

EKOĞÜNDEM

KÖRFEZ ÜLKELERİNDE
PARA BİTİYOR!

E-DÖNÜŞÜM EKONOMİNİN
LOKOMOTİFİ OLACAK!

TEMSA GENEL MÜDÜRÜ DİNÇER ÇELİK
TEMSA TEKNOLOJİ
ŞİRKETİ OLACAK!

TİM BAŞKANI MEHMET BÜYÜKEKŞİ
İHRACATTA KATMA
DEĞER ARTMALI!

AKSA JENERATÖR CEO'SU ALPER PEKER

AMERİKA'DA ÜRETİM YAPAN
İLK VE TEK TÜRK JENERATÖR
MARKASI AKSA JENERATÖR!

2025 yılında 1 milyar dolar ciroyla dünyada ilk üçün içinde olmayı hedeflediklerini dile getiren Akxa Jeneratör CEO'su Alper Peker, dünyanın dört bir yanında satış ve satış sonrası hizmet noktası bulunan Akxa'nın Amerikan standartlarında üretim yapan ve Amerika'da üretim tesisi bulunan tek Türk şirketi olduğunu ifade etti.



Innovation
that excites



HİKAYEN BURADA BAŞLIYOR.

Mükemmel yakıt tasarrufu, yüksek performans, konfor ve 7 kişilik oturma kapasitesi... Nissan X-Trail yola heyecan katan yenilikçi teknolojileri ve 1.6 dizel otomatik seçeneğiyle Nissan bayilerinde ve nissan.com.tr'de seni bekliyor. Nissan X-Trail. Senin hayallerin, senin yolun.



POS Fibabanka'dan alınır, işler iyice açılır!



Fibabanka'ya gelin, POS cihazı için başvurun,
size özel sunulan fırsatlardan yararlanın.
Dilerseniz, Bonus üye işyeri ağına siz de katılın.



İÇİNDEKİLER



10

GÜNCEL

Türkiye ile İrlanda arasındaki ticaret güçleniyor!

12

GÜNCEL

İhracat yapan her sektörde plastik pay!

14

BUSINESS EKONOMİ

Avrupa'da işler düzeliyor!

16

BUSINESS EKONOMİ

Doğu ve Güneydoğu'da iş yok; iş arayan çok!

34

BUSINESS ANALİZ

Kişisel verilerin korunması kanunu araştırma sektörünü nasıl etkileyecek?

74

BUSINESS AKTÜEL

Liderliğe giden yol kendini keşfetmekten geçiyor!

80

TOURISM

Keyifli ve samimi bir şehir: Afyonkarahisar

94

BUSINESS HEALTH

Modern yaşam astımı körüklüyor!



AZ KALORİ
ÇOK LEZZET!

EDİTÖR: Tunç Kandemir EMAIL: tunc@businessnewstr.com

EDİTÖR'DEN MESAJ VAR!

Türkiye'de Aziz Sançar rüzgarı esiyor!

Nobel ödüllü bilim adamamız Prof. Dr. Aziz Sançar son günlerde, baskın siyasi gündeme rağmen bir bilim rüzgarı estirdi. Birçok üniversitede konuşma yapan Sançar, bilim üretiminin önemine ve gençlerin bilime yönelmesine vurgu yaptı. İslam dünyasının 500 yıldır bilime doğru dürüst bir katkısının olmadığı yönündeki açıklaması ise hepimiz için çok hayati bir uyarıdır.

Bugün İslam coğrafyası siyasal İslam'ı Batı ile ilişkilerinde ideolojik bir temel olarak belirlemiş durumda. Gerçek şu ki bilimle karanlık çağları aşmış Batı, bugün çağdaş uygarlığı temsil ediyor. Batı biliminin ürettiği teknolojileri tüketmekten ve teknisyenliğini yapmaktan öteye geçemeyen Müslümanlar ise siyasal İslam'a sarılıp kurtuluş arıyorlar. Gerçekten hazin bir tablo.

Maalesef ülkemizde de Osmanlı'ya öykünen bir kitle yıkılan imparatorluğu ihya edebileceği ham hayaliyle yaşıyor. Ancak bunlar beyhude çabalar. Ülkemize yarardan çok zarar getirir. Osmanlı İmparatorluğu bir askeri tarım toplumu olarak kalmış, diğer Müslüman devletler gibi akli değil nakli esas alan bir sistemle Batı'nın Rönesans'ını, Reform'unu, Aydınlanmasını ve Sanayi Devrimi'ni ıskalamıştır. 19. Yüzyıldaki yenilenme çabaları yetersiz kalmıştır. Sonunda kaçınılmaz çöküş gerçek olmuştur. Cumhuriyet döneminde daha büyük bir değişim olsa da Batı'nın düşünce ve bilim üretim sistemi tam olarak içselleştirilememiştir.

Bugün de Türkiye'nin tutması gereken yol bilim yoludur. Ancak bilim yapmak, bilim üretmek kolay değil. Araştıran, soru soran, hayal kuran, nitelikli, çalışkan insanlara ihtiyaç var. Bugün Türk eğitim sistemi bunu istenen düzeyde başaramıyor. Bazı teşvikler var. Ancak köstekler daha fazla. Aziz Sançar gibi bir bilimci, üniversite eğitimini Türkiye'de almasına rağmen, kendisine Nobel ödülü getiren çalışmaları bir Amerikan üniversitesinde yapabildi.

Neden biz modernleşmesini 19. Yüzyılda başlatmış bir Japonya veya 1960'larda gerimizde olan bir Güney Kore olamadık? Yanıt eğitim sisteminde yatıyor. Eğitim sisteminin ideolojik yaklaşımdan arındırılıp bilimsel temellere dayandırılması gerekiyor. Daha fazla Aziz Sançar'larımız olsun istiyorsak bunu yapmak zorundayız.

İmtiyaz Sahibi
BT MEDIA GROUP
Bayram TAVŞAN

Genel Yayın Yönetmeni
Bayram TAVŞAN

Haber Müdürü (Sorumlu)
Tunç KANDEMİR

Yazı İşleri Masası
Eşref SEVİMİŞ

Ekonomi Editörü
İsmail ŞAHİN

Haber Merkezi
Abdullah SEVİMLİ
Arda POLAT
Batuhan TAVŞAN

Reklam Koordinatörü
Esmagül BAHAR

Avrupa Temsilcisi (Almanya)
Tuncay UĞUR
+49 17 24 96 44 80

Ankara Temsilcisi
Naci ATMACA
0506 461 44 90

Çukurova Bölge Temsilcisi
Ahmet ATEŞ
0342 220 20 95

KKTC Temsilcisi
Atıl AYAZ
0533 887 33 46

Creative Director
Aydın DANIŞ

Hukuk Servisi
Av. Gökmen KOÇLU

Mali İşler Müdürü
Süleyman ERAT

Yönetim Merkezi
BT MEDIA GROUP
Batıköy Mah. Mustafa Kemal Bulvarı Belen Sok.
Kent Plus Sitesi B2 Blok N:2Y / 30
Büyükcçekmece - İstanbul
Tlf: 0212 337 36 56 (pbx)
Faks: 0212 337 36 10
www.businessnewstr.com info@businessnewstr.com

Basım Yeri
Elma Basım
0212 697 30 30

Yayın Yeri
İstanbul

Dağıtım
Zip Dağıtım
0212 225 35 75

Baskı Tarihi
01.06.2016

ISSN 2148 - 2519

Dijital Edisyon

dijimecmua.com
Dijital Edisyonun İlk Sayfasıdır

dMags

Business News Dergisi ve eklerinde yayınlanan yazı, haber, fotoğraf, reklam ve illüstrasyonların her türlü telif hakkı BT Media Group'a aittir. İzin alınmadan kullanılamaz.

Yayınlanan tüm ilanların sorumluluğu sahibine aittir. Bu dergi basın meslek ilkelerine uymayı taahhüt eder.

bt media
BUSINESS NEWS
İş Dünyası Dergisi

bt
media
group



Genel Yayın Yönetmeni: Bayram Tavşan EMAIL: bayram@businessnewstr.com

İŞ DÜNYASI FAZLA KİLOLULARI DIŞLIYOR!

yönetmen'in ajandası

İş yaşamı fuarları, lansmanları, farklı şehir ve ülkelere gezileriyle bitmeyen bir yoğunluk getiriyor. Bu koşturmaca içerisinde sağlıklı beslenmeye ve egzersize vakit ayırabilmek hiç kolay değil.

Günün büyük bölümünü bilgisayar başında çalışarak geçirenler, zaman darlığı nedeniyle sürekli arabada ya da uçakta oturmak durumunda olanlar ise kontrol edilemeyen stresin getirdiği yanlış yeme alışkanları ve hareketsizlik nedeniyle kilo alıyor.

Öte yandan iş dünyası, özellikle her gün çok sayıda insana konuşan, daima göz önünde olan, davetlerden açılışlara giden yöneticilerden, son derece şık ve formda görünmelerini bekliyor. Bu baskı bile aşırı yeme sebebi...

Çalışma hayatına, sağlıklı beslenme ve spor alışkanlıklarını adapte etmek her zaman mümkün olmuyor. Stres ve başarı baskısı gibi nedenlerle artan kilo artışı, iş hayatına yeni girenlerde ve orta kademeli yöneticilerde daha fazla!

Kilolar, diyabet, tansiyon, kalp hastalıkları ve karaciğer yağlanması gibi pek çok sağlık sorununa neden oluyor. Kanser türleri ile fazla kilo arasında da önemli bir ilişki var. Uyku sorunları, bedeni taşımakta zorlanan dizlerdeki sakatlanmalar hastaların en fazla şikâyet ettiği konular arasında yer alıyor. Kilo yükseldikçe kişinin egzersiz yapması ve yediklerini kontrol etmesi zorlaşıyor.

Peki, iş dünyası nasıl şişmanlıyor?

Terse Dönen Beslenme Düzeni: Sağlık için güne güçlü bir kahvaltıyla başlayıp geceyi hafif yiyeceklerle sonlandırmak gerekir. Kahvaltıyı ve öğle öğününü geçiştirenler, iş çıkışından yatana kadar bol kalorili yiyeceklerle yanlış şekilde beslenirler.

Stres: İş hayatının getirdiği gerginlik, bazılarının yemek yemeyi unutmalarına bazılarının da sürekli bir şeyler tüketmesine neden oluyor. Strese bağlı yeme bozukluklarında mutlaka stresin kaynağına yönelik bir çözüm aranmalıdır.

Seyahatler ve İş Yemekleri: Kârlı bağlantıların kurulduğu fuarlarda ya da iş toplantılarda bir müşteriyle konuşmak yerine 'Karnım acıktı' diyemezsiniz. Kaçırılan yemek saati, günün sonunda bol kalorili yiyecekler ve alkollü içeceklerle telafi edilir. Sağlığa verilen zararın telafisi ise çoğu zaman daha zordur. Aynı gün üst üste uzun iş yemeklerine katılmak zorunda kalanlar ise çareyi yemeklerle oyalanmakta bulup gereken miktarların çok üzerine çıkabilir.

Hareketsizlik: İster sürekli aynı ofiste çalışın ister yılın 200 gününü başka ülkelerde geçirin, egzersiz yapmadan sağlığınıza koruyamazsınız. İş seyahatine çıkarken yanınıza spor ayakkabılarınızı almayı unutmayın. Günlük planınızı mutlaka spor saatinizi ayırarak yapmaya özen gösterin.

Sevgi ve ışığın birlikteliği sizlerle olsun,

**Güven
ve
Özenle**



www.senpilig.com.tr

EMSAN BU YILIN MUTFAK MODASINI AÇIKLADI!



40 yılı aşkın süredir mutfakların sevilen markası Emsan, mutfak modasındaki trendleri açıkladı. Emsan Genel Müdürü Uğur Kaymak; son yıllarda sadeliğin her alanda öne çıkması mutfak modasını da etkilediğini, artık mutfaklarda pastel ve soft renkler tercih edildiğini söylüyor ve ekliyor: "Bunun yanı sıra geçmişe de dönüş var. Retro modasının mobilyalara hakim olması ardından, mutfak araç ve gereçlerinde de 60'lı yılların esintileri görülüyor. Babaannelerimizin kullanmaya kıyamadığı çeyizlerinin en nadide parçalarını andıran çatal-kaşık-bıçak takımları ve kendinden desenli yemek takımları sofraları süslüyor."

Nostaljik modeller ve pastel tonlar, kahve fincanlarında yerini cıvıl cıvıl renklere bırakıyor. Özellikle rengarenk saplı kahve fincanları bu yıl sık sık mutfaklarda karşımıza çıkıyor. Kültürümüzde kahvenin keyif alınarak tüketilen bir içecek olması, ikram sırasındaki sunumun da özenli olma isteğini ortaya çıkarıyor. Bu sebeple fincan şıklığı ve yanlarında sunulan ufak su bardakları kahve keyfinin olmazlarından.

Tencerelerde ise çelik tabanlı, parlak ve renkli saplı, cam kapaklı modeller ön planda. Yemek yaparken yemeğin durumunu takip etmek için cam kapaklar tercih sebebi oluyor. Silikon kaplı sapları ise aşırı ısınmaya karşı temas esnasında cildi koruyor. Ayrıca son dönemlerin vazgeçilmez yanmaz yapılmaz granit tavalarda kullanım kolaylığı ve pişirme kalitesi açısından mutfaklarda önemli bir yer tutuyor.

Kadınlar artık kahvaltılık takımlarını seçerken renklere ve desenlere büyük önem veriyor. Bu yıl özellikle seyahat temalı kahvaltılık takımları büyük ilgi görüyor. Kahvaltının mutlulukla bir ilgisinin olduğunu düşünenler sofralarında huzurlu ve keyifli güne başlamak için enerjik ve eğlenceyi çağırıştıran kahvaltılık takımlarıyla sofralarını şenlendiriyor.

KATMERCİLER'DEN %27 KAR, %19 GELİR ARTIŞI!



Türkiye araç üstü ekipman sektörünün lideri, en büyük ihracatçısı ve borsadaki tek temsilcisi olan Katmerciler Araç Üstü Ekipman (KATMR), 2016 yılı ilk çeyrek konsolide mali sonuçlarını açıkladı. İlk üç ayda net dönem kârını bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 27 artıran şirketin gelir artışı ise yüzde 19 oldu. Geçen yılın ilk üç aylık döneminde 2 milyon lira net kâr elde eden şirketin kârı bu yılın aynı döneminde 2 milyon 552 bin liraya yükseldi. Şirketin aynı dönemdeki konsolide gelirleri de 34 milyon 887 bin liradan 41 milyon 622 bin liraya çıktı.

Katmerciler'in FAVÖK'ü 6 milyon 272 bin lira gerçekleşirken FAVÖK marjı da yüzde 15 oldu. Şirketin brüt kâr marjı ise yüzde 30 olup, geçen yılın aynı döneminde yüzde 29 düzeyindeydi. İlk çeyrekte şirketin aktif büyüklüğü 214 milyon lira olurken, özkaynakları 65 milyon lira olarak gerçekleşti. İhracat odaklı şirketin yılın ilk çeyreğindeki ihracat gelirleri ise 7 milyon 870 bin dolar oldu.

Katmerciler gibi şirketlerin mali sonuçlarında yılın bütününün göz önünde bulundurulması gerektiğine dikkat çeken Katmerciler İcra Kurulu Başkan Vekili Furkan Katmerci, ilk çeyrek sonuçlarının büyük ölçüde öngörülerine uygun gerçekleştiğini belirtti. Küresel krizin etkilerinin devam ettiği uluslararası pazarlardaki daralmanın etkisiyle bazı kalemlerde gözlenen düşük performansa rağmen, gelir ve kârlılıkta elde edilen artışların son derece önemli olduğunu vurgulayan Katmerci, önümüzdeki dönem hedeflerine yönelik şunları söyledi: "Daha önce de açıkladığımız üzere, öncelikli hedefimiz, araç üstü ekipman sektöründeki güçlü konumumuzu devam ettirirken, yeni bir kulvar olacak savunma sanayinde yerimizi almak. Bu yöndeki çalışmalarımızda önemli gelişmeler kat etmiş durumdayız. Zırhlı personel taşıyıcı araçlar öncelikli olmak üzere, savunma sanayi ve yan sanayisi için araç üretmek üzere yapımını planladığımız Ankara Başkent Organize Sanayi Bölgesi'ndeki fabrikamızın inşaatı tamamlanmak üzere.

KOÇ HOLDİNG'TEN 14.1 MİLYAR TL KONSOLİDE CİRO!



Koç Holding, 2016 yılının ilk çeyreğinde konsolide bazda toplam 14.1 milyar TL gelir elde ederken, 515 milyon TL ana ortaklık payı net dönem kârı gerçekleştirdi.

Koç Holding'in ilk çeyrek finansal sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, "Topluluk Şirketlerimiz yılın ilk çeyreğinde gösterdikleri performans ile sektörlerinin itici gücü olmayı sürdürdüler. Gururla ifade etmek isterim ki, son dört yılda gerçekleştirdiğimiz yaklaşık 26 milyar TL yatırım ile ülkemiz ekonomisinde büyümenin yapı taşlarından biri olduk. Bu yatırımlarımızın olumlu sonuçlarının gerek operasyonel gerekse finansal sonuçlarımıza yansıdığını memnuniyetle görüyoruz. 2016 yılında da yatırımlarımıza planladığımız şekilde devam ediyoruz. Yılın ilk çeyreğinde 1.4 milyar TL yatırım yaptık. Yatırım ve ihracat odaklı stratejimiz ile büyümede sürdürülebilirliğe odaklandık. Önümüzdeki dönemde de küresel büyüme vizyonumuz doğrultusunda var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz" dedi.

Faaliyet gösterdikleri sektörlerin dinamiklerini yakından takip ettiklerine dikkat çeken Levent Çakıroğlu, rafınaj sektöründe 2016 yılının zorlu başladığını aktarırken, şöyle devam etti: "Global ürün stoklarının artması ve ılıman kış koşullarının talebi etkilemesi ile Akdeniz piyasasında ürün – fiyat rasyoları zayıfladı. Dolayısıyla da gerek Akdeniz rafineri marjı, gerekse Tüpraş net rafineri marjı geçen yıla göre geriledi. Tüpraş'ın geçtiğimiz yıl tamamlanan Fuel-Oil Dönüşüm Projesi'nin de katkısıyla ilk üç aylık dönemde kapasite kullanım oranı planlı ve plansız bakım duruşlarına karşın yüzde 99,7 seviyesinde gerçekleşti. Tüpraş'taki yüksek üretim kapasitesi sayesinde; bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 6,6 artış gösteren benzin tüketiminde ülkemizin talebinin tümünü; yüzde 7,8 artış gösteren motorin talebinin ise yüzde 47'sini karşıladık."

NISSAN PULSAR TÜRKİYE'DE!



Nissan'ın inovasyon ve teknolojiye olan tutkusu son yıllarda aile otomobili kavramına köklü değişiklikler getirdi. SUV sınıfının lider modellerinde bulunan Nissan tasarımı ve ürün yaklaşımı şimdi de kendini 5 kapılı bir aile otomobili olan Pulsar'da gösteriyor.

Cesur ve dinamik tasarımı, cömert bir yaşam alanıyla birleştiren Pulsar, kompakt sınıfa Nissan'ın artılarını ve çekici görünümünü sunuyor. Pulsar, aynı zamanda Nissan'ın akıllı tasarımlarını ve teknolojik yeniliklerini daha geniş kullanıcı kitlesine yaymayı amaçlıyor.

Pulsar, Nissan Connect multimedya sistemi ile Nissan sürücülerinin ve kullanıcılarının yolculuklarını daha keyifli hale getiriyor. Bu sistem, 7"lik yansıma yapmayan yüksek çözünürlüklü dokunmatik ekranı, navigasyonu ve geri görüş kamerasını birarada sunarak sürüş deneyimini zenginleştiriyor. Nissan Türkiye Genel Müdürü Sinan Özkök, Pulsar modelinin kendilerine yeni bir güç kattığını söylerken, SUV modelleri ile yakaladıkları başarıyı C-HB segmentine de taşımak istediklerini belirtti.

C-HB segmentinin devamlı büyüyen bir pazar olduğunu ifade eden Özkök, "Mart ayındaki Navara lansmanından sonra Pulsar ile birlikte pazara 2 ay içinde yeni bir ürün sunmanın heyecanını yaşıyoruz. Kararlı büyüme stratejimiz çerçevesinde Pulsar'ın satışlarımıza yeni bir ivme kazandıracağını düşünüyoruz. Nissan Pulsar; dinamik tasarımı, cömert iç hacmi, turbo motorları ve 59 bin 900 TL'den başlayan lansman fiyatlarıyla bu pazarda rakiplerine karşı önemli bir avantaj sağlayacak" dedi.

AMBALajsız SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİNE İTİMAT ETMEYİN!



Ambalajlı süt ve süt ürünleri tüketiminin sağlığını koruması bakımından önemine ilişkin açıklamalarda bulunan Ambalajlı Süt ve Süt Ürünleri Sanayicileri Derneği (ASÜD) Başkanı Harun Çallı, ASÜD olarak süt ve süt ürünlerinde "Güvenilir Gıda" şartlarını sağlamak misyonu doğrultusunda çalışmalarına devam ettiklerini söyledi.

Süt ve süt ürünlerinde güvenli tüketimin en önemli şartının, hijyenik koşullarda üretilen süt ve süt ürünlerinin Türk Gıda Kodeksi'nin belirlediği normlar çerçevesinde ambalajlanarak tüketiciye sunulması olduğunu vurgulayan Çallı, hiçbir denetime tabi olmayan, ambalajsız olarak satışa sunulan süt ve süt ürünlerinin toplum sağlığı için büyük risk oluşturduğunu kaydetti.

Süt ve süt ürünlerinin ambalajlanmasında asıl etkenin; ürünü kontrol altında tutmak, dış kaynaklı kirlenme ve tehlikelere karşı gıdayı korumak, taşınmasını kolaylaştırmak, ürün hakkında bilgi vermek ve tüketiciyi bilgilendirmek olduğunu ifade eden ASÜD

Başkanı Harun Çallı, açıklamasını şöyle sürdürdü: "Ambalajın üzerinde, gıda içeriğinin tanımlaması ve açıklaması bulunur. Ayrıca ambalaj paket bilgilerinden ürünün karşılaştırılabilmesi hususunda görsel bir kanıt sağlar. Ambalaj malzemesi, gıdanın kendisini korumanın yanı sıra dağıtım ve depolama esnasında meydana gelebilecek hasar ve kirlenmelere karşı gıdayı korumak zorundadır. Gıdaya temas eden ambalaj materyallerine izin verilmeden önce kapsamlı testler yapılmaktadır. Ayrıca ambalaj, süt ürünlerini mikrobiyolojik anlamda fiziksel tehlikelerden ve dış etkenlerden koruduğu için çok önemlidir. Açıkta tutulan ve satışa sunulan süt ve süt ürünleri çok çabuk bozulduğundan, ambalajlama ile ürünün hava ile temas etmesi engellenmektedir. Türk Gıda Kodeksi, gıda ürünlerinin nasıl paketlenip ambalajlanacağını ayrıntılı olarak belirlemiştir. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca onaylı tüm işletmelerin ürettiği süt ve süt ürünleri hijyen kurallarına uygun olmak zorunda ve denetlenmektedir."

KAPASİTE ARTIRIMI SEKTÖRÜ ÇIKMAZA SOKAR!



Dünya çelik fiyatlarındaki düşüş, sektöre yönelik haksız dumping iddiaları, en önemli ihracat pazarları arasında yer alan MENA Bölgesi'nde istikrarın bir türlü sağlanamaması ve Çin gibi ülkelerin Dünya Ticaret Örgütü kurallarını hiçe sayan agresif ihracat politikası gibi birçok zorluk Türk çelik sektörünün üretim ve ihracatını olumsuz etkiliyor. Bu olumsuz süreci atlamak için üretimde kısımaya giden sektör, genel kapasite kullanım oranını yüzde 62 seviyesine kadar düşürdü. Bu oran ark ocaklı tesislerde ise yüzde 52'ye kadar geriledi.

Zaman zaman Türk çelik sektörünün kapasite artırdığı gibi gerçeği yansıtmayan açıklamalarla karşı karşıya kaldıklarını belirten Çelik İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Namık Ekinci, "Son iki yıldır üretim ve ihracatımız üzerinde büyük bir baskı var. Gerek yurtdışından gerek yurtiçinden kaynaklanan birçok sorunla mücadele ediyoruz. Sektör olarak bu etkileri en aza indirmek amacıyla üretim kapasitemizi dahi düşürdük. Sektörümüz için mevcut ürün gamında kapasite artırmak gibi bir durum söz konusu olmamalı. Kapasite artırılması demek Türk çelik sektörü için zaten zorlu olan ihracat koşullarını daha da güçleştirmek demektir. Bunun yerine var olan kapasiteyi daha etkin ve verimli kullanacak şekilde katma değerli ürün üretimine yönlendirmeliyiz" dedi.

Bu olumsuzları aşmak için sektördeki üretici ve ihracatçı firmaların büyük bir hassasiyet gösterdiğini vurgulayan Namık Ekinci, "Ancak katma değeri yüksek ürün üretimi ile köklü ve sürdürülebilir bir çözüme

adım atmaya başlamış oluru. Bu bağlamda üretim proseslerimizde de değişiklik yapılması gerekmektedir. Üretim proseslerinde yapılacak değişiklik ile üretim maliyetlerimiz düşürme ve katma değerli ürün üretme imkanına sahip olacağız. Böylece rekabetçi fiyatlarımız ile ihracatımız miktar bazında artacak ayrıca ithal ikamesi yaratılarak ihtiyaçlarımızı karşılayabileceğimiz gibi aynı ürünleri ihraç etme olanağımız da olacak. 20,6 milyon ton ithalatımız minimum seviyeye inmesiyle miktar bazında da ihracatımız artacak, tesislerimiz tam kapasite ile çalışma imkanına kavuşacak, ihraç birim fiyatlarımızda yansıyacak değer artışı ile daha çok döviz gelirimiz olacak" diyerek açıklamalarına devam etti.

Çin'in yarattığı aşırı kapasite fazlası nedeniyle Türk çelik endüstrisinin de tehdit altında olduğunu belirten Çelik İhracatçıları Birliği Başkanı Namık Ekinci sözlerine şu şekilde tamamladı: "Çin serbest piyasa ekonomisine göre hareket etmiyor ve köklü bir şekilde kapasite düşürmeye gitmesi için uluslararası alandaki baskının artırılması gerekiyor. Türk çelik sektörü temsilcileri olarak bu durumun yarattığı olumsuzluğun giderilmesi için dünya çapında yapılan tüm çalışmalarını destekliyoruz. Türkiye'de de Çin tehdidine karşı gerekli önlemlerin alınması için çalışmalar yürütüyoruz. Çin her ne pahasına olursa olsun üretmek ve tüketemediğini de ihraç etmek zorunda. Bu nedenle ürettiğini elinden çıkarmak için ihracatında herhangi bir kural gözetmiyor. Eğer bu duruma dur diyemezsek sadece Türk çelik üreticisi için değil çelik sanayisi olan ve ihracat yapan tüm ülkeler için tehdit oluşturmaya devam edecektir."

TÜRKİYE İLE İRLANDA ARASINDAKİ TİCARET GÜÇLENİYOR!



İrlandalı şirketlerin dünya pazarlarındaki gelişme ve büyümelerine yönelik çalışmalar yürütmekte olan Enterprise Ireland ile DEİK (Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu) arasında mutabakat anlaşması imzalandı. Söz konusu anlaşmayla, Türkiye ve İrlanda arasındaki ticari ilişkilerin geliştirilmesi ve ticaret hacminin yükseltilmesi hedefleniyor.

İrlandalı Bakan Joe McHugh T.D. anlaşmanın imza töreninde şunları söyledi: "İrlanda ve Türkiye, köklü ticari ilişkilere sahip iki ülke. Bugün itibarıyla ülkelerimiz arasındaki karşılıklı ticaret hacmi yaklaşık olarak 1,6 milyar Euro seviyesinde. Türkiye'de faaliyet gösteren ve istihdam yaratan pek çok İrlandalı firma olmasından dolayı mutluluk duyuyoruz. Enterprise Ireland ile DEİK arasında imzalanan mutabakat anlaşmasını ticari işbirliğimizin çok önemli bir aşaması olarak değerlendiriyor ve gelecek yıllarda her iki ülke için de son derece olumlu getirileri olacağına inanıyorum."

DEİK Yönetim Kurulu Üyesi Rona Yırcalı şu noktaların altını çizdi: "Her ne kadar Türkiye ve İrlanda coğrafi olarak birbirinden uzak olsa da, iki ülke her zaman yakın temas içerisinde oldu. Karşılıklı ilişkilerimiz 1990'lı yıllarda ivme kazandı ve insanlarımızın refahı için yatırım ilişkilerini, sermaye akımını, turizmi, hizmet ve know-how paylaşımını artırmalıyız. Pek çok sektör, daha çeşitli ve sürdürülebilir ekonomik ilişkiler için büyük bir potansiyel barındırıyor. Türkiye'deki özel sektör, Türkiye ile İrlanda arasındaki ekonomik ilişkileri en iyi biçimde oluşturmak anlamında son derece istekli. DEİK çatısı altındaki Türkiye-İrlanda İş Konseyi de 1994 yılından beri bu amaçla çalışıyor. DEİK ile

Enterprise Ireland arasındaki mutabakat anlaşması, iş insanlarımızın doğrudan iş ilişkileri oluşturmalarına destek temin edecek, ülkelerimiz arasındaki işbirliğinin ve uluslarımız arasındaki dostluğun güçlenmesine katkıda bulunacaktır."

DEİK Türkiye-İrlanda İş Konseyi Başkanı M. Hakan Karaalioğlu şunları ifade etti: "DEİK ve uzun süredir işbirliği içerisinde bulunduğumuz Enterprise Ireland arasında imzalanan mutabakat anlaşması önemli bir adım. Bu anlaşmanın, ekonomik anlamda güçlü ilişkiler kurulmasının ötesinde, kültürel bağların kuvvetlenmesini de sağlayacağına inanıyorum. Her iki ülke ortak hatıralara sahip ve her iki kültür de halihazırda çeşitli yönlerden birbirine bağlanmış durumda. Tek yapmamız gereken iki ülkeden insanları daha sık bir araya getirmek ve birbirlerini tanımalarını sağlamak. Böylece ekonomilerimizin gelişmesine katkıda bulunabiliriz."

Enterprise Ireland Türkiye Direktörü Jonathan Ryan şunları söyledi: "Enterprise Ireland olarak İrlanda ve Türkiye'deki şirketler arasında zaten mevcut bulunan bağları ve dostluğu geliştirmek için çaba harcıyoruz. 2014 yılında Türkiye ofisimizin açılmasının ardından çalışmalarımız daha da yoğunlaştı. İrlanda teknoloji sektörünün gücünü yansıtacak şekilde, geçtiğimiz iki yıl içerisinde ticari hizmetlerdeki güçlü büyümeyle birlikte ticaret hacminin %32 oranında artması cesaret verici. Aynı şekilde Türkiye'den ihraç edilen mallar anlamında da güçlü bir performans söz konusu ve bu alandaki gelişmeler, Türkiye'nin mükemmel üretim altyapısı üzerinde yükseliyor. Bugün imzaladığımız mutabakat anlaşması için DEİK'e teşekkür ediyorum" dedi.

KOBİ'LER İNOVASYONA YATIRIM YAPMALI!



Genç Yönetici ve İş Adamları Derneği'nin (GYİAD), İstanbul Üniversitesi işbirliği ile düzenlediği teknoloji, inovasyon ve KOBİ girişimciliği konulu konferansta konuşan Yönetim Kurulu Başkanı Serkan Sevim, sektörler üstü bir dernek olarak genel ekonominin gelişimi için sorumluluk aldıklarını söyledi.

"Türkiye'deki KOBİ'ler inovasyon ve teknolojiye uzaklar. Bu konuda orta gelir tuzağında olduklarını gözlemliyoruz" diye konuşan Sevim, "Matbaanın icadı zenginliklerin el değiştirmesine neden oldu. Buhar makinesinin icat edilmesi endüstri devrimini beraberinde getirerek bambaşka bir dünyanın kapılarını açtı. Bu doğrultuda baktığımızda, günümüzde farkında olmamız gereken nokta, dijitalleşmenin sadece gençlerin kurduğu teknoloji şirketlerinde değil, bütün dünyada bambaşka bir dönem başlatmış olduğudur. GYİAD olarak tüm çalışmaların son derece hızlı bir şekilde gerçekleşmesi gerektiğini

düşünüyoruz. Devletin konuya ilişkin hibe ve desteklerini de çok değerli buluyoruz" dedi.

Araştırmalara göre büyük şirketlerin yüzde 53'ünün inovasyon yaptığına dikkat çeken Serkan Sevim, "Orta ölçeklilerde yüzde 28 olan bu oran, küçük ölçekli şirketlerde 13'e düşüyor. Büyük ölçekli şirketlerde inovasyon yapan yüzde 53'lük kesimin sadece yüzde 5'i üniversitelerle işbirliği içinde. Dolayısıyla, akademik dünya ile iş dünyasının birbirinden neredeyse tamamen ayrıldığını ve hatta koptuğunu söyleyebiliriz. Bizim Türkiye olarak önümüzdeki fırsatları gerçekten değerlendirebilmemiz için, her şeyi kenara bırakıp işbirliği yapmamız gerekiyor. İş dünyası, üniversiteler ve devlet ayrı ayrı çalışmalar yürüttüğü sürece ne yazık ki ileri gitme şansımız yok. Bu nedenle, Türkiye'nin genç iş insanları olarak, ülkemizdeki tüm kurumların Toplumsal Uzlaşma Hareketi çerçevesinde hareket etmesi gerektiğine inanıyoruz. Bu, ülkemizin süregelen büyümesini hızlandırarak daha da ileriye taşıyacaktır" dedi.

İHRACAT YAPAN HER SEKTÖRDE PLASTİK PAYI!



Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin her yıl açıkladığı, "TİM 1000 İhracatçı Listesi"ne plastik sektöründen 58 firma girdi. Plastik Sanayicileri Derneği'nden (PAGDER) yapılan açıklamaya göre 58 firma, 2015 yılında bir önceki yıla göre ihracat seviyesini korudu.

TİM listesine, plastik sektörünün de dahil olduğu kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründen 105 firma girdi. Kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü, yüzde 11,3 pay ve 9 milyar 329 milyon dolar ile Türkiye'nin en fazla ihracat yapan üçüncü sektörü oldu.

PAGDER Yönetim Kurulu Başkanı Reha Gür, TİM verilerine yönelik yaptığı değerlendirmede,

"Kamuoyumuz, hatta ekonomi çevrelerimiz tarafından pek bilinmese de plastik bütün sektörlerde mamul ve yarı mamul ürün veriyor. En fazla ihracat yapan sektörlerde baktığımızda, ihracat yapan hemen her sektörde payımız var. İhracatta sektörel birinciliği alan otomotiv ve ikinci sırayı alan hazır giyim ve konfeksiyon sektörlerinin ana tedarikçilerinden biriyiz. Plastiğin ağırlığı arttıkça, bütün sektörlerimizin rekabet gücü de artacak. Bu amaçla çalışıyoruz" dedi.

En ağır rekabet koşulları altında dahi ihracatlarını gerçekleştirerek listeye giren ihracatçı sektörlerle, firmalarla gurur duyduklarını aktaran Reha Gür, ihracatta daha fazla katma değerli ürün ve yeni pazarlar bulmak için hamlelerin artırılması gerektiğine dikkat çekti. 2015 yılının ihracat açısından küresel mali dalgalanmalardan etkilendiğini belirten Reha Gür, şu değerlendirmelerde bulundu: "Jeopolitik riskler ve krizler yanında, ana ihracat pazarımız olan Avrupa'daki ekonomik sorunlara rağmen mevcut seviyemizi koruduk. Buna bir de döviz kurundaki dalgalanmalar ve parite etkisini eklersek, firmalarımızın büyük bir başarı gösterdiğini söyleyebiliriz. Biliyoruz ki 2015 bitti. Şimdi geleceğe bakmamız gerekiyor. Plastik, ihracatta görece olarak en ağır rekabeti yaşayan sektörlerden biri. Çok küçük kar marjlarıyla rekabet ediyor. Bunu aşmanın yolu da yüksek katma değerli ürünlere geçmek. Bu hem ihracat ve şirketlerimizin karlılığı-büyümesi için gerekli, hem de mamul, yarı mamul verdiğimiz diğer sektörlerde rekabet avantajı, dolayısıyla ihracatlarına katkı için gerekli" dedi.

Plastik sektörüne yönelik her stratejik adımın diğer sektörlerde de; altyapı, inşaat, gıda koruma, çevre yönünden refah ve yaşam kalitesine de katkı anlamına geldiğini vurgulayan Reha Gür, "Ne yazık ki, hala plastik sektörüne bu bakış açısıyla yaklaşmayanlar var. Sektörümüzün bir an önce kısa vadede; ülkemizde üretilmediği için zorunlu olarak ithal ettiğimiz hammadde, finansmana erişim kanalından ve yeni pazarlar bulmak, mevcut pazarlarda etkinliğini artırmak için ihracat kanalından desteklenmesi gerekiyor. Sektör stratejilerimiz olan Ar-Ge, yerli hammadde üretimi ve plastik sektörünü tanıtmaya yönelik çabalarımızı sürdürüyoruz. PAGDER olarak, ağırlıklı gündemimiz, yüksek katma değerli ürünlere geçiş ve ihracatta yeni pazarlar bulmaya yönelik girişimler.. İhracat geçmişte de ana gündemimizdi, şimdi de ana gündemimiz" dedi.

PETROL FİYATLARININ YÜKSELİŞİ ARZ TALEP DENGESİNİN HABERCİSİ Mİ?



Destek Menkul Değerler Araştırma Müdürü Murat Tufan

/// Petrol fiyatları 17 Nisan'da Doha'da yapılan arz dondurma görüşmelerinden bu yana yaklaşık % 10 yükseldi. Petrol fiyatlarının yükselişinin nedeni arz ve talep dengesinin sağlandığına yönelik sinyallerden mi yoksa hedge fonlarının sürdürülemeyen fiyatlardan başlayan kar alımları mı?

Petrol fiyatları 25 Dolar seviyelerine gerilemesi sonrası "tehlikeli" olarak adlandırabileceğimiz sert yükselişler yaşıyor. Arz ve talep görüntüsüne baktığımızda bir miktar arz fazlalığının azaldığını görsek de yükselişlerin kalıcı olması için önemli bir sebep bulunmuyor. Petrol fiyatlarının yaklaşık iki yılda yaklaşık % 75 değer kaybetmesinde arz fazlalığı etkili olmuştu. Düşük petrol fiyatlarını dayanamayan bazı ülkelerin üretimleri gerilemeye başladı. Bu ülkelerin başında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Meksika geliyor. ABD'de petrol üretimi 2015 yılının Temmuz ayında günlük 9.604 milyon varile ulaşsa da kapanan sondaj kule sayılarının etkisiyle günlük 8.938 milyon varile kadar geriledi. Başka bir ifadeyle ABD'de petrol üretimi günlük 666 milyon varil azalış gösterdi. Öte yandan Meksika ve Kanada'da benzer görüntünün hakim olduğunu söyleyebiliriz. OPEC dışı ülkelerinin petrol üretimlerinin bir miktar azalması sonrası arz fazlası günlük yaklaşık 1 milyon varile kadar gerilemiş olsa da önümüzdeki süreçte arz fazlalığının yeniden yükselebileceğine yönelik gelişmeler yaşanıyor.

Doha'da yapılan arz görüşmelerinden bir sonuç çıkmaması sonrası Suudi Arabistan, Irak, İran ve

hatta Rusya petrol üretimlerini yükseltmeye devam edebilecektir. Özellikle Suudi Arabistan prensinin istedikleri taktirde petrol üretimini 1 – 2 milyon varil yükseltebileceklerini ifade etmesi Arabistan'ın Pazar payı stratejisini korumak istediğini gösteriyor. Öte yandan İran'ın petrol üretimi yükselmeye devam ediyor ve muhtemelen yılsonuna kadar yaptırımlar öncesi seviye olan günlük 4 milyon varile ulaşacak. Genellikle piyasalar Arabistan ve İran'ın üretimini yükselteceği beklentisine sahip olsa da Irak faktörünü de unutmamak gerekiyor. 2015 yılında üretimini en çok arttıran Irak, 2016 yılının Nisan ayında rekor petrol ihracatı gerçekleştirdi. Bu yüzden bu ülkenin üretimi de etkili olacak. OPEC dışı ülkelerin petrol üretimlerinde yaşanan gerileme muhtemelen OPEC ülkeleri tarafından dengelenecek ancak yine de arz fazlası bir miktar düşecek. Piyasa bu beklentiyi önceden fiyatlayamaya çalışsa da petrol fiyatlarının denge noktasını bulması kolay olmayacaktır. Petrol stokların artış hızı geçtiğimiz seneye göre yavaşlasa da hala daha rekor seviyede kalmaya devam ettiğini görüyoruz. Öte yandan talep tarafına baktığımızda 2016 yılının başından bu yana artış gözlemleniyor. Başta Hindistan olmak üzere gelişmekte olan ülkelerin taleplerinde yükseliş dikkat çekiyor. Bu yüzden henüz petrol fiyatlarının 70 -80 Dolara yükselmesini beklemek erken olabilir. Yükselişler bir miktar stratejik ve doların değer kaybetmesi nedeniyle olduğunu ve uygun yerlerde yeniden geri çekilmeler yaşanabilir.

AVRUPA'DA İŞLER DÜZELİYOR!



İstanbul Ticaret Odası'nın ev sahipliğinde düzenlenen Avrupa Ticaret ve Sanayi Odaları Kulübü (Club of Chambers) bahar toplantısında Avrupa ekonomisinin altı ay sonrası için barometre anketinin sonuçları açıklandı.

Kulübe üye 16 Oda başkanı, Türkiye'nin dış ticaretinin yüzde 40'ından fazlasını, ihracatının yüzde 50'sini yaptığı Avrupa'daki ekonomik aktiviteler için önümüzdeki altı ay 'iyimser' olduklarını belirtti.

Aralarında Berlin, Londra, Paris, Madrid, Brüksel, Milano, Atina, Dublin, Lüksemburg, Barselona, Frankfurt gibi Avrupa'nın 16 önemli kentinin ticaret ve sanayi odası başkanlarının oluşturduğu kulübün İstanbul toplantısına İTO Başkanı İbrahim Çağlar başkanlık etti.

Euro, petrol ve faiz destek oldu!

Barometre anketinin sonuçlarını açıklayan Paris Bölgesi Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Jean Yves Durance'ın yaptığı sunumda şöyle denildi: "Ekonomi son aylarda eski yüksek seviyelerine doğru geliyor. Euro, petrol ve faiz üçlüsündeki düşük seviye olumlu etki yaptı. Ancak buna 'iyileşme' demek için için henüz erken. Ticari yatırımlar gelecek aylarda anahtar faktör olacak. Başkanlarımız, ABD ve gelişen ekonomilerdeki yavaşlamaya baktıkça, kendi şehirlerindeki büyümenin sağlamlığına güvendiklerini açık yüreklilikle dile getiriyorlar."

Başkanlar gelişen ekonomilerdeki yavaşlamanın bu yılı tehdit eden bir unsur olduğuna dikkati çekti. 2016'yı tehdit eden diğer gelişmeler ise terör ve İngiltere'nin AB'den çıkma ihtimali olarak sıralandı.

'Seçkinler Kulübü' olarak da adlandırılan Avrupa Odalar Kulübü toplantısında konuşan İTO Başkanı İbrahim Çağlar, Türk ve Avrupa iş dünyalarını enerji tedariki, müteahhitlik, genel ticaret ve yüksek teknoloji yatırımlarında olağanüstü fırsatların beklediğini söyledi.

Kamyona vize yok, işadamına var!

Küresel dünyanın çok boyutlu, derin bir dönüşüm içinde olduğunu belirten Çağlar, "Dünyanın önünde şu iki seçenek var; barış ve huzura giden yolda mı yürüyeceğiz, yoksa korkulara ve önyargılara mı teslim olacağız" dedi.

2008 sonrası ortaya çıkan küresel kriz şartlarının 'Ne kadar birlikteyseniz o kadar güçlüsünüz' gerçeğini acı bir reçete vererek öğrettiğini kaydeden Çağlar, şunları söyledi: "Güçlü AB fikrini, güçlü Türkiye gerçeğinden ayrı düşünemeyiz. Biz iş adamlarına çok büyük sorumluluklar düşüyor. Önümüzde bir vize meselesi var. Kamyona vize yok, dış ticarete mal ve hizmetlere de vize yok. Ama iş adamına gelince vize var. Bu tablo, Türkiye-AB arasındaki ekonomik ilişkilerin ayağındaki prangadır. Bu iş, iki tarafın da aleyhinedir. Bu noktada Odalar Kulübü'nün çok önemli bir rol oynayacağına inanıyorum. Ben burada ortaya koyulacak işbirliği ve kararlı tutumun siyasi ve bürokratik çarkların daha hızlı dönmesini sağlayacağını düşünüyorum."



TÜRKİYE'DE AİLE ŞİRKETLERİNİ VERASET YOLUYLA DEVRETMEK DAHA KARLI!



KPMG'nin Avrupa Aile Şirketleri Derneği (EFB) ile birlikte hazırladığı Vergi Araştırması'nda Amerika, Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Türkiye dâhil belli başlı 42 ülkede veraset ve emeklilik yoluyla devredilen aile şirketlerinden alınan vergiler incelendi. Raporla göre, Türkiye'de aile şirketlerini gelecek kuşağa veraset yoluyla devretmek daha mantıklı.

KPMG Türkiye Vergi Bölüm Başkanı Abdulkadir Kahraman, "Dünyanın farklı bölgelerinde farklı uygulamalar söz konusu ve araştırmamızda bunların önemli olanlarını inceledik. Türkiye'de aile büyüklerinin vefat etmeden işlerini bir sonraki kuşağa devretmeleri hâlinde ödenecek vergi, vefat hâlinde ödenecek vergiden daha yüksek. Bu uygulama şu anlama geliyor; daha az vergi vermek ve kasadan çıkan parayı azaltmak istiyorsanız işinizi ölmeden önce bir sonraki nesle aktarmayın. 10 milyon TL değerinde bir şirketin devrinde Türkiye'de veraset durumunda yaklaşık 815 bin TL vergi alınırken aynı şirket hibe yoluyla devredilirse vergi miktarı yaklaşık 2 milyon 670 bin TL oluyor."

Abdulkadir Kahraman, "Gelişmiş ekonomilerde varlıklar vergilendirilirken, geçerli olan vergi yükü, gelişmekte olan ekonomilere kıyasla çok daha yüksek. Ancak gelişmiş ekonomiler geniş kapsamlı ve cömert indirimler uygulayarak vergi yükünü azaltmakta ve böylece aile şirketlerini parasal açıdan korumaktadırlar. Bu durum gelişmiş ekonomilerin servet birikimini teşvik etme politikası ile de örtüşmekte."

Aile şirketinin veraset yoluyla intikalinden alınan verginin, hayattayken hibe yoluyla yapılan devirden alınan vergiden daha yüksek olduğu ülkeler arasında Belçika, Fransa ve ABD (bazı eyaletler) de var. Aradaki fark önemsiz denmeyecek kadar büyük 10 milyon TL değerindeki bir şirketten bahis ediyor isek, (Belçika – yaklaşık 300.000 TL Fransa yaklaşık 421.000 TL ABD (bazı eyaletler) – yaklaşık 615.000 TL). Çalışmaya dahil edilen ülkelerin çoğunda (30 ülke), indirim sonrası vergiler dikkate alındığında aile şirketindeki devrin vefat sonrasında veya emeklilikte yapılması arasında ya hiç fark yok ya da aradaki fark çok küçük (5.000 TL'den az).

10 ülkede ise, aile şirketinin emeklilikte hibe yoluyla devrinden alınan vergi, veraset vergisinden daha yüksek. Bu ülkelerden, Japonya, Ürdün, Türkiye ve Avustralya'da, hayattayken yapılan hibelerden alınan vergi ciddi oranda daha yüksek (veraset vergisinden alınan 1 milyon TL'den daha fazla). Sonuç olarak, bu ülkelerde varlıkların mümkün olduğu kadar uzun bir süre bir evvelki kuşağın elinde kalması kaçınılmaz.

Veraset yoluyla intikalde ve hibe yoluyla devirde farklı vergi yüklerinin söz konusu olması, nöbet değişiminin ne zaman yapılması gerektiği konusunda ailenin tutumunu ve şirket sahibinin kararlarını önemli ölçüde etkiliyor.

Aile şirketinin şirket sahibi hayattayken değil de veraset yoluyla devredilmesi bazı durumlarda vergi açısından olumlu sonuçlar doğurmakla beraber, büyümesine katkıda buldukları şirkette "sahip" konumunda olmamaları genç kuşakların hevesinin kırılmasına da neden olabilir. Mülkiyet bir önceki kuşakta, yönetim ise genç kuşakta olacak şekilde bir denge kurabilmek için, her iki tarafın da düşünceli davranması ve ortayı bulması gerekir.

Öte yandan Hükümetler, aile şirketi sahiplerinin en önemli hedeflerinden birinin şirketi aile içinde tutmak ve bir sonraki kuşağa başarılı bir şekilde aktarmak olduğunu, ancak şirket sahiplerinin şirketlerinin geleceğiyle ilgili verecekleri kararlarda vergi yükünün de önemli bir rol oynayabileceğini hesaba katmalı. Politika yapıcılar, ekonomik faaliyetlerden vergi geliri elde etme ihtiyacını dengelemeye çalışırken bu hususları da dikkate almalı.

DOĞU VE GÜNEYDOĞU'DA İŞ YOK; İŞ ARAYAN ÇOK!

Merkez Bankası raporları başta olmak üzere; birçok araştırma ve rapora referans olan Kariyer.net İstihdam Endeksi verilerinin Nisan 2016'ya ait rakamları açıklandı.



İstihdam Endeksi'nin Nisan 2016'ya ait verilerine göre Kariyer.net'te Nisan'da 16.292 yeni iş ilanı yayınlanırken bu sayı; 2015'in Nisan ayına göre %1 artış, bir önceki aya kıyasla %3 düşüş gösterdi.

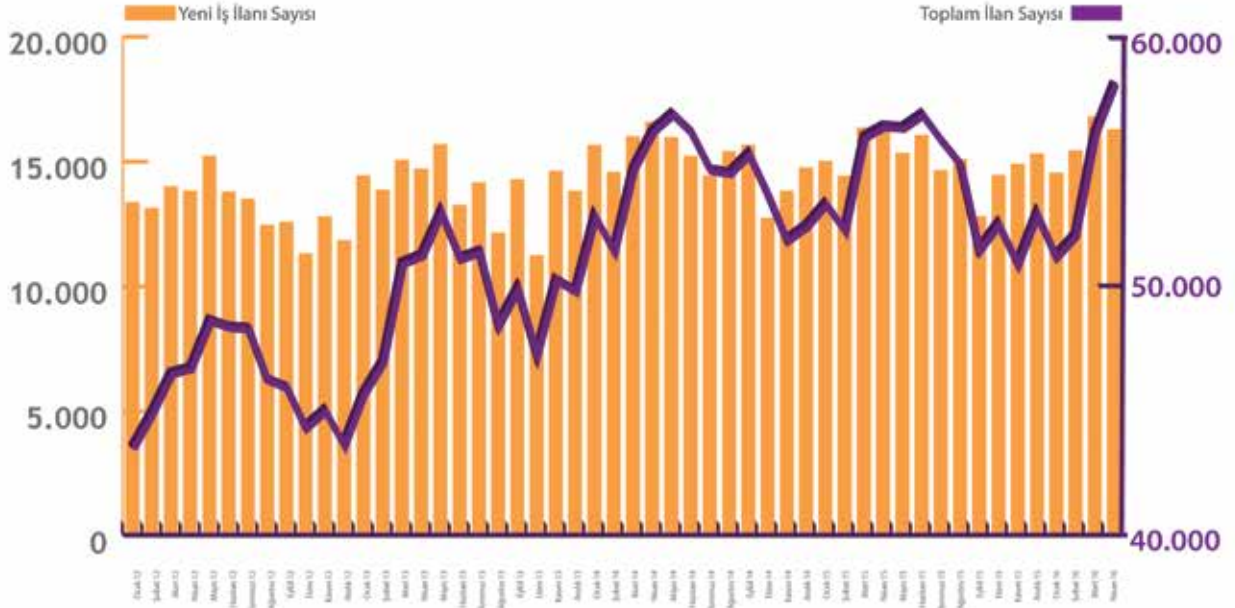
Yayınlanan 58.178 toplam iş ilanı sayısı; 2015'in Nisan ayına oranla %3; bir önceki aya göre %4 artış göstererek olumlu bir tablo çizdi. Kariyer.net Genel Müdürü Yusuf Azoz, "Verilerimize göre Nisan ayında yaklaşık 57 bin kişiye iş fırsatı doğdu. Toplam iş ilanı sayısı hem geçtiğimiz aya hem de geçtiğimiz yıla oranla artış gösterirken; bu olumlu tablo, lokomotif sektörlerle de yansıdı" yorumunu yaptı.

Son dönemde sıcak gelişmelerin yaşandığı Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki illerde yayınlanan ilanlar; Türkiye genelindeki ilanların %3'ünü oluşturuyor. Tüm Türkiye genelinde başvurular 2014'te %25, 2015'te %9 artarken; bu bölgelerdeki adayların başvurularının 2014'te %98, 2015'te %35 arttığı gözlemleniyor. Diğer yandan son bir yılda yayınlanan ilan sayıları; istihdamın 2014 ve 2015'e göre durağan devam ettiğini gösteriyor. Bu bölgelerde öne çıkan sektörler içinde ilk sırada Tekstil (%17) geliyor. Ardından Sağlık, Yapı, Hizmet ve Gıda sektörleri sıralanıyor.

Hizmet sektöründe rekor!

Tekstil, 5.788 başvuru yapılan ilan sayısı ile Nisan ayında da liderliği elden bırakmadı. Tekstil sektörünü 5.430 başvuru yapılan ilan sayısı ile Yapı takip etti. Tekstil ve Yapı sektörlerini sırasıyla Üretim (4.757), Hizmet (4.493), Sağlık (4.437), Bilişim (4.107), Otomotiv (4.025), Ticaret (3.381), Elektrik & Elektronik (2.699) ve Turizm (2.646) sektörleri takip etti. Sağlık sektörü başvuru yapılan ilan sayısında %13 oranında artış göstererek Nisan ayının en yüksek artış oranına sahip sektörü olurken; Hizmet sektörü 4.493 başvuru yapılan ilan sayısı ile en yüksek sayısına ulaşarak kendi rekorunu kırdı. Diğer yandan son bir yılda atağa geçerek sürekli yükseliş gösteren Otomotiv sektöründe artış %10 oldu.

Kariyer.net İstihdam Endeksi verilerine göre Nisan ayında, İstanbul Avrupa yakasında 21.185, Anadolu yakasında 16.976 olmak üzere İstanbul genelinde toplam 38.161 ilan yayınlandı. Birinci sıradaki İstanbul'u sırasıyla Ankara (6.651), İzmir (4.477), Bursa (4.096) ve Kocaeli (3.417) illeri takip etti. Bursa, geçtiğimiz yılın aynı ayına göre %16'lık artışıyla dikkat çekti. Diğer yandan Nisan ayında, bir önceki aya göre artış gösteren iller arasında Tunceli (%28), Bayburt (%24), Artvin (%23), Ardahan (%22), Gümüşhane (%22), Rize



(%21), Bitlis ve Bingöl (%20) öne çıktı. Bu illerde en çok aranan pozisyonlar ise sırasıyla Mühendis, Satış Temsilcisi, Çağrı Merkezi Elemanı, Avukat ve Satış Müdürü oldu.

Satış temsilcisi zirveden inmiyor!

Nisan ayında en çok ihtiyaç duyulan pozisyon 8.234 ilan ile Satış Temsilcisi oldu. Bu pozisyonu sırasıyla Mühendis (5.789), Muhasebe Elemanı (2.770), Teknisyen

(1.188), Satış Müdürü (1.088), Mağaza Müdürü (960), Tekniker (906), İnsan Kaynakları Uzmanı (764), Stajyer (667) ve Çağrı Merkezi Elemanı (574) ilanları takip etti. 2015 yılının Nisan ayı ile kıyaslandığında en çok artış gösteren pozisyonun %17'lik artış oranıyla Muhasebe Elemanı pozisyonu olduğu görülürken; dönemsel olarak bahar aylarında işe alımların arttığı Stajyer pozisyonuna olan ihtiyaç da geçtiğimiz yıla oranla %11'lik bir artış gösterdi.



DOLAR ENDEKSİ VE DİĞER ÜRÜNLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ!



Destek Menkul Değerler Genel Müdür Yardımcısı
Ahmet Mergen



DESTEK
MENKUL DEĞERLER

"Forex'te destek şart"

Bilindiği gibi geçtiğimiz yılın Aralık ayında yapılan FED faiz artışı sonrasında bu senenin başında tüm piyasaların FED' den beklentisi 2016 senesinde de faiz artışlarına devam etmesi idi. Ocak ayının ilk yarısında kurumlardaki analistler tarafından hazırlanıp piyasalara gönderilen raporlar ve FED üyelerinin demeçleri 2016 devamlı olarak, üçer aylık sürelerde faiz artışlarına giderek seneyi 4 faiz artışı ile noktalama yönünde gelişti.

Yatırımcılar da bu doğrultuda dolara yüklenerek dolara büyük prim bindirdi. Ocak ayının ikinci yarısına girilirken FED başkanı Sn. Janet Yellen' in piyasalara verdiği güvercin ötesi yumuşak tonda mesajı 27 Ocak'tan itibaren piyasalarda dolardan kaçışa ve o zamana kadar değer kaybına uğrayan diğer piyasalara doğru çıkılın koşuların başlamasına sebep oldu.

Ocak ayının ortalarında 20 Ocak'ta 99.80'de olan dolar endeksi 11 Şubat'ta 95.23'e çakılırken sonrasında gelişen çıkış hamlesi de 98.50'ye kadar zar zor tırmandı ve piyasaların dolardan kaçışının hızlanması ile bir anda aşağıya gitmeye başladı. Bu düşüş 3 Mayıs'a kadar sürdü ve 91.92'de son buldu.

Doların değer kaybedeceğine inanan yatırımcıların euro' ya yönelmesi ile 21 Ocak' ta 1.0777' de olan eurusd (euro-dolar) paritesi o tarihten itibaren bir daha arkasına bakmaksızın yükselerek 3 Mayıs' ta 1.1614' e yükseldi. Avrupa tarafında faizlerin eksiye geçmesi, aylık varlık

alımınının 60 milyar euro' dan 80 milyar euro' ya geçmesi, İngiltere'nin Avrupa' dan ayrılma konusunda referanduma gitmesi gibi konulara rağmen euro' nun değer kazanması euro'nun güçlenmesinden ziyade dolardaki büyük düşüşten kaynaklanmıştır denilebilir.

Diğer tarafta altın piyasasında da fiyatın 1000 doların altına sarkacağı konusunda büyük kurumların raporları piyasalara düşerken 14 Ocak' ta 1072 dolar/ons olan fiyat çok sert yükselişle önce 1250 dolara ve oradan da ilerleyen haftalarda "1250-1200" dolar aralığında konsolide olduktan sonra "1303" dolara kadar tırmanmıştır. 2 Mayıs' ta en yüksek seviyeye erişen altın fiyatları şu sıralarda FED' in Haziran veya Temmuz ayında faiz artışına gidebilir şeklinde piyasalarda dolaşan haberlere bağlı olarak "1240" dolara doğru sürüklenmektedir. Alım konusunda daha sabırlı olup Haziran ayı FED toplantısı tarihine yaklaşılırken artan tansiyonla fiyatların "1220"ye yaklaşması da beklenebilir. Türkiye' de yatırımcıların ilgi gösterdiği bir diğer ürün olan ham-petrolde de fiyatlar 11 Şubat' ta 26.00 dolara kadar inmişken o günden itibaren artan stoklara ve İran' ın da üretici olarak piyasaya katılmasına rağmen yükselişe geçmiş ve fiyat varil başına 50 dolara ulaşmıştır. 2015 senesi sonunda FED' in faiz artışlarına başladığı ve tüm dünyanın heyecanla 2016' daki arka arkaya faiz artışlarını beklediği ortamda petrol fiyatlarının 20 doların altına inebileceği ve 15 dolara kadar da düşebileceği düşünülürken FED' in Mart ayındaki



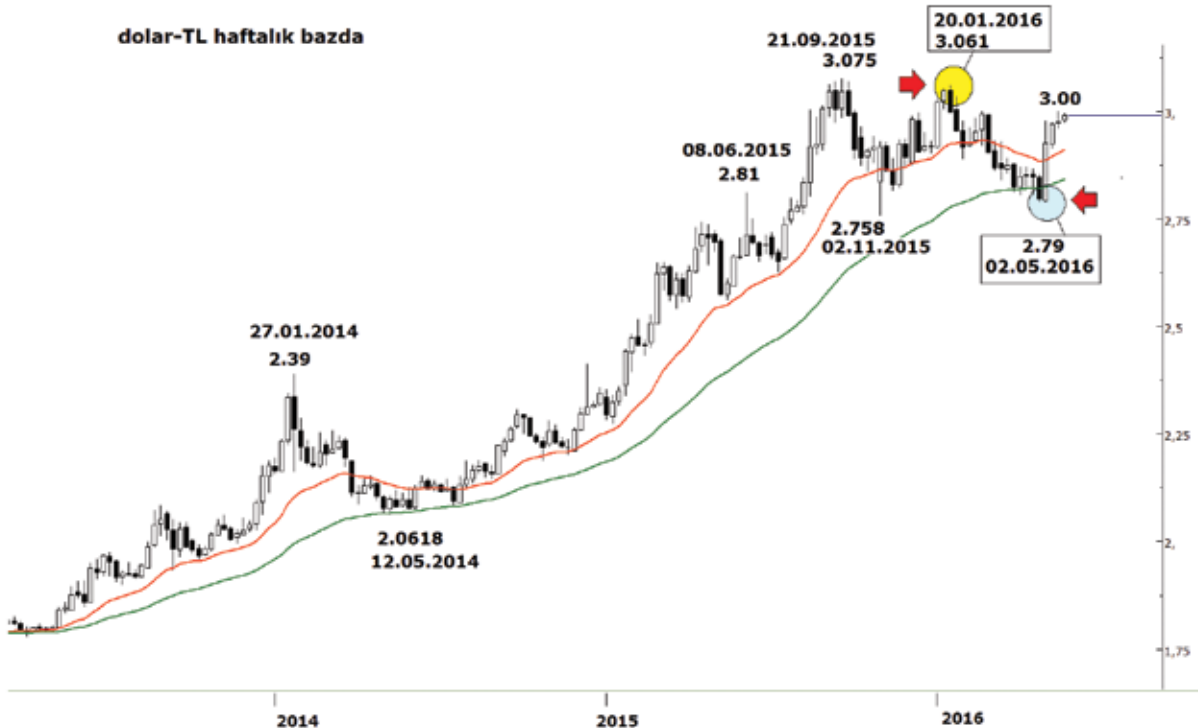
faiz artışını es geçeceği ve hatta Haziran ayında da giderek bıçak sırtında hareket eden küresel ekonomileri değerlendirmeye alabileceği haberi emtia' da sert yükselişlere, paritelerde doların aleyhine gelişmelere ve karşıt para birimlerinde hızlı değer kazanımlarına yol açtı. FED'in bu sene yapmayı planladığı faiz artışlarına bağlı olarak ham-petrol fiyatının 35.00-45.00 dolar bandında dolaşabileceği düşünülebilir.

Türkiye' de sokaktaki insandan tutun, ticaretle uğraşan, üretim yapan sanayici, borcu olan vatandaş gibi herkesin merakla takip ettiği dolar-TL fiyatı da 20 Ocak' ta 3.0607' e iken o günden itibaren düşüşe geçmiş ve 2 Mayıs' ta 2.7888' e inmiştir. Sonrasında Tumba'sından faiz indirimi beklentileri, içeride yaşanan Başbakanın görevi bırakması gibi siyasi gelişmeler, AB ile olan vize konuşmalarının durması, Mayıs ayında dünya piyasalarında dolardaki değerlenmeye eklenince fiyat kısa sürede 3.00' e dayandı. Bir süredir "2.96-3.00" aralığında dolaşan fiyatın (Rusya ile yaşanan krizden kaynaklanan ek primi

hala üstünde taşıdığını unutmadan) dolar endeksinin "96.00"ın üstüne doğru hareketlenmesi ile "3.00"ün üstüne çıkmayı deneyebileceği akıllarda tutulmalıdır. Sene sonuna kadar eğer FED kendisinden beklenmesini söylediği şekilde faiz artışlarına giderse dolar-TL' de de fiyatın "3.10" a veya faiz artışının sıklığına ve oranına göre değişerek 3.15 gibi biraz daha üstüne gitmesi doğal karşılanacaktır zira hükümetin programında da sene sonu olarak beklenen seviye 3.10 civarıdır. Dolarda "2.80" in yeniden görülebilmesi için FED faiz artışlarının Eylül' deki toplantı da dahil iskanması, ABD, Çin ve küresel ekonomilerde verilerin kötüleşmesi, içeride enflasyonun düşmesi, AB ile olan vize konusundaki ilişkilerin yeniden canlanması, alt yapı reformlarının hız kazanması gibi konular takip edilmelidir. Buna rağmen yüksek kur-düşük faiz politikasına uygun olarak dövizdeki düşüşler TCMB tarafından faiz indirimi için fırsat olarak görülüp değerlendirilecek gibi gözüküyor. Dolar-TL'nin 2.80' e doğru yanaşabilse bile faiz indirimi beklentisi ile oralarda fazla kalmayacağı düşünülmektedir. 8-9 ay önce sanayicinin İTO kanalıyla devlet 2.70' den dolar satın diyerek hangi fiyatta alıcı olabileceğini göstermiş olduğunu da piyasa hatırlamaktadır. Endekse gelince o da diğerlerinden eksik kalmayarak çıkışlara katılmıştır. 21 Ocak'ta 68230'dan başlayan çıkış 20 Nisan'da 86931'de sonlanmış, sert düşüşe 2 Mayıs'ta uğramıştır.

20 Ocak'ta 15366' da olan Dow Jones da bu süreçte 20 Nisan günü 18080 e kadar boğa piyasasında değer kazanmıştır. Her ne kadar tüm bu gelişmeler %100 dolara endekslenmese de dolardaki değerlenmenin veya değer kaybının piyasaları oynattığı açıkça görülmektedir. İşte bu bakımdan FED' in toplantıları ve alınan kararlar dikkatle takip edilmektedir.

dolar-TL haftalık bazda



DENİZBANK'IN AKTİFLERİ 115 MİLYAR TL'YE ULAŞTI!



DenizBank Finansal Hizmetler Grubu Başkanı Hakan Ateş, "Ülkemizin 81 ilinde ve yurt dışında toplamda 738 şubemiz ve 15 bine yakın çalışmamız ile faaliyet gösteren Bankamızın aktifleri; 2016 yılının ilk çeyreğinde yüzde 16 büyüyerek, 115 milyar TL seviyesine yükseldi. Türkiye'nin her şehrinde faaliyet gösteren şubelerimiz aracılığı ile ülkemizin en uzak noktalarına bankacılık hizmeti götürmeye bu dönemde de devam ettik" dedi.

DenizBank'ın sağlam finansal yapısının Sberbank ile daha da güçlendiğini kaydeden Ateş, "2015 yılının üçüncü çeyreğinde tamamlanan 550 milyon TL'lik nakit sermaye artışı ile sermaye benzeri kredi dahil özkaynaklarımız konsolide bazda yıllık yüzde 16 oranında büyüyerek 13,5 milyar TL'ye yükseldi" dedi. Sberbank'ın bu konuda desteğinin sürdüğünün altını çizen Ateş, 2016 yılının ikinci çeyreğinde tamamlanmak üzere 750 milyon TL'lik nakit sermaye artışı sürecinin de devam ettiğini belirtti.

Sürdürülebilir ekonomik büyümede stratejik role sahip tarım ve KOBİ sektörlerine özel önem verdiklerini ifade eden Ateş, bu alanlardaki öncü faaliyetlerini, Türkiye'ye hizmet olarak gördüklerinin altını çizdi. DenizBank'ın, inovatif ürün ve hizmetleriyle 2016 yılında da ulusal ve uluslararası platformlarda takdir topladığına dikkat çekti.

ING BANK TÜRKİYE'DEN 88.2 MİLYON TL KONSOLİDE NET KAR!

ING Bank Türkiye, 31 Mart 2016 tarihli konsolide finansal sonuçlarını açıkladı. Sonuçlara göre, 2016 yılının ilk çeyreğinde ING Bank'ın aktif toplamı 52.7 milyar TL, net kâr ise 88.2 milyon TL olarak gerçekleşti. Özkaynaklar hacmi 4.5 milyar TL olarak gerçekleşirken, sermaye yeterlilik oranı ise %16.3 seviyelerine ulaştı.

Toplam kredi müşterisi sayısı ise 1.4 milyonu aşan ING Bank'ın yılın ilk çeyreği itibarıyla krediler toplamı 39 milyar TL, toplam mevduatı ise 22.5 milyar TL olarak gerçekleşti. Aktif bireysel müşteri adedi 2.3 milyona ulaşırken, bu müşterilerin %22'si dijital ve %17'si mobil bankacılık kullanıcısı.

ING Bank Türkiye Genel Müdürü Pınar Abay, açıklanan finansal veriler hakkında "2016'ya başarılı bir başlangıç yaptık. İş kollarımızda hedeflerimizi yakaladık. Dijital bankacılık vizyonumuzla yılın ilk 3 ayında inovasyona yatırım yapmayı sürdürdük. Finansal teknoloji şirketlerini odağımıza alarak sektöre yön veren yaklaşımlar geliştirmeye devam ettik. Dijitale dayalı müşteri deneyimine odaklanarak yenilikçi ürünler yarattık. Dönüşüm hikâyemizin uluslararası platformlarda takdir gördüğü, farklı hizmetlerle müşterilerimizin karşısına çıktığımız başarılı bir ilk çeyrek performansı gösterdik" dedi.



Lübnan merkezli Bank Audi'nin Türkiye'deki iştiraki Odeabank, döviz kurunda yaşanan dalgalanmalara ve küresel piyasalardaki belirsizliğin yarattığı ekonomik durgunluğa karşın 2016 yılının ilk çeyreğinde net kârını geçen yılın aynı dönemine göre %93 artırarak 22.6 milyon TL'ye yükseltti. Geçen yılın aynı dönemine kıyasla bu yılın ilk çeyreğinde Odeabank'ın aktifleri %12 artışla 29.5 milyar TL'ye, mevduatları %9 artışla 23 milyar TL'ye, toplam kredileri ise %15 artışla 21.5 milyar TL'ye ulaştı.

Yılın ilk çeyreğine ilişkin finansal sonuçların ana performans göstergelerindeki hızlı ve kârlı büyümeyi ortaya koyduğunu belirten Odeabank Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü Hüseyin Özkaya, konuya ilişkin yazılı açıklamasında, "Sadece üç buçuk yıl önce sıfırdan kurulmuş bir banka olarak yüksek seviyedeki yatırım harcamalarımıza ve ekonomik belirsizliklere karşın kârlı bir şekilde büyümeye devam ediyoruz. Yılın ilk çeyreğinde elde etmiş olduğumuz finansal başarılarından dolayı çok mutluyuz. Bu başarılar müşterilerimizin bize duymuş olduğu güvenin sonucudur" dedi.

Türk bankacılık sektörünün ilk çeyrek performansını da değerlendiren Özkaya, bankacılık sektöründeki büyüme eğiliminin ılımlı bir şekilde yavaşladığına dikkat çekti.

ODEABANK KARLI BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR!



KUVEYT TÜRK'TEN 300 MİLYON TL'LİK KİRA SERTİFİKASI İHRACI!



Türkiye'de "sağlam bankacılık" modelini uygulayarak faaliyet gösteren Kuveyt Türk'ün 9-10-11 Mayıs 2016 tarihlerinde talep toplamasını gerçekleştirdiği 179 gün vadeli 300 milyon TL tutarındaki kira sertifikası (sukuk) ihracı, yurt içinde halka arz edilen en yüksek tutarlı TL cinsinden kira sertifikası olma niteliğini taşıyor. Böylece Kuveyt Türk Katılım Bankası 13 Kasım 2015 tarihinde gerçekleştirdiği 200 milyon TL'lik kira sertifikası ihracının da üzerine çıkmış oldu.

Yurtiçi ve yurtdışı sermaye piyasalarında gerçekleştirdiği kira sertifikası ihracı ile kaynak çeşitliliğini artırarak sukuk piyasasında yeniliklere ve rekorlara öncülük ettiğini açıklayan Kuveyt Türk Genel Müdürü Ufuk UYAN, halka arz sürecini değerlendirdi. UYAN, "Kira sertifikalarının halka arz şeklinde ihraç edilmesini önemsiyoruz, çünkü Katılım Bankacılığı prensiplerine uygun bu ürünümüzün daha geniş kitlelere yayılmasını ve derinleşmesini arzuluyoruz. Bu nedenle ilerleyen dönemlerde de benzer halka arz işlemlerine devam edeceğiz. Yatırımcılara kira sertifikalarının ilk kira getiri ödemesi 11 Ağustos 2016 tarihinde yapılacak. İkinci kira getirisi de vade sonunda anaparaları ile beraber 8 Kasım 2016 tarihinde ödenecek. Yıllık brüt yüzde 10,23 getirisi olan kira sertifikalarının yakın tarihlerde gerçekleşen benzer işlemlerden daha düşük maliyetli olması yatırımcıların bankamıza olan güveninin göstergesi olması açısından sevindirici bir gelişme" dedi.

KÖRFEZ ÜLKELERİNDE PARA BİTİYOR!

KPMG'nin GCC ülkelerindeki 56 bankayı kapsayan mali tablo araştırmasına göre Körfez Bölgesi bankalarında paradigma değişti.



Yeni paradigmayı oluşturan kavramlar ise şöyle: "Marjları sıkılaştırma, likiditeleri azaltma, kâr artışı, sınırlı sermaye piyasası faaliyeti, maliyetleri düşürme, finansman ve sermayeye daha fazla odaklanma..."

Körfez'de genel olarak bankalar 2015 yılını iyi geçirse de gelecek yıllar için sektör bölge devletlerinin sağlayacağı destek ve teşvikleri bekliyor. KPMG Bilgi Sistemleri Risk Yönetimi Bölüm Başkanı ve Şirket Ortağı Sinem Cantürk, konuyla ilgili şunları söyledi: "Bölgedeki bankacılık sektörünün aşırı sermaye ve likidite günlerine uzun bir yoldan gelindi. Raporumuz sektörün artık çift haneli büyüme oranlarını yakalayamayacağını ortaya koyuyor. Bankalar, mevcut ekonomik ortamın bir sonucu olarak yeni sorunlar, daha fazla düzenleyici gözetim, denetim ve sert bir rekabet içerisinde. Ancak sektör hala büyüyor fakat önceki yıllara göre daha yavaş bir hızda büyüyor."

Cantürk, "Çoğu banka bu rekabet dolu çevreye adapte olmaya zorlanıyor. Biz bankaların daha agresif rekabet ettiklerini, hissedar beklentilerini yönetirken verimliliğe daha fazla odaklandıklarını, büyümek ve pozitif sonuçlar elde etmek için daha inovatif yollar aradıklarını gözlemliyoruz" dedi.

Bankalar temkinli yaklaşıma geçti!

Raporda şu bilgilere yer verildi: "Fonları ve varlık için daha fazla rekabet maliyetinin artmasına neden olan marj sıkıştırma etkisine rağmen, karlılık ve varlık yüzde 6,8 ve basit ortalama yüzde 6,3 oranında gerçekleşerek bölge genelinde yükseldi. Devam



eden yükseliş ve varlık artışı dikkatli bir planlama ve bankalar tarafından kabul edilen temkinli yaklaşımdan kaynaklanıyor.”

Raporda, önümüzdeki yıl büyümeyi desteklemek ve özellikle sermaye yeterliliği ve likidite seviyelerini büyüme, Basel III'e sermaye ve likidite gereksinimlerini yönetmek için 2015 yılına göre düşen bu verileri değerlendirmenin önemli olacağı öngörülüyor. Raporda ayrıca sert rekabet ve maliyetler üzerinde artan baskıların bir sonucu olarak birleşme ve veya yeni yapılanmalar şeklinde oluşacak takviyelerin yakın gelecekte gerçekleşebileceği öngörülüyor.

Rapordaki analizler şöyle devam ediyor: “Net değer düşüklüğü oranı önceki yıllara göre yüzde 9.2 oranında düşmesi, bankaların kabul kredileri için daha ihtiyatlı yaklaşımını yansıtıyor. Bu eğilim, UFRS 9 ve petrol fiyatlarındaki düşüşle devam etmeyebilir. Yeni Uluslararası Finansal Raporlama Standardı kredi zararlarını yeni bir yolla hesaplatıyor. Bu da bir etken.”

Finansal baskıların azaltılması için çare aranıyor!

Raporda sektörün mevcut finansal baskıları azaltmak için yeni yollar aradığı belirtiliyor ve şu bilgilere yer veriliyor: “Maliyet-gelir oranları 2014'ten beri ortalama yüzde 7.4 azaldı. Bankalar üzerinde ek bir baskı oluşturulmasına rağmen regülasyonları arttırmak sektör üzerinde olumlu bir etki yaratacak. Uzun vadede bu trendin devam etmesi bekleniyor. GCC ülkeleri

tarafından Kabul edilen Basel III regülasyonları, mali - ekonomik strese karşı sektörün dayanıklılığını artırmaya, risk yönetimini geliştirmeye ve bankaların şeffaflığını güçlendirmeye devam edecek.”





CARİ AÇIK YENİDEN YÜKSELEBİLİR!

Destek Yatırım Menkul Değerler Araştırma Uzmanı Kutay Gözgor

// Türkiye'nin cari açığı petrol fiyatlarının 2014 yılının Haziran ayından bu yana yaklaşık % 60 değer kaybetmesi ve emtia fiyatlarının rekor dip seviyelerine ulaşmasıyla daralmaya devam ediyor. Ancak, petrol fiyatlarının yeniden yükselişe geçmesi, azalan turizm gelirleri ve artan yurtiçi tüketim sonrası cari açık yeniden yükselişe geçebilir.

Cari açığın gerilemesinde emtia fiyatlarının düşmesinin yanı sıra geçtiğimