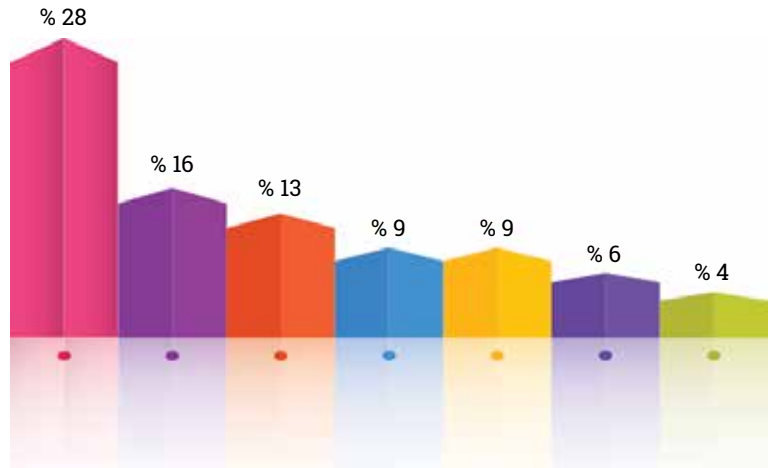
50 yıldan uzun süre önce Clarke'ın öngördüğü 3D baskı, son 30 yıldır hızla gelişen teknoloji, ucuzlayan yazıcı fiyatları ve teknolojinin demokratikleşmesi sonucunda hayatımızda önemli yer tutacak gibi. Çok yakın zamanda, çocuğunuzun beslenme çantasını hazırlarken fırın yerine yazıcının düğmesine basabilir, tasarladığınız ayakkabıyı evinizde üretebilir, doktorunuzla konuşurken bu teknolojiyi kullanan bir seçeneği de duyabilirsiniz. Bilim kurgu filmlerinde izlediklerimiz gerçeğe dönecek, hem de o kadar da uzak olmayan bir gelecekte... ■



ŞİRKETLER 3D BASKIYI HANGİ AMAÇLA KULLANIYOR?

- Ürün geliştirmeyi hızlandırma
- Kişiselleştirilmiş ürün geliştirme
- Ürün esnekliğini artırma
- Tüketicilerle ortak üretim
- Alet geliştirme yatırımını azaltma
- Demo ürün geliştirme masrafını azaltma
- Yedek parça yönetimini optimize etme

Kaynak: Sculpteo, 2017



PRE-ORDER

SETUR DİJİTAL DÖNÜŞÜM'DE YERİNİ ALDI

Teknolojinin baş döndüren değişimi ve gelişimi, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını yakından etkiliyor. Turizm sektörü de bu değişimden etkilenen ve pek çok şeyin artık eskisi gibi olmayacağı sektörlerin başında geliyor. Setur Servis Turistik A.Ş. de Turizm ve Duty Free iş kollarında tüm süreç ve hizmetlerinde dijital dönüşümü önceliklendirdi ve müşterilerine çevrimiçi bir deneyim sunmaya odaklandı.

Seyahatseverler artık yolculuklarının her aşamasında online etkileşim içerisinde. Akıllı telefonlar, sosyal medya, bloglar, video içerikler satış öncesi, satış ve satış sonrasında tüm deneyimleri anlık ve şeffaf bir hale getiriyor. Bu anlamda kullanıcılarına hız, kolaylık, esneklik sunabilen şirketler bir adım öne geçiyor.

2017 yılında dijital dönüşüm projelerine ağırlık vermeye başlayan Setur, ilk olarak bireysel müşterilerine hizmet verdiği setur.com.tr sitesini yeniledi ve misafirlerine tüm rezervasyonlarını rahatlıkla yapabilecekleri bir platform haline getirdi. 2018 yılında ise Setur Mobil uygulamasını lanse ederek online satış tarafındaki toplam satış hacmini geçtiğimiz seneye oranla 2 katına çıkardı.

KURUMSAL SEYAHATTE DİJİTALE YATIRIM

Kurumsal iş seyahati alanında 17 yılı aşkın süredir hizmet vermeye devam eden kurumsal online seyahat platformu BookinTurkey.com, kurumların seyahat ihtiyaçlarının uçtan uca dijitalleştirilmesi için yeni yeni hizmet ve teknoloji uygulamalarıyla zenginleştirilerek, 2017 yılının Kasım ayında Seturbiz.com adıyla yeniden lanse edildi. Platform, kurumsal seyahat alanında farklı sektörlerdeki toplam 2 bin 423 kurumdan 95 bin 653 aktif kullanıcıya yüzde 92 tavsiye edilme skoru ile "Bizim işimiz sizin iş seyahatiniz" sloganıyla otel, uçak, araç, transfer ve toplantı organizasyonu ürünlerini online sunuyor. 2017 yılında 800 bin kişiye hizmet veren platform, 2018 yılının ilk yarısında 2017 yılına göre yüzde 50 büyümeye başarısı gösterdi.

Şirket seyahat prosedürlerine uyumlu olarak hizmet veren online rezervasyon modülü, mobil uyumlu arayüzü ve online raporlama kabiliyetleri ile Seturbiz.com, firmalara dijital, akıllı ve verimli çözümler sunuyor. Dijital dönüşüm trendlerini yakından takip ederek, kullanıcıların sisteme entegre edilme süreçlerinde robot yazılımları kullanıyor. Ayrıca firmaların insan kaynakları ve muhasebe birimleri ile entegrasyon sağlayarak beklentilerin ötesinde otomatize edilmiş bir operasyonel konfor sağlıyor. ■

**Sia Insight Müşteri Memnuniyeti Araştırması 2016 verilerine göre*

BİR BAKIŞTA SETUR'DA DİJİTAL DÖNÜŞÜM

- Setur, online satış tarafındaki toplam satış hacmini geçtiğimiz seneye oranla 2 katına çıkardı.
- Kurumsal online seyahat platformu BookinTurkey.com, kurumların seyahat ihtiyaçlarının dijitalleştirilmesi vizyonu ile Seturbiz.com adıyla yeniden lanse edildi.
- Setur Duty Free, Frontier dergisinin düzenlediği "33. Global Frontier Ödülleri"nde, Technology Innovator kategorisinde "e-incentive" projesi ile finale kalma başarısını gösterdi.
- Sabiha Gökçen Havalimanı uçuşlarına yönelik olarak yolcuların belirli kategorilerdeki duty free ürünlerini ön sipariş olarak verebileceği seturdutyfree.com Pre Order web sitesi lanse edildi.

DUTY FREE'DE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Türkiye'nin en yaygın gümrüksüz satış mağazaları zinciri olan Setur Duty Free, tüm yurda yayılan havalimanları, kara sınır kapıları ve deniz limanlarında 20 bölgede bulunan 15 bin m²'yi aşkın 49 mağazasıyla yürüttüğü seyahat perakendeciliği faaliyetlerinde, teknolojinin sunduğu tüm imkânları kullanarak pek çok önemli projeyi hayata geçirdi:

■ Frontier dergisinin 2017 yılında düzenlediği "33. Global Frontier Ödülleri"nde, Technology Innovator kategorisinde "e-incentive" projesi ile yarışmaya katılan Setur Duty Free, finale kalma başarısını gösterdi. "e-incentive" projesi ile, Setur Duty Free mağazaları odaklı satış stratejisi çerçevesinde, her bir personelin satışından sorumlu olduğu ürünlerden ve sadece çalıştığı saat aralıklarını dikkate alarak hesaplanmış olan hedeflere bağlı ödüllendirme sistemine geçildi. Tüm hedefleri ve gerçekleştirme rakamlarını anlık olarak mobil platformdan satış ekipleri ile buluşturarak satış odağını daha da artıran "e-incentive" uygulaması, sektöründe öncü dijital platform uygulamalardan biri olma özelliğini taşıyor.

■ Dijital dönüşüm kapsamında Sabiha Gökçen Havalimanı uçuşlarına yönelik olarak yolcuların belirli kategorilerdeki Duty Free ürünlerini ön sipariş olarak verebileceği seturdutyfree.com Pre-order web sitesi lanse edildi. Bu uygulama sayesinde, önceden sipariş vererek siparişin hazır olması ve Pre-order'a özel kasalardan sıra beklemeden hızlı alışveriş imkânı sağlandı.

■ 2017 yılında tüm duty free mağazalarında kasa yoğunluğunu en aza indirmek ve müşteri deneyimini etkin kılabilmek amacı ile mobil kasa uygulaması hayata geçirildi. Böylelikle müşteriler mağaza içinde ödeme yapma imkânına kavuştu.

■ Digital Signage ekranları ile kampanya ve ürün tanıtımları etkin hale getirildi ve operasyonel açıdan önemli bir verimlilik sağlandı. Ayrıca, anlık kampanyaların görselleri ile birlikte hızlı bir şekilde devreye alınabilmesi sağlanmış oldu.

■ Personel verimliliğini artırmak için günler ve saatler arasında mağaza içindeki yoğunluk farkını gözeterek en uygun vardiya sistemini öneren ve personeli bu vardiya sistemine göre otomatik olarak yerleştiren vardiya robotu uygulaması hayata geçirildi.

■ Setur Duty Free mağazalarında standart uygulamaların yaygınlaştırılması amacıyla uygulanan checklist kontrolleri dijital ortama taşındı. Böylece hem checklistler çok kısa bir sürede tamamlanabilmeye, hem de sonuçlar ilgili ekipler ile hızlıca paylaşarak gerekli aksiyonlar planlanabilmeye başlandı.

AYGAZ BAYİLERİ DİYALOGLA BÜYÜYOR

Beypazarı Aygaz Bayi Kuşak Temsilcisi Atalay Yöntem, ülke genelindeki bayiler arasında işbirliği ve diyalogun çok güçlü olduğunu, Koç Topluluğu'nu herkesi birleştiren bir çatı gibi gördüklerini söylüyor.



Atalay Yöntem, Beypazarı'nda ailenin 3'üncü kuşak temsilcisi olarak bayilik yapmaya devam ediyor.

Beypazarı Aygaz Bayi Kuşak Temsilcisi Atalay Yöntem, Koç Topluluğu ile yaklaşık 70 yıl önce yollarının kesiştiğini ve artık kendilerini bu ailenin bir parçası gibi gördüklerini söylüyor. Yöntem, ülke geneline yayılan bayi ağının her konuda birbirine destek olmayı bir görev saydığını ve bu anlayışın başarıyı beraberinde getirdiğinin altını çiziyor.

Sizin de 3'üncü kuşak temsilcisi olduğunuz ailenizin Koç Topluluğu ile işbirliği oldukça eskiye dayanıyor. Bu beraberliğin geçmişe dayanan köklerinden bahsedermisiniz?

Bizim Koç Holding ile işbirliğimiz bayilikten öncesine dayanıyor. Bayilikten çok daha öncesinde ortaklığımız dahi oldu. Biz eski akaryakıtçı olduğumuz için Koç Topluluğu ile daha önce ortak akaryakıt nakliyesinde bulunduk. Bu nedenle işbirliğinin temelleri 1950'li yıllara kadar dayanıyor. Daha sonra akaryakıtın ardından tüpgaz çıkınca, Koç Topluluğu da bölgenin bilinen güvenilir insanlarıyla iş yapmak istedi. O dönemde biz yeniden birlikte çalışmaya başladık. Ardından beyaz eşya grubunda da bayiliklerimiz oldu. Hâlâ güçlü bir şekilde çalışmaya devam ediyoruz.

Bayilik bir aile geleneği gibi Yöntem Ailesi'nde... Siz de mesleki açıdan bu şekilde mi planlamıştınız?

Evet tabii... Ailemiz geçmişten bu yana bayilik yaptığı için ben de farklı bir şey planlamamıştım. Çocukluğumuzdan bu yana Aygaz ailesinin içerisinde büyüdük. Ailelerimizle beraber bir çok yurt dışı ve yurt içi geziye katıldık. Tüm Türkiye'ye yayılan Aygaz bayileri de kendi içinde aile gibiydi. Herkes birbirini tanır, sivil hayatlarında da dostluklar kurulur, birbiriyle görüşürlerdi. Farklı illerde olmamıza rağmen görüştüğümüz eski bayiler var. Bu bakımdan bizim hayatımızda olduğu gibi tüm bayiler açısından Koç Topluluğu'nun bir artısı da bu bana göre. Herkesi toplayan,

birleştiren bir yapısı oldu. Rekabetin yanı sıra herkesin aynı ekmeği kazandığını ve birlikte hareket etmenin önemini aşıladı bizlere... Koç Topluluğu bayiliği verir ama herkesi bir araya toplar. Mesela size bir örnek vermek isterim; Geçtiğimiz yıl Kastamonu bayimizin bir işi olmuştu. Bizi tanımıyor ama bu bölgede iş olduğundan hiç tereddüt etmeden bizi aramış. Biz de hemen yardımcı olduk. Bizim başka ilde bir işimiz oldu. Hemen yine gittik bölgenin Aygaz bayisine danıştık, "Bu konuda nasıl hareket edebiliriz?" diye. Bence bunlar çok kıymetli şeyler. Koç Topluluğu'nun insanları ortak bir çatı altında toplayabilmesi çok kıymetli... Bizim aramızda bir aile bağı var. İnsanlar birbirlerini tanımasalar da Aygaz bayiliği bu bağı her zaman bâki kılar. Aygaz bayisi olan herkes kendini bu ailenin, yanı sıra Koç Ailesi'nin bir parçası gibi hissediyor. Bu değerlerle büyüdüğümüz ve sizin de dediğiniz gibi bir aile geleneği olduğu için başka bir iş yapmak aklıma gelmedi hiç.

Aygaz markasının tüketici tarafındaki yansıması ile ne düşünüyorsunuz? Çok köklü bir marka, bugüne dek pek çok ilke imza atmış. Siz kendi iş yapma süreçlerinizde bunun etkilerini hissediyor musunuz?

Evet, markanın geçmişi oldukça gurur verici. Vehbi Koç'un bu sektöre girişi, sektöründe yarattığı ilkler sektörümüz adına çok güzel. Bunun yanı sıra 'güven' konusu bizim işlerimizi yaparken önümüzü çok açıyor. Bana göre 'güven' deyince akla gelen ilk marka. Bugüne kadar müşterilerimizin bizden aldığı ürünlerde tek bir olumsuz geri dönüş almadık. Bizler de müşterilerimiz de bu açıdan hiçbir problem yaşanmayacağını biliyoruz. Çünkü yıllar önce bunun temelleri atılmış ve aynı düzen devam ediyor. Müşterimiz için Aygaz demek güven demek. Aygaz'ın ve Koç Topluluğu'nun bizim için yarattığı en güvenli ve özel alan da aslında bu.

Tabii burada biz ve bizim gibi bayilerin de bu alana değerli katkıları var. Çünkü biz küçük bir yerde yapıyoruz bu işi. Yıllardır bu işi yaptığımız için biz de kendi markamızı oluşturduk. Bu güveni Koç Topluluğu ve Aygaz gibi güçlü isimleri birleştirdiğimizde ortaya müşterinin gönül rahatlığıyla alışveriş yapabileceği bir ortam çıkıyor. Köklü olmak, dürüst olmak ve güvenilir olmak... Bu kavramlar bizim için oldukça önemli.

Nasıl bir ekibiniz var peki? Biraz ekibinizden bahsedermisiniz?

Ben dahil 4 kişi birlikte çalışıyoruz. Ekibimizde Türkiye'nin en yaşlı abone servis görevlisi çalışıyor. Şu anda 75 yaşında, 60 yıldır bizimle birlikte... Yıllar önce köyünden gelmiş ve babamla birlikte çalışmaya başlamış. Biz babamızı kaybettik ama baba yadigarı olarak onunla çalışmaya devam ediyoruz. Tabii artık yaşı itibarıyla servise göndermiyoruz onu ama dükkânı açar, kendi dükkânı gibi sahip çıkar. Müşterilerimizin hepsi onu tanır, hatta onu görmeden tüp almayan insanlar vardır. Bizim ailemizden biri oldu aslında. Diğer tüm çalışanlarımızla da bu bağı kurmaya özen gösteriyoruz.

KOÇ TOPLULUĞU'NUN İNSANLARI ORTAK BİR ÇATI ALTINDA TOPLAYABİLMESİ ÇOK KIYMETLİ... BİZİM ARAMIZDA BİR AİLE BAĞI VAR. İNSANLAR BİRBİRLERİNİ TANIMASALAR DA AYGAZ BAYİLİĞİ BU BAĞI HER ZAMAN BAKİ KILAR.

Koç Topluluğu bayilerle olan işbirliğine her zaman önem veriyor. Siz bu konuda ne düşünüyorsunuz? Size nasıl yansıyor bu?

Tabii aslında biz nihai tüketiciye ulaşmada Koç Topluluğu'nun yüzü, ön saha görevlisi gibi konumlanıyoruz. Ancak daha ziyade Koç Topluluğu'nun bayilere bakış açısını bir aile bütünlüğüyle sürdürdüğünü görüyoruz. Bugüne dek hiçbir zarar görmedik, geçmişten büyüklerimizin de aktardığı hiçbir olumsuzluk duymadık. Biz kendimiz de yaşarken gördük ki, her şey titizlikle yürütülüyor. Her zaman ileriye götüren, karşılıklı diyalogla, herkesin birbirini daha yukarılara taşıdığı bir iş ortaklığımız oldu. Aramızda yıkılmayacak, çok kuvvetli bir bağ var.

Bölgenizde sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştiriyor musunuz?

Elbette biz de yerelde bir takım çalışmalar yürütüyoruz. Örneğin ilçemizde 'Yaşlılar Köşkü' var. Buraya Aygaz tüplerini elimizden geldiğince bedelsiz veriyoruz. Onun dışında yine bölgemizde bulunan ihtiyaç sahiplerine ücretsiz tüp dağıtımlarımız oluyor. Aygaz tarafından hayata geçirilen tiyatro projesi kapsamında biz de ilçemizde bir etkinlik gerçekleştirdik. Çocuklara tiyatroyu tanıtmak ve sevdirmek için Dikkatli Çocuk Bilinçlendirme Tiyatrosu'nu getirmiştik. Aygaz bu konuda bize çok yardımcı oldu ve bölgemizde de çok sevildi bu etkinlik. Bütün bunların dışında zaman zaman özel günler, bayramlar, kadınlara yönelik günlerde hediyeler belirleyerek halkımıza dağıtıyoruz.

Sektörünüzü bölge açısından nasıl değerlendiriyorsunuz? Nasıl bir avantajı var?

Bölgemizde rekabet var aslında ama Aygaz her yerde güçlü bir marka olduğu için bu konuda bir sıkıntımız yok. Markaya güvenen, bilen, yıllardır alışkanlık kazanmış olan müşteri zaten sizden alışveriş yapmaya devam ediyor.

Önümüzdeki dönem için neler planlıyorsunuz?

Aygaz olduğu müddetçe bayiliğimiz devam edecek. Bu konuda bugüne kadar hiç tereddüt yaşamadık. Biz pek çok konuda kâr amacı gütmüyoruz aslında. Karşılıklı duyduğumuz güven her zaman baki kalacak. Bu da bizi her dönemde Aygaz ile çalışma konusunda teşvik ediyor. Önümüzdeki dönemde de bu aile geleneğini sürdürmeye devam edeceğiz. ■



ŞEBNEM FERAH

“Müzik, farklarımız yerine
ortak noktalarımıza yönelmemizi sağlıyor”

SON ALBÜMÜ “PARMAK İZİ” ÇIKAR ÇIKMAZ KOÇ SPOR FEST’TE SAHNE ALAN
ŞEBNEM FERAH İLE İLHAM KAYNAKLARINI, MÜZİĞE BAKIŞINI VE KOÇ SPOR FEST
SAHNESİNDE TÜRKİYE’NİN DÖRT BİR YANINDAN GENÇLERLE BULUŞTUĞU ANDA
YAŞADIĞI DUYGULARI KONUŞTUK.

 ÖZLEM KAPAR BAYBURS

İlk albümü Kadın’dan bu yana söz yazarı, besteci ve yorumcu kimliği ile Türk müzik tarihinde önemli bir yer edinen Şebnem Ferah, yeni albümü Parmak İzi’ni çıkardıktan dört gün sonra Koç Spor Fest’in bahar etabında sahne aldı. Ferah, konserlerinin beden de, ruhen de hayatı en çok hissettiği anlar olduğunu ifade ederken şu sözleri kullanıyor: “Binlerce insan o an için aynı şarkının hikâyesini yaşıyor, bu gerçekten muazzam bir şey.”

Yeni bir şarkı yaparken en çok o şarkıyı konserde seslendirme anını hayal ederek heyecanlandığını söyleyen Ferah, Parmak İzi albümünü müzik yapmayı ne kadar çok sevdiğini doya doya yaşadığı bir dönemde çıkardığını anlatıyor. Şebnem Ferah, bu albümde de, öncekilerde olduğu gibi, şahsi hikâyesinin yer aldığını vurguluyor ve “umut” duygusunu daha ön plana çektiğinin altını çiziyor.

Olağanüstü sesi ve derin şarkılarıyla gönüllerde taht kuran Şebnem Ferah’la

ilham kaynaklarını, son albümü Parmak İzi’nin hikâyesini, konserlerini, Koç Spor Fest sahnesindeki duygularını ve müziğin gücünü konuştuk.

Yeni albümünüz “Parmak İzi”nin hikâyesinden söz ederek başlayalım derseniz. Bu albüme ilham veren unsurlar neler oldu, diğer albümlerinizden farklı yanları var mı?

Yeni şarkılar yazdığım zaman şarkılarımın kendi zihnimdeki ve kalbimdeki olgunlaşma sürecini tamamlamaya yaklaştığını hissettiğim anda stüdyoya girmeyi tercih ediyorum. Son yıllarda hem ülkemiz hem dünya bazı değişimlerden çok hızlıca geçiyor. İnsan bazen her şeye karşı inancını ve güvenini kaybetme noktasına da gelebiliyor. Benim her şeye karşı kendimi iyi hissetme yöntemim müzik. En büyük ilham kaynağım da bu. Şarkı yazmayı da, söylemeyi de çok seviyorum. Sanırım biraz da tecrübenin etkisiyle; Parmak İzi’nin çalışma sürecini; her dakikasını verimli kılmaya çalışarak, çok hissederek geçirdim.

Şebnem Ferah külliyyatı aslında sizin kişisel tarihinizi de yansıttıyor diyebilir miyiz? Eğer öyleyse “Parmak İzi” sizin hangi döneminizi anlatıyor?

Şarkı yazdığım zaman sadece kendi dünyama odaklanmıyorum. Bu yüzden müzik büyük bir özgürlük alanı. Ama tabii ki tema olarak her neye yoğunlaşıyorsam; kendi hissiyatımdan süzerek şarkılara yansıttığım için insan büyük ölçüde kendini de yansıtmış oluyor. Dönem konusuna ise şöyle yaklaşıyorum; müzik yaparken sahip olunması gereken en ana özelliklere biraz daha gelişmişlik katabildiğim zaman ve bu arada özünde değişmesini hiç istemediğim tutku, heyecan gibi kavramları da korumaya devam edebildiğim zaman iyi ve başarılı hissediyorum. Dolayısıyla her dönem yenilikler getirmekle birlikte öncesini de biraz kapsıyor. Parmak İzi için çalıştığım dönem bu söylediklerimi çok farkında olarak yaşadığım, müzik yapmayı ne kadar sevdiğimi doya doya yaşadığım bir dönem.

YEDİ İLDE YEDİ KONSER

Şebnem Ferah, Türkiye'nin dört bir yanından binlerce sporcu, antrenör ve üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleşen Koç Spor Fest kapsamında Antalya, Aydın, Balıkesir, Ankara, Ordu, Elazığ ve Adana olmak üzere yedi ilde, yedi konser verdi. Ücretsiz olarak gerçekleşen konserlerde Şebnem Ferah, 1996 yılında çıkardığı "Kadın" albümünden geçtiğimiz nisan ayında yayınladığı yeni albümü "Parmak İzi"ne uzanan geniş ve özel repertuarından şarkılarıyla gençlerle buluştu.

Beş yıl aradan sonra çıkardığınız bu albüm ile ülkemizdeki farklı hikâyeleri ve gerçeklikleri müziğinizle buluşturdunuz. Bu şarkıların arasında ortaya çıkış hikâyesini paylaşmak isteyeceğiniz, sizdeki yerini anlatabileceğiniz bir anı var mı?

İnsan her gün çeşit çeşit eşiklerden geçiyor. Bir şeyler öğreniyor. Hayal kırıklıkları yaşıyor, mutluluklar yaşıyor, fikirler, duygular değişime uğrayabiliyor. Bir de herkesin kendi doğasında değişmeyecek özellikler var. İşte ben bu iki kıyı arasında ne zaman ki kendimi dengede ve güçlü hissediyorum; o zaman her konuya her taraftan yaklaşabilecek kadar özgür olabiliyorum. Aynı zamanda da tam tersi. Her konuyu mümkün olan her açıdan anlamaya çalışınca denge de kendiliğinden

geliyor. Bir şey üretebilmekle, denge kavramlarının birbirinden ayırlamaz olduklarına inanıyorum. Bu yüzden şöyle özetleyebilirim; söz ettiğim bu tecrübe zaten benim hikâyemin ta kendisi oluyor.

Bu albümünüzde "umut" sanki daha ön planda. Hüznün yanı sıra, umut aşılacak gibi bir amacınız olduğu izlenimi veriyor. Ne dersiniz?

Haklısınız. Bir insanın herhangi bir duygusuna arkadaşlık edebilmek dünyanın en güzel şeylerinden. Hayat zaten herkes için gayet inişli-çıkışlı ve zor. Birilerine küçücük bir an da olsa iyi hissettirmek kendimi de çok iyi hissetmeme sebep oluyor.

Çoğu sanatçı için konserlerde sahneye çıkmak kendini bulduğu, sevenleriyle tek vücut olduğu ortamlar olarak büyük önem taşıyor. Sizin için konserler ne ifade ediyor?

Benim için her şey bir tarafa; konserler bir tarafa. Herkesin hayatı bir idrak ediş biçimi vardır, kimi güzel bir gün batımına bakıp yaşadığını hisseder, kimi aşık olup yaşadığını hisseder, kimi buz gibi suya atlayıp yüzünce hisseder. İşte bunların hepsini yaşamakla beraber; sahnede olduğum ya da şarkı söylediğim herhangi bir an benim bedenim de, ruhen de hayatı en çok hissettiğim anlar. Diğer taraftan dinleyicilerin varlığı konuya zaten tarifsiz bir ek boyut katıyor. Binlerce insan o an için

aynı şarkının hikâyesini yaşıyor. Gerçekten muazzam bir şey.

Türkiye'nin en büyük gençlik ve spor festivali Koç Spor Fest, yeni albümünüzün genç dinleyiciler ile buluşması için güzel bir fırsat oldu. Bu konserler dizisinde üniversiteli öğrencilerle bir araya gelmekle ilgili hisleriniz ve bu festivalle ilgili izlenimleriniz neler?

Albüm çıktıktan dört gün sonra turnemiz başlamıştı ve benim için eşsiz bir deneyim oldu. Hem çok heyecanlı hem de stüdyo sırasında konserlere ara verdiğim için özlem doluydum. Ülkemizde, özellikle büyük şehirlerde insanlar artık her türlü organizasyona, konsere ulaşabiliyor ama bazı şehirlerimiz için aynı şeyi söylemek mümkün değil. Özellikle böyle yerlere gidebilmek ve oradaki öğrencilere prodüksiyon ve kalite açısından büyük şehirlerden hiçbir farkı olmayan konserler düzenleyebilmek biraz da konuya Koç Topluluğu gibi yaklaşanlar sayesinde gerçekleşebiliyor. Bu yüzden Koç Topluluğu'nun bu alandaki katkılarına saygı duyuyorum, birlikte turne yapabildiğimiz için mutlu hissediyorum.

Bu sene on üçüncüsü gerçekleştirilen Koç Spor Fest'te farklı görüşlere sahip yüz binlerce gencin spor, müzik ve eğlence çatısında bir araya geldiğini görüyoruz. Bu noktada müziğin birleştirici gücü hakkında düşünceleriniz nelerdir?

Müziğin gücü işte. Müzik bir süreliğine, başka birçok mucizevi şey sağladığı gibi, farklılıklarımız yerine ortak noktalarımıza yönelmemizi sağlıyor. Bir konser anını düşünün; sağınızda, solunuzda, önünüzde, arkanızda bulunan kimseyi tanımıyorsunuz, muhtemelen bambaşka terbiyelerden, başka eğitim düzeylerinden, farklı fikirlerden, farklı ekonomik koşullardan geliyorsunuz ama işte o an için eşitleniyorsunuz. Bu bence tarifsiz bir şey ve parçası olabildiğim için hem şanslı hissediyor, hem de sonuna kadar tadını çıkarmaya çalışıyorum.

Üniversite festivallerinin sayısının her geçen gün azaldığı ülkemizde, Koç Spor Fest ile müziğin kampüslerde devam edebilmesi hakkında görüşleriniz neler?

Bu çok uzun uzun konuşulması gereken bir konu ama kısaca yanıtlamaya çalışayım. Ben insan hayatının "değer" üretilebildiği





sürece kıymet kazandığını düşünüyorum. Hiçbir değerle ilgilenmeyip müziği, resmi, edebiyatı, sinemayı, kısacası hissetmeye dair her şeyi ortalamaya yaklaştırdığımız

**“ÖZELLİKLE BÜYÜK
ŞEHİRLER DIŞINA
GİDEBİLMEK VE
ORADAKİ ÖĞRENCİLERE
PRODÜKSİYON VE KALİTE
AÇISINDAN BÜYÜK
ŞEHİRLERDEN HİÇBİR FARKI
OLMAYAN KONSERLER
DÜZENLEYEBİLMEK
BİRAZ DA KONUYA
KOÇ TOPLULUĞU GİBİ
YAKLAŞANLAR SAYESİNDE
GERÇEKLEŞEBİLİYOR.”**

zaman değer de üretemiyoruz. Oysa büyük felaketlerden, savaşlardan sonra toplumlar bu değerler sayesinde iyileşebilmişler, hayata devam edebilmişler. Demem o ki, konu sadece üniversiteler ya da festivaller değil, genel olarak bu konulara yaklaşımdaki derinlik de maalesef dönem dönem değişebiliyor. Bu yüzden az önce de söylediğim gibi üniversitelere gidip binlerce insanın aynı alanda huzur içinde bulunması ve çeşitli etkinliklerle iyi vakit geçirmesini sağlamakta Koç Topluluğu'nun katkıları bu tür dönemlerde daha anlamlı.

Koç Spor Fest ile bu yıl dördüncü kez bir araya geliştik. Eğer kabul ederseniz ben bu festivalin varlığıyla gurur duyuyorum çünkü hem çok eski hem de her şeye rağmen devam edebilen bir festival.

Her günün koşullarına göre birilerinin hâlâ orada olabilmesi, hâlâ dünden alışkın olduğumuz şeylerin daha güzelinin yapılmaya çalışılıyor olduğunu görmek beni çok mutlu ediyor. Az önce söylediğim gibi

gururlandırıyor, içinde olmaktan da gurur duyuyorum. Başarılarınızın, varlığınızın çoğalarak artmasını, istikrarınızdan hiçbir şey kaybetmemenizi diliyorum. Emegi geçen herkesi çok seviyor ve sayıyor, sevgilerimi gönderiyorum.

Katıldığınız festivallerde konser alanlarını dolduran gençler aynı zamanda en büyük hayran kitlenizi de oluşturuyor. Onların beklentileri sizin çalışmalarınıza da etki ediyor mu? Şarkılarınızı yaparken konserlerden nasıl besleniyorsunuz?

Müzikle ilgili her şeyi içimden geldiği gibi ve içimden geldiği için yapıyorum. Dinleyicileri mutlu edebilmeyi her zaman isterim ama bunun kendiliğinden olan bir sonuç şeklinde gerçekleşmesini tercih ediyorum. Dolayısıyla ne sektörün birtakım “gereklilikleri”, ne de beklentiler benim için etkili oluyor. İlham konusuna gelince; yeni şarkı yaparken en çok o şarkıyı konserde seslendirme anını hayal ederken heyecanlanıyorum, sabırsızlanıyorum. ■

Ahmet Ümit, Ali Poyrazoğlu,
Doğan Hızlan ve Seda Kaya Güler ile

BAYRAMA DAİR...

Kimi için leziz bir çikolata, kimi için geleceğe dair kararların alındığı dönüm noktası, kimi içinse bir ziyaret ve ziyafet senfonisi. Bayram herkes için farklı bir anlam taşısa da, en önemli olan birlikte olmaktan, sımsıkı sarılmaktan mutluluk duymak olsa gerek.

ARZU ERDOĞAN

Bayram... Sözlükteki ilk anlamı, milli veya dini bakımdan önemi olan ve kutlanan gün veya günlerdir. İkinci anlamı ise sevinç, neşe... İlk anlam birçok kişi için ikinciyle buluşur; o yüzden bayramlar aynı zamanda sevinç, neşe ve hatta bu güzel günün etrafında kenetlenme, oluşturulmuş sımsıkı bağlar demektir. Ama herkes için farklı anlamlar da taşır. Kimi 23 Nisan'da güzel okuduğu şiirin gururunu taşır hâlâ, kimi

bayram harçlığıyla aldığı en güzel hediyenin yüzüne yaydığı gülümsemeyi, kimi ise bayram sabahı giyeceği elbiseye sarıldığı gibi sarılır sevdiklerine... O yüzden en mutlu anıların çoğunun içinde bir bayram vardır. Ya da bayram olduğu için çok mutludur o anılar.

Ahmet Ümit, Ali Poyrazoğlu, Doğan Hızlan ve Seda Kaya Güler'e sorduk: Bayram anısı dediğimizde aklınıza neler geliyor?

AHMET ÜMİT'İN YEDIĞİ EN LEZZETLİ ÇİKOLATA

Patasana, Beyoğlu'nun En Güzel Abisi, Sultanı Öldürmek, Elveda Güzel Vatanım gibi kitaplarından tanıdığımız, 1960 yılında Gaziantep'te doğan Ahmet Ümit, orada geçirdiği çocukluk günlerini ve yaşadığı bayramları unutamıyor. Unutamadığı en mutlu anılarından birisi ise bayram harçlığıyla aldığı çikolata. Şöyle anlatıyor:

"Aslında benim bayram anılarımın çoğu, Antep'teki çocukluk ve gençlik yıllarına dair; o da 1970'li yıllara tekabül ediyor. Bayramın birkaç gün öncesinden başlayan coşku, telaş, heyecan bambaşkaydı. Çünkü Antep'te bayram, yemekleriyle, ziyaretleriyle çok özeldi. İstanbul'a geldikten sonra

hiçbir bayramı çok heyecanlı geçirdiğimi hatırlamıyorum. Çünkü büyük şehrin kalabalığı içinde giderek yalnızlaşıyor ve kendi içine çekiliyorsun ister istemez.

Sanıyorum 1971 yılıydı. Yine bir bayram sabahı, bayramlıklarımızı giyip önce aile büyükleriyle bayramlaştık. Büyüklerden biri, kimdi hatırlamıyorum, benim çocuk gözümde oldukça büyük bir meblağ harçlık verdi bana. O yıllarda çikolata o kadar yaygın ve her istenildiğinde alınan bir yiyecek değildi tabii. Hemen koşarak bakkala gittim, gururla paramı uzatarak bir tane tüp çikolata aldım. Sevinçten ve mutluluktan kendimden geçtim neredeyse. Bugünkü aklımla kötü bir çikolata olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim. Ama o gün... Benim



için mucizevi bir lezzetin vücut bulmuş haliydi. O uyduruk tüp çikolatadan aldığım lezzeti bugün bile unutamam. Ve iddia ediyorum bir daha bir çikolatadan o kadar büyük bir keyif ve lezzet almadım." ■

ALİ POYRAZOĞLU'NUN HAYATINI DEĞİŞTİREN PİYES

Arkadaşım Şeytan filminin Şeytan'ı, Aile Bağları dizisinin Ali Kaptan'ı, Buz Devri animasyon filmindeki Manny'nin sesi, Oğlum Çiçek Açt'ının babası, Çılgınlar Kulübü'nün Albin'i... Oynadığı ve seslendirdiği tüm karakterleri devleştiren Ali Poyrazoğlu, oyunculuğu seçmesindeki en büyük nedenin, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nda oynadığı İstiklal oyunu olduğunu söylerken, ilk profesyonel yönetmenliğini de aynı oyunla gerçekleştirdiğini anlatıyor:

"Bayramın her türlü benim için heyecan ve mutluluktan çocukluğumda. Özellikle ilkokuldayken... 27 Mart Dünya Tiyatro Günü'nü bayram zannettiğim için, mutlaka evde onun kutlamasını yapardım. Beş yaşındayken evimizin salonunda tiyatro sahnesi kurmuştum. Nasıl bir oyun oynadığımı hatırlamıyorum, ama çok mutlu olduğumu net hatırlıyorum. İlkokuldayken



-Moda İlkokulu'nda okuyordum- üçüncü sınıfta 23 Nisan için okulda oyun tertip edildi. Reşat Nuri Güntekin'in İstiklal piyesini oynayacaktık. Öğretmenim bana başrolü verdi. O zaman Kadıköy Halkevi'nde salon tutuldu ve ben ilk kez sahneye orada çıktım. Sahnede o kadar büyük bir haz aldım ki, daha o zamanlarda meslek olarak tiyatroculuğu seçmeye karar

verdim. Yıllar sonra konservatuarın son sınıfındayken Moda İlkokulu'ndan beni aradılar. "Ali neler yapıyorsun?" diye sordular. Ben de konservatuarda okuduğumu ve oyuncu olacağımı söyledim. Bunun üzerine yine 23 Nisan için Reşat Nuri Güntekin'in İstiklal oyununu sahnelememi istediler. Benim için çok güzel bir tesadüftü. Oyuncu olmaya karar verdiğim oyunun, yıllar sonra yönetmenliğini de yapmıştım.

Eskiden okullarda tiyatro kolları vardı, daha çok tiyatro yapıldı. Şimdi o kadar az ki... Oysa tiyatro yaparak büyüyen çocuklar, anadilini çok daha iyi öğreniyor. İnsan üstüne düşünmeyi, takım oyununu, yöneticinin direktiflerini almayı öğreniyor. Bugün beyin ameliyatı da, reklamcılık da yaparsanız hepsi bir takım oyunu. Bu, çocukların ileriki yaşamında da etkili oluyor. Ayrıca kendi içinde özgür yanlarını, özel yeteneklerini dışarı çıkarmayı da öğreniyor çocuklar. Bunlar çok önemli." ■

DOĞAN HIZLAN'IN ÇOCUKLUK GÜNLERİ

Bayram Gümleği, En Güzel Türk Hikâyeleri, Çalın Kitap Deposu, Ne kadar Mozart O Kadar Süt kitaplarından ve Hürriyet gazetesindeki köşe yazılarından tanıdığımız Doğan Hızlan için bayramlar, ziyaret ve ziyafet ritüeli adeta. Sevgi dolu, aile bireyleriyle geçirilen bayramların her biri mutlu çocukluğu hatırlatıyor. Hızlan, çocukluğunun bayramlarından şöyle söz ediyor:

"Bayramlarda ailenin büyüğü anneannem olduğu için akrabalarımız ziyarete gelirdi. Karşılama da bana düşerdi. Ziyarete gittiğimiz kişilerin sayısı da azdı; annemin dayısı, Kartal'daki büyüklerimiz. Orada yaşayan annemin akrabaları ve halalarım.

Gerek bizim evde gerek Kartal'da halamın evinde, bayram günleri daha çok misafir ağırlamakla geçirdi. Dinlenme yerine yorulurdu insanlar. Bugün bayramlarda tatile çıkanlara hak veriyorum. Gerek gittiğimiz yerlerde gerek bizim evde çalışmayanlar olduğu için, yemek ve çay masalarını donatmak kulfetli işlerdi.

Rahmetli büyük teyzem misafir ağırlamayı çok severdi. Bayramlarda bizim evde önce çay masası kurulur, kurabiyeler, tuzlular, kekler, pastalar yenildikten kısa bir süre sonra çay masası toplanır,

akşam yemeği hazırlığı başlardı. Küçük teyzem iyi ud çaldığından bir de ziyaretçilere müzik ziyafeti çekilirdi. Anneannem kalabalıktan ayrılp, ağırlama törenlerine katılmayıp, başka gezmelere gitmeme, bayramın daha çok benim için eğlenme günleri olmasına beni alıştırmıştı. Gelenlere neler ikram edilirdi? Zevklerine göre lokum, badem şekeri her zaman bulunurdu. Kimi misafirlerin tercihi de, fondan (yaldızlı kâğıtlı) çikolata ve likördü. Likör sürahileri ile kadehleri çok hoşuma giderdi. En çok anımsadığım, yaz-kış kuzu etli patates güveciydi, fırında yapılırdı. Zeytinyağlı dolmayı, mevsiminde enginarı da sofrada görürdüm.

Teyzelerim ve anneannem beni bayram yerine götürürdü, onların denetiminde biraz gezerdim, ama bayram arabalarına bindiğimi hiç hatırlamıyorum. Başka gezmeler yaptırılırdı ama sokaklar müthiş kalabalık olduğundan, beni o mahşerin içine sokmazlardı.

Her bayram küçük teyzemle birlikte, Kartal'da yaşayan halalarımıza giderdim. Bayram yemeği orada yenirdi, o gün için özel yemekler yapılırdı. Büyük halam düzenin bozulmasına müsaade etmediğinden, yemek saatini o tayin ederdi. Bir gün turfanda bakla için yaptırdığı özel yoğurdu beklediğimiz için öğle yemeğini saat beşte yemiştik.

Yaşadığımız semtlerde, başka dinden olan komşularımız olduğundan onların kutlamalarını da kabul ederdik. Bayram için özel giyimler alınır mıydı? Sanmam, teyzelerim her zaman benim kıyafetime özen gösterdiğinden, zaten bayram günü gibi giyinirdim.

O zamanın kalabalığını düşünün şimdi de bayram günlerinin tenhalığını. Tabii bayram kartlarına da yer vermek gerekir, çok güzel kartlar basılırdı, bayram ziyaretinde evde bulunmayan dostlara da kartvizit bırakılırdı. Şimdi e-mail, mesaj yoluyla kutlamalar beni etkilemiyor, bireysellikten uzak, bir metin yazıyorsunuz -ben yazmıyorum- bir tıkla bin kişiye gönderiyorsunuz, ben buna kutlama demiyorum. Bir de hiç olmazsa bayramdan bayrama görüşelim diyenlerin bu önerisi de garip gelir bana. Zaten yakın dostlarımla her zaman buluşurum, konuşurum, onları ararım. Bir yıl içinde ayrı bulundunuz mu çoğu kimse sizden bir yılın özetini ister, o da bana can sıkıcı gelir. Gene de bayramlar güzel günlerdir." ■



BAYRAMLARDA BİZİM EVDE ÖNCE ÇAY MASASI KURULUR, KURABİYELER, TUZLULAR, KEKLER, PASTALAR YENİLDİKTEN KISA BİR SÜRE SONRA ÇAY MASASI TOPLANIR, AKŞAM YEMEĞİ HAZIRLIĞI BAŞLARDI.

SEDA KAYA GÜLER'DEN BAYRAM HAZIRLIKLARINA "KADIN GÖZÜYLE" BAKIŞ

Daha Üsküdar Kız Lisesi'nde okurken gazeteci olmaya karar vermişti Seda Kaya Güler. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden mezun olduktan sonra efsane dergi Kadınca'da Duygu Asena'nın yardımcısı olarak işe başladı. Sonrasında yazı işleri müdürlüğünden yöneticiliğe kadar pek çok kademedeki görev yaptı. Gazeteciliğinin yanında Aşk, Seks ve Kadınlara Dair, Aşk; İş ve Kadınlara Dair, Aşk Eski Bir Yalan, Genç Kızlar ve Aşka Dair, Köpük Annem ve Ben, Kıpkırmızı ve Bayan Değil Kadın isimli kitaplara imza attı. Seda Kaya Güler'in bayramlara bakışında, her ne kadar ziyafet ve ziyaret açısından her bayram mutlu görünse de o, Doğan Hızlan'ın da ipuçlarını verdiği bambaşka bir pencereden bakıyor bayramlara...

"Eski bayramlardan söz etmek niyetindeyim ama bu, 'Ah, ne güzeldi o günler' türünde bir hayıflanma değil, tam tersi bir eleştiri niteliğinde olacak.

Bayram deyince hatırladığım, bayramdan önceki iki-üç gün annemin büyük ve yorucu hazırlığıdır. Arife gününden önce başladıkları hazırlıklar. Zeytinyağlı dolma yapıldı mutlak; hem biber hem yaprak. Sonra börek... Öyle hazır yufkayla değil tabii, elde açılan yufkayla. Ve baklava; onun yufkası daha da ince... Bizim evdeki bayramların de-ğişmez menüsü, içli köfte, iç pilav, fırında et veya kavurmadan oluşurdu. İşin zor tarafı, bu yemekleri sadece çekirdek aileniz için değil, üç-dört gün boyunca gelecek misafirlere ikram etmek için her zamankinden daha fazla yapıyor olmanız.

Bir de temizlik, çamaşır, ütü var. O yüzden bayrama yorgun bir vaziyette girerdi annem. Sonrasında da dinlenemezdi, çünkü bayramın kendisi yorgunluk demektir. Ailenin büyüğü değilseniz veya büyükler si-



zin evde değilse, büyükleri ziyarete sizin gitmeniz gerekir. Biz İzmir'de, memleketten uzakta olduğumuz için ziyaret edecek aile büyüklerimiz yoktu. O nedenle akraba ziyaretinden çok dost, arkadaş, komşu ziyareti yapıldı. Önce apartmandaki, mahalledeki, sonra biraz daha uzaktaki büyüklere gidilirdi. Bu ziyaretler de planlı yapılmak zorundaydı. Öncelik yürüyerek gidilecekler, sonra bir vasıta, sonra iki vasıta. Uzaktaki dostlara gidildiğinde öyle kahve içip tatlı yiyerek dönülmez, yemeğe de kalınırdı.

Günler böyle geçerdi işte. Bir-iki saat evde, üç-dört saat dışarıda döngüsü içinde. Eve geldiğiniz anda da ayakları uzatıp dinlenmeye pek vakit kalmazdı, çünkü bu kez de sizi ziyarete gelenleri ağırlamak zorundaydınız. Kolonya ve şeker ikramı çocukların, kahve ve tatlıları hazırlamak annelerin işi... Tam tabaklar yıkanırken bir başka misafir gelirdi, ardından diğeri. İşin komik tarafı gelenlerin bir gün veya birkaç saat önce ziyarete gittikleriniz olmasıydı. Öyle bir zorunluluk vardı işte. Gidilmezse ayıp olurdu, gelmezlerse küsülürdü. Büyükleri, eşi dostu ziyaret etmek güzel ama üç gün içinde birbirine iadeli ziyaret yapmakta bir yanlışlık yok mu?

En güzeli bayramın birinci günü aile büyüklerinin evinde toplanmak değil midir? Amaç birbirini görmek,

EN GÜZELİ BAYRAMIN BİRİNCİ GÜNÜ AİLE BÜYÜKLERİNİN EVİNDE TOPLANMAK DEĞİL MİDİR? AMAÇ BİRBİRİNİ GÖRMEK, SOHBET ETMEK VE YEMEK YEMEKSE, BÜTÜN KARDEŞLER, TEYZELER, AMCALAR, KUZENLER, YEĞENLER BİR ARAYA GELİR VE BÜYÜK BİR MASA KURULUR, BİRLİKTE YEMEK YENİLİR, SOHBET EDİLİR VE BAYRAMLAŞILIR.

sohbet etmek ve yemek yemekse, bütün kardeşler, teyzeler, amcalar, kuzenler, yeğenler bir araya gelir ve büyük bir masa kurulur, birlikte yemek yenilir, sohbet edilir ve bayramlaşılır. Yemekler ve masraflar imece usulü paylaşılır. Kimi börek açarken diğeri tatlıları yapar, bir başkası dolmaları, pilavı vs... Ertesi gün, gelemeyen aile büyükleri veya dostlar ziyaret edilir. Bir sonraki gün de dinlenilir.

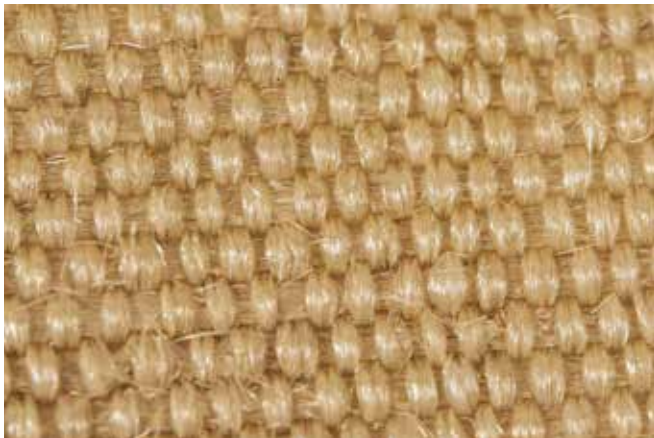
Küçük yerlerde, köylerde hâlâ böyledir ama şehir hayatı içinde eski gelenekleri aynen uygulamaya kalkmak, işi özünden saptırıyor. Ve bir süre sonra bunları sürdürmek zorlaşıyor. Bu nedenle ziyarete gitmek veya misafir ağırlamak yerine tatile gitmek tercih ediliyor. Zamanla biz de bayramı sözünü ettiğim şekilde kutlamaya başladık. Öğle yemeğinde kocamın ailesiyle, akşam yemeğinde bizim aile üyelerimizle buluşuyoruz. Eşi dostu da telefonla arayarak hatırlıyoruz." ■

TARİHİ DOKUMAK: BİR KENTİN GİZEMİ

“Tarihi Dokumak: Bir Kentin Gizemi” sergisi ziyaretçileriyle buluştu. Ankara keçisinin tiftiğinden eğrilen iplikle dokunan tarihi Ankara sof kumaşını odağına alan bu çok değerli sergi 16 Eylül’e kadar devam edecek.

Koç Üniversitesi Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi’nin (VEKAM) Rahmi M. Koç Müzesi Ankara işbirliğiyle açtığı “Tarihi Dokumak: Bir Kentin Gizemi” sergisi Ankaralılarla buluştu. Sergi, Ankara keçisinin tiftiğinden eğrilen iplikle dokunan tarihi Ankara sof kumaşını odağına alıyor. Küratörlüğünü VEKAM Direktörü Filiz Yenişehirlioğlu ve VEKAM Proje ve Etkinlik Uzmanı Dr. Gözde Çerçioğlu Yücel’in yaptığı sergi, bu değerli kumaşın gizemli dünyasının kapılarını aralıyor.

Sof kumaşını VEKAM Direktörü Filiz Yenişehirlioğlu şöyle anlatıyor: “Sof kumaşı Ankara tiftik keçisinin tüyünden üretilen, yünlü bir kumaştır. İnce, hareli, ipek gibi yumuşak ve parlaktır. Kışın sıcak yazın ise serin tutardı. 16. yüzyıldan itibaren Venedik, İngiltere, Hollanda, Fransa ve Polonya’ya ihraç edilmekteydi. Osmanlı döneminde Topkapı Sarayı’nda da tercih edilen bir kumaştı.”



Sof kumaş örneği; Osmanlı, 19.yüzyıl sonu-20. yüzyıl başı, Sadberk Hanım Müzesi, Env. No: SHM 10568



Sof kumaşının Ankara açısından önemi büyüktü. Bunun nedeni, Ankara tiftik keçisinin 19. yüzyıla kadar sadece o bölgede yetişen bir tür olmasıydı. Bu nedenle sof kumaşı Ankara ile özdeşleşmiş. 19. yüzyılın ortalarına kadar Osmanlı dünyanın tek tiftik sağlayıcısı konumundayken dünyadaki endüstriyel gelişmelerle Avrupa’da talepte farklılaşmalar olmuş. Kaliteli tiftik ve tiftik ipliğinin yurtdışına çıkışıyla birlikte Osmanlı içinde sof dokumacılığı da farklılaşmaya uğramış. Zaman içinde ev içindeki konumlanan dokuma tezgahları giderek azalmış. 19. yüzyıldan itibaren Ankara keçisinin başta Güney Afrika olmak üzere dünyanın farklı bölgelerinde de yetiştirilmeye başlanması gibi sebeplerle sof dokumacılığı giderek gerilemiş.

Sonrasında yaşanan gelişmeleri serginin küratörlerinden Gözde Çerçioğlu Yücel şu sözlerle anlatıyor: “20. yüzyıl başlarında tezgah sayıları oldukça azalmış ve bu zanaat Cumhuriyet dönemine gelindiğinde neredeyse son bulmuş ve pek çok zahmetli aşamadan geçerek üretilen kumaşın üretim bilgisi de ne yazık ki zaman içinde unutulmuş. Cumhuriyetin sof dokumacılığını canlandırmaya yönelik girişimleri olsa da ve bunun en önemlisi 1930’larda kurulan Türkiye Tiftik Cemiyeti’nin çatısı altında kurulan sof dokuma evi olsa da 1952’de bu cemiyetin de kapanmasıyla bu zanaat son bulmuş ve sof, adının bile anımsanmadığı bir gizeme dönüşmüş.”

VEKAM bu unutulmuş değeri tekrar gün yüzüne çıkarmayı hedeflerken elbette sergiyi oluşturmak kolay olmamış. Gözde Çerçioğlu Yücel bu zorluklardan şöyle bahsediyor: “Yurt içinde ve yurt dışında pek çok müzeye başvurularak sof dokuma örnekleri ve bu kumaştan üretilen giysi örnekleri araştırıldı. Ankara’ya ilişkin tarihi belgelerde çokça yer tutan sof ve sof dokumacılığı yerini bilinmeyen, hakkında çok okunan ancak görülemeyen bir kumaşa bırakmıştı. İlk zorluk kumaş bulmaktı. Sadberk Hanım Müzesi’nde, laboratuvar analizi



VEKAM Direktörü Filiz Yenişehirlioğlu ve VEKAM Proje ve Etkinlik Uzmanı Dr. Gözde Çerçioğlu Yücel



18. yüzyıla tarihlenen "Ankara Manzarası" tablosu

yaptırarak tiftikten üretildiği ve Ankara sofusu ile uyumlu olduğu tespit edilen sof dokuma kumaş bize yol gösterdi. Sadberk Hanım Müzesi, Ankara Etnografya Müzesi ve Topkapı Sarayı Müzesi'nden örneklerle tiftik ve sofunun kullanım alanları da somut olarak ortaya konabildi ve sof dokumanın gizemi aralanabildi."

Böylelikle uzun ve titiz çalışmalar sonucu bu değerli sergi oluşturulmuş. Filiz Yenişehirlioğlu, serginin çok kapsamlı düşünüldüğüne dikkat çekiyor ve bu kapsamı şu sözlerle anlatıyor: "Tiftik keçisi ve özelliklerini tanıtmak; keçiden alınan tüylerin nasıl ve hangi aletlerle eğrilip iplik haline getirildiğini, doğal boyamanın hangi bitki ve böceklerden yapıldığını ve nasıl boyandığını göstermek birinci bölümü oluşturdu.



İkinci bölüm bu yapağı veya yün kumaştan üretilen kumaş ve örneklerin tanıtılması oldu. Topkapı Sarayı'ndan gelen Kanuni Sultan Süleyman'a ait yer yaygısı ve Sultan IV. Murat'a ait renkli postlar ve kimi yaygılar yanı sıra, Sadberk Hanım Müzesi'nden gelen giysiler ve Prof. Zahide İmer'in verdiği 1890 tarihli sof kumaş örneği, bu üretimin kalitesini göstermesi bakımından önemli örneklerdir. Üçüncü bölümü ise Erken Cumhuriyet Dönemi'nde 1934-1952 tarihleri arasında tiftik keçisi yetiştiriciliğini ve sof kumaşı üretimini yeniden canlandırma için kurulan Türk Tiftik Cemiyeti'nin tanıtımına ayırdık. Bu kapsamda üretilen kumaş örneklerini de Ankara Etnografya Müzesi'nde bulduk. Son bölümü ise günümüz örneklerine, tiftik keçisinin imge olarak Ankara'yı nasıl temsil ettiğine ayırdık. Ayrıca yünü mikroskopla inceleme ve dokunarak yumuşaklığını hissetme imkânını sağladık."

Filiz Yenişehirlioğlu'nun da Gözde Çerçioğlu Yücel'in de sergideki en önemli eserler arasında saydığı çok değerli bir tablo var: 18. yüzyılda anonim bir ressam tarafından yapılan ve Amsterdam Rijksmuseum'da sergilenen Ankara Manzarası tablosu. Bunun önemini Gözde Çerçioğlu Yücel şöyle anlatıyor: "İlk kez sergilenmesinin yanında Ankara'nın köklü tarihiyle, resmedilen Ankara keçileri ve sof dokumacılığı'nın aşamalarını göstermesi açısından da önemli. Tablonun yanına yerleştirilen etkileşimli ekranla ziyaretçiler, tabloda resmedilen yapılar ve mekanlardaki ayrıntılara dokunarak bunların günümüzle bağlantısını da kurabiliyor."

Bu tablonun Ankara'da sergilenmesi büyük yankı uyandırmış. Filiz Yenişehirlioğlu, "İzleyicilerin bir kısmı bu tabloyu görmek için Amsterdam'a gitmeyi planladıklarını söyleyip Ankara'da görmenin sevincini yaşadıklarını söylüyor" diyerek aldıkları olumlu geri dönüşten bahsediyor.

Sergiye dair bir önemli geri dönüş ise Hollanda'dan geldi. DutchCulture tarafından organize edilen ve Hollanda'da 19 Haziran'da Theater aan Het Spui'de gerçekleşen "Working Conference on Culture for Egypt, Morocco, Russia and Turkey" adlı konferansta, sergi Türkiye'den örnek ve başarılı proje olarak gösterildi.

Yürütülen son derece titiz çalışma sonrasında alınan ilk tepkiler, serginin amacına ulaşma konusunda başarısını yansıttıyor. Ankara'nın hem ekonomik hem de kültürel tarihine ışık tutan sergiyi 16 Eylül'e kadar ziyaret edebilirsiniz. ■

UZAK DENİZLERİN YÜREKLİ GEZGİNLERİ

Rahmi M. Koç Müzesi'nde 11 Kasım'a kadar devam edecek olan "Uzak Denizler" sergisi, engin denizlerin yolcularına yakından bakma fırsatı sunuyor. Bağımsız fotoğrafçı, uzak yol kaptanı Faruk Üründül'ün çektiği fotoğraflardan oluşan sergi, bu fantastik dünyaya hem romantik hem gerçekçi bir bakış sunuyor.

■ NİHAL KÖZ ■ FARUK ÜRÜNDÜL

Uzak denizlerden bahsedildiğinde iç çekip hayallere dalmayanımız pek yoktur. Uçsuz bucaksız okyanuslarda dev bir gemiyle seyretmek, fırtınalara meydan okumak, tuzlu su damlalarını yüzünde hissetmek ve elbette en sonunda bilinmeyen bir limanda uyanmak maceraperestlerin hayallerini süsler. Bu düşü bir yaşam biçimine dönüştüren denizciler ise cesaret ve dayanıklılıklarıyla zihnimizde neredeyse birer süper kahramandır.

Bağımsız fotoğrafçı, uzak yol kaptanı Faruk Üründül, Rahmi M. Koç Müzesi'ndeki "Uzak Denizler" sergisinde bu ha-



Mississippi, 2007



Filipin Denizi, 2007

yalleri besleyen fantastik dünyaya yakından göz atıyor. Bir kargo gemisi ve uğrak limanlarını belgeleyen fotoğraflardan oluşan sergi, yaşama "deniz yüzüyle" bakıyor. "Bu çalışma, engin denizlerin gezginlerine yakından bakma denemesidir" diyor Üründül ve devam ediyor: "Binlerce yıllık öykümün ilk kahramanlarından biri, büyük olasılıkla bir denizci olan, kaptan Nuh peygamberdi. Sonraki düşsel denizciler, kurtarıcılıkları sınırlı olsa da, düşle gerçek arası ince bir rotada seyretmeye devam ettiler. Efsanelerin bize sunduğu dünyada Odysseuslar, Ericler, Sinbadlar ve şüphesiz iyi bir denizci olan Murphy... Artık efsaneler üretemeyecek kadar küçülen ve fakirleşen bir dünyadayız."

Üründül, bahsettiği "küçülen" dünyada, uçsuz bucaksız denizlerin yürekli gezginlerinin fotoğraflarıyla ufukumuzu genişletiyor. Sergideki fotoğrafların "Gemide" bölümünde yer alanlar, 2002-2018 yılları arasında dökme yük gemilerinde çekilmiş. 52 bin DWT ve 80 bin DWT'lık bu gemiler, 200 metreye varan boyları ve 32 metrelik enleriyle neredeyse bir futbol sahasından daha fazla bir büyüklüğe sahip.

"Denizlere açıldığınızda sizi neyin karşılayacağını pek bilemezsiniz. Hiç bitmemecesine pruvada patlayan dalgalar ya da göklerin armağanı bir gökkuşağı" diyen Üründül, devam ediyor: "Size düşen sadece yüreğinizin pencerelerini açmak. Bazen mesai ve gün bitiminde ambarları terk eden yorgun denizcileri, bazen balastın değiştirilmesini fırsat bilip menholden taşan okyanus suyunda yorgunluk atanları

izlersiniz. Kimi zaman rengarenk sarileriyle Hint temizlik işçileri kimi zaman da liman devletinin zabitleri misafiriniz olur."

Sergiyi gezerken, merak ettiğiniz gemi hayatı da ete kemiğe bürünüyor. Kreyn tellerinin yağlanması, balast tanklarında bakım ve onarım gibi hayatınızda belki de hiç duymadığınız işlerin buradaki hayatın önemli bir parçası olduğunu öğreniyorsunuz. Kış seyirlerinin oldukça zorlu olduğu Kuzey Pasifik'te fırtınalı günler sonrasında ambar kapağındaki çatlakların onarılmasına tanıklık ediyorsunuz.

Serginin "Ambarda" bölümünde geminin göz önünde olmayan değerli yükünün önemi zihninizde canlanıyor. Dünya ticaretinin yüzde 90'ı uluslararası denizcilik endüstrisi tarafından taşınıyor. Üründül, "Bir bakarsınız Melbourne-Avustralya'da yüklediğiniz buğdayı Zanzibar-Tanzanya'da boşaltıyorsunuz, bir bakarsınız Mississippi'den Japonya'ya mısır taşıyorsunuz. Tonlarca kömür, çimento, fosfat, rulo sac ambarlarınızdan gelir geçer" diye anlatıyor.

Ambarlar sadece kargoya ev sahipliği yapmakla kalmıyor, aynı zamanda öyküleri de taşıyor. Üründül, bir örnek veriyor: "Hint kadın işçiler gemiye sadece emeği getirmekle kalmaz, sarileri ve halhalleriyle görkemli bir kültürün eski ve yeni öykülerini de taşırlar. Ambar tabanındaki kömürü temizlerken bile... Biraz sohbet etme şansınız olursa, günlük iki, üç dolara çalışan bu temizlik işçilerinin, işlerini daha da ucuza çalışan Nepalli işçilere kaptırma korkusunda olduklarını anlarsınız."

Öyküler arasında, hep en merak edileni ise denizcilerinkidir. "Uzak Denizler" sergisini gezerken zorlu denizde ufku tarayan kaptanın ciddiyetine de tanıklık ediyorsunuz, çay molası veren denizcilerin neşesine de... Gördüğünüzden fazlasını ise Üründül'den öğreniyorsunuz: "Genellikle altı ay süren kontrat boyunca çalışma saatleri, haftada altı gün sekiz-on saattir. Ama korsan tehdidi, limanlardaki hırsızlık olayları, bitmek bilmeyen ve şahlanmış bürokrasi, artan dünya ticareti ile artan deniz trafiği, gittikçe hızlanan yük işlemleri, dinlenme fırsatlarını sınırlıyor. Uzak yol denizciliği zor bir hayat sunar. Sanıldığının aksine, uzun okyanus geçişleri dışında, denizcilerin ülkelerini ve evlerini özlemeye zamanları pek kalmaz. Altı aylık kontrat süreleri dolan personel değiştirilir. Bir iki aylık izin süresince bütün yorgunluklar ve fırtınalar unutulur. Gemi ise yeni tayfasıyla dünyayı arşınlamaya devam eder. Yüzlerce yıldır olduğu gibi... Ama bir süre sonra denizin tuzlu tadını özlersiniz ve deniz sizi çağırır."

1960, İstanbul doğumlu Üründül, çalışma süresince, fotoğrafçı olarak peşine düştüğü kaygılara, denizcilerin pek de bilinmeyen hayatlarına tanıklık etmiş olmanın sorumluluğu ve onlara duyduğu gönül borcunun eklendiğini söylüyor ve devam ediyor: "Yine de, ne bu çalışma ne de bir başkası, deniz insanlarına ve deniz yürekli insanlara duyduğum saygıyı ifade etmekte yeterli olamaz."

Üründül'ün ifade ettiği duygular, sergiyi gezdikten sonra size de geçiyor. İstanbul Boğazı'ndan geçen ve uzak denizlere doğru seyreden gemilere artık biraz daha farklı bir gözle bakıyorsunuz. ■



İstanbul Boğazı, 2018

SERGININ ORTAYA ÇIKIŞ ÖYKÜSÜ

Faruk Üründül, serginin oluşum öyküsünü şöyle anlatıyor:

"1994 yılından beri serbest fotoğrafçı olarak belgesel ağırlıklı çalışmalar yapıyordum. 2002'de denizlere geri dönünce denizci arkadaşlarımı, bir anlamda da kendi iş ortamımı fotoğraflamaya başladım.

Yurt dışı seyahatlerimde mutlaka denizcilik müzelerine giderim. Fotoğraf literatüründe uzak yol denizciliği üzerine fotoğraf çalışmalarının yok denecek kadar az olduğunu fark ettim. Avusturya'da irtibatla olduğum ajansa bu çalışmalarımı müzelerde sergilemenin nasıl mümkün olabileceğini sordum. Açık kalplilikle bir Türk fotoğrafçıyı müzelere sunmanın kolay olmadığını ama Türkiye'de bir müzeden başlamanın daha iyi olacağını belirttiler. Öneri olarak da 'Avrupa'nın en büyük müzelerinden biri zaten İstanbul'daki Rahmi M. Koç Müzesi. İyi bir başlangıç olur' diye eklediler. Ben de bu konuşmadan bir hafta sonra Rahmi M. Koç Müzesi'nin kapısını çaldım.

Süreç tahminimden hızlı ilerledi. 275 metrekare ve 110 metre duvar alanı olan sergi salonu tahsis edilince, boyut bir anda değişmiş oldu. Fotoğrafların yanı sıra günümüz uzak yol gemilerinin maketleri, bilgi panoları ve tanıtım videoları ile zenginleştirdik. Müze Müdürü Ertuğrul Bey ve Selen Hanım'ın destek ve katkılarıyla uzak yol denizciliği üzerine bu ilk sergiyi gerçekleştirme olanağı bulmuş olduk. Tabii işin finansal boyutu biraz zorluydu. Ama Rahmi M. Koç Müzesi, Deniz Ticaret Odası ve YASA Holding'in desteğiyle bu sorunu da çözmüş olduk. Bu yeni ve kocaman gemilerin maketlerini bulmak kolay olmuyor. Aygaz Tanker, Arkas ve Er Denizcilik'in desteğiyle sergimizi tamamlamış olduk."

MODERN ÇAĞIN HASTALIĞI REFLÜ

40 yaş ve sonrasında, özellikle kilo problemi yaşayanlarda daha sık ortaya çıkan reflü, tedavi edilmezse yemek borusu ve gırtlak kanserine kadar uzanan pek çok hastalığın başlangıcı oluyor. MedAmerikan Tıp Merkezi İç Hastalıkları ve Gastroenteroloji Uzmanı Prof. Dr. Mete Özdoğan, bu hastalıktan kaçınmanın yollarını anlatıyor.

■ ARZU ERDOĞAN

Midede ağrı ve yanma gibi şikayetler giderek daha sık karşılaşılan sağlık sorunları arasında yer alıyor. Göğüste, yaygın tabiriyle iman tahtası denilen yerin arkasında, yemek borusunda yanma hissi varsa ve bu yanma genellikle yemeklerden bir süre sonra ortaya çıkıyorsa sizde de reflü olabilir.

Bilimsel adıyla gastroözofageal reflü hastalığı (GÖRH), mide içeriğinin, özellikle asitli mide sıvısı ve gıdaların yemek borusundan boğaza ve ağıza doğru geri gelmesiyle ortaya çıkan bir hastalık olarak tanımlanıyor. Ama kısa süreli reflü hali, yani rahatsız edici olmayan ve uzun aralıklarla yaşanan belirtiler normal kapsamında değerlendiriliyor. Ancak bu durum uzun süreliyse ve sıklıkla ortaya çıkıyorsa, reflü hastalığından söz edilebiliyor.

MedAmerikan Tıp Merkezi İç Hastalıkları ve Gastroenteroloji Uzmanı Prof. Dr. Mete Özdoğan, bir hayli yaygın olarak görülen bu hastalığın oluşmasında beslenme yanlışlıkları ve fazla kilonun büyük rol oynadığını söylerken, belirtilerini de genellikle boğaz ve göğüs kemiği arkasında yanma hissi, mide içeriğinin geri gelmesi, ağızda acı ekşi tadın hissedilmesi olarak sıralıyor. Prof. Dr. Özdoğan, bunların dışında boğaz ağrısı, ses kısıklığı,

boğazda yumru hissi, yutmada güçlük, göğüste ağrı, ağızda tükürük salgısının artışı, kuru irrite edici inatçı öksürük ve kimi zaman nedeni saptanamayan bulantı hissi gibi şikayetlerin de oluşabildiğini, ama bunların nadir belirtiler olduğunu söylüyor.

40 yaş ve sonrasında, özellikle kilo problemi yaşayanlarda daha sık ortaya çıkan reflü, cinsiyete

göre farklılık göstermiyor. Prof. Dr. Mete Özdoğan, reflüyü şöyle anlatıyor: "Yemek borusunun tam mideyle birleştiği noktada 'özofagus alt kıskaçı' adı verilen ve yemek borusunu oluşturan kasların özelleşerek yaptığı, büzülerek kapanan bir mekanizma mevcut. Normalde belirli bir basınçla kapalı olan ve mide içeriğinin bu sayede geri gelmesini engelleyen bu kıskaç,



yemek yediğimizde gevşeyerek açılır ve gıdaların mideye geçişine izin verir. Bunun dışında, kapalı olan kısıkaç reflü hastalığında, olmaması gerektiği şekilde zaman zaman yeme dışında da gevşeyerek açılır ya da sürekli olarak kapanma basıncının düşük olması sebebiyle gevşek kalır. Bu durumda reflü ortaya çıkar. Ayrıca bir başka neden de hastada mide fıtığı olmasıdır. Bu da kısıkaç mekanizmasının işlevini bozar. Bu anatomik bozuklukların yanı sıra reflünün ortaya çıkışını obezite, gebelik, yapılan diyetlerdeki bazı gıda türleri ve kimi ilaçlar kolaylaştırıyor.”

NASIL TEDAVİ EDİLİYOR?

Reflüye kesin tanı endoskopi yöntemiyle konabiliyor. Yani mideye ışıklı bir tüp kamera gönderiliyor, yemek borusu ve mide içi görüntüleniyor. Bu sayede hastalığın yemek borusuna ve mideye ne kadar hasar verdiği görülebiliyor. Hasarın şiddeti ise tedavi yöntemini belirliyor. Prof. Dr. Mete Özdoğan, şunları söylüyor: “Gastroözofageal



Prof. Dr. Mete Özdoğan

reflü hastalığı temelde anatomik-yapısal bazı eksiklik ve bozukluklar nedeniyle ortaya çıktığı için, temelde kronik seyirli bir hastalık olarak değerlendirilmeli. Yani reflü hastalığını belirli bir süre ilaç kullanarak, kalıcı olarak tedavi etmek olası değil. Ancak bazı yaşam tarzı ve davranış değişikliklerinin yanı sıra ilaç tedavileriyle reflü hastalığını kontrol altında tutmak ve neden olacağı zararları önlemek mümkün. Bu amaçla günlük yaşantıda yapılacak bazı değişiklikler, yaşam tarzı düzenlemeleri tedavinin temelini oluşturur.” Prof. Dr. Özdoğan, fazla kilolardan kurtulmanın, sigara ve alkolü bırakmanın, kahve içimini sınırlandırmanın tedavide önemli olduğunu belirtiyor. Ayrıca geç vakit yenen yemeklerden, yağlı, naneli gıdalardan, gazlı içeceklerden uzak durmanın ve yatak başının yüksek olmasına dikkat etmenin reflü tedavisinde çok önemli olduğunu söylüyor. Son çare ise ameliyat...

Peki, hastalık tedavi edilmezse ne olur? Bu sorunun yanıtı, kansere kadar uzayan bir hastalık listesinin başlangıcı aslında. Yemek borusu kanseri, ülser, astım, kulak ve boğaz rahatsızlıkları, kronik larenjit, nefes borusu giriş darlıkları, ses tellerinde iltihap ve tahriş, kronik öksürük, daha nadir olarak diş erozyonları, kronik sinüs enfeksiyonları, tekrarlayan zatürre ve gırtlak kanseri oluşabilecek hastalıklar arasında sayılabiliyor. ■

REFLÜ HASTASINA ÖNERİLER

HER ŞEYDEN ÖNCE YEMEK YEDİKTEN HEMEN SONRA YATMAYIN. YATMAK İÇİN EN AZ ÜÇ SAAT GEÇMESİNİ BEKLEYİN. YATTIĞINIZDA İSE BAŞ-BOYUN BÖLGENİZİ YUKARIYA KOYUN. YATARKEN MÜMKÜNSE SOL YANA DOĞRU YATIN.



ASİTLİ VE GAZLI İÇECEKLERDEN, ALKOL VE KAHVEDEN, KIZARTMALAR, SOSLU, MAYONEZLİ, KREMLİ, ACI, YAĞLI VE BAHARATLI YİYECEKLERDEN, ÇİKOLATA, SOĞAN, SARIMSAK GİBİ BESİNLERDEN UZAK DURUN.



DÜŞÜK ŞEKERLİ GIDALARI TÜKETMEYE ÖZEN GÖSTERİN.



ASPIRİN YA DA AĞRI KESİCİ İLAÇLARI MÜMKÜN OLDUĞUNCA AZ KULLANIN.

AZ AMA SIK, YAVAŞ VE İYİ ÇİĞNEYEREK YEMEK YİYİN.



İDEAL KİLONUZA DÖNMELİ İÇİN KİLO VERİN.

GİYSİLERİNİZİN KEMERİNİ ÇOK FAZLA SIKMAYIN, DAR GİYSİLERDEN KAÇININ.



ÇOK FAZLA GÜÇ GEREKTİRECEK İŞLERDEN UZAK DURUN.

DİĞER HASTALIKLARINIZ İÇİN KULLANDIĞINIZ İLAÇLARI VEREN HEKİME DANIŞARAK REFLÜ OLUŞUMUNU KOLAYLAŞTIRAN İLAÇLARI MÜMKÜNSE DEĞİŞTİRİN.

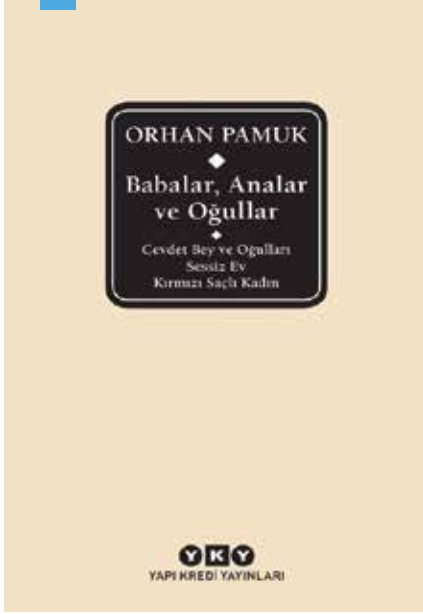


■ NELER OLACAK?

→ Kitap

Babalar, Analar ve Oğullar

Yapı Kredi Yayınları'nın Delta dizisi Orhan Pamuk külliyyatının ilk cildiyle okurun karşısına çıkıyor. Turgenyev'in meşhur romanının (*Babalar ve Oğullar*) adını da selamlayan *Babalar, Analar ve Oğullar* cildinde Pamuk'un ilk iki romanı Cevdet Bey ve Oğulları ve Sessiz Ev'in yanı sıra son kitabı *Kırmızı Saçlı Kadın* da yer alıyor.



→ Yıl sonuna kadar

Yitik İmparatorluğu Resmetmek: İtalyan Merceğinden Anadolu'daki Bizans Sanatı, 1960-2000 sergisi

Roma'dan Doğu'ya uzanan tarihi güzergâh izlenerek yitik bir imparatorluğun parçalarını yeniden keşfetmeyi sağlayan sergi, Roma'daki Sapienza Üniversitesi Bizans Sanatı Tarihi Dokümantasyon Merkezi'nin (CDSAB) fotoğraf ve arşiv materyallerini ANAMED'e taşıyor.



→ 22 Eylül - 4 Kasım

4. Tasarım Bienali

Arter, 22 Eylül-4 Kasım 2018 tarihleri arasında 4. İstanbul Tasarım Bienali'ne ev sahipliği yapan 6 mekândan biri. İstanbul Tasarım Bienali, tarihsel açıdan zengin bir bağlam içinde kurulmuş bir "tasarım üzerine eleştirel düşünme alanı" olarak, hem tasarımın hem de tasarım eğitiminin üretimini ve çoğaltılışını sorgulama imkânı sunuyor.



→ 27 Eylül 2018'e kadar

Selda Bağcan yaz turnesi

Rolling Stones dergisinin "100 Yılın En İyi 100 Kadın Vokali" listesinde kendine yer bulan Selda Bağcan yaz turnesinde. Bağcan, 19 Ağustos Pazar Bodrum Antik Tiyatro'da ve 20 Ağustos'ta Marmaris Anfi Tiyatro'da sahne alacak.

Böylesini görmediniz!

Belki bir kez Aetobatus Ocellatus balığı görmüş olabilirsiniz ama Setur Marinas'ın kampanyaları gibisini hiç görmediniz.

O Marina Senin, Bu Marina Benim

Yıllık sözleşmenize, her Setur Marinas'ında 30 gün, toplamda 300 gün konaklama ücretsiz.

Gez, Gez, Kazan

30 gün ücretsiz konaklama sonrası 60 gün %50 indirimli, %50 indirimli konaklamalarınızın 30 günü yıllık sözleşmenize hediye.

Bir Sözleşmeyle Üç Marina

Sadece %20 ek ücretle, bir sözleşmeyle üç marinateda konaklama fırsatı.

Sıfır Teknenin Avantajı Bitmiyor

Yıllık bağlama sözleşmesinde sıfır tekne sahiplerine %10 indirim, ücretsiz kara park, çekme ve atma hizmeti.

Günlük Sözleşmeleriniz Kumbarada

Günlük sözleşmelere ödediğiniz ücret kadar, yıllık bağlama sözleşmenizinde indirim.

Teknenizi Satarken de Kazanın

Yıllık sözleşmeli satılık teknenize ücretsiz 2 lift, satış sonrası ise sözleşme devri ve %50 indirimli konaklama imkanı.

Birlikte Nice İndirimli Yıllara

Yıllık bağlama sözleşmenizde her yıl için %2, 10. yıl %20, 11. yıl ve sonrasında %25 indirim. Üstelik geçmiş kidedinizi de dikkate alıyoruz.

Arkadaşınızla Kazanın

Setur Marinaları'na yıllık sözleşme yapmak amacıyla getireceğiniz her bir arkadaşınıza ve size 30 gün ücretsiz konaklama.

Bütün Liftler Sizin

Karaya çekemediğimiz teknenize başka bir Setur Marinas'ında ücretsiz kara park, çekme ve atma hizmeti.

Yol Yardımı

Yıllık sözleşmeli teknenize acil durumlarda ücretsiz kara park ve %50 indirimli çekme ve atma hizmeti.



SeturMarinas
yeni ufuklara yelken aç!

FENERBAHÇE & KALAMIŞ 0216 346 2346 | YALOVA 0226 813 1919 | AYVALIK 0266 312 2696 | MİDİLLİ +30 225 105 4000 | ÇEŞME ALTINYUNUS 0232 723 1434 | KUŞADASI 0256 618 1460
GÖKOVA ÖREN 0252 532 3361 | MARMARİS NETSEL 0252 412 2708 | KAŞ 0242 836 3700 | FİNİKE 0242 855 5030 | ANTALYA 0242 259 3259



/seturmarinas

www.seturmarinas.com



TAM 10 YILDIR EĞİTİMİN LİDERİ YAPI KREDİ BANKACILIK AKADEMİSİ

Finanstan kişisel gelişime, sosyal sorumluluktan liderliğe bankacılık kariyerinizi zirveye çıkaracak eğitimler tam 10 yıldır Yapı Kredi Bankacılık Akademisi'nde! Birlikte nice 10 yıllara, nice başarılarla...



**YAPI KREDİ
BANKACILIK
AKADEMİSİ**

10.Yıl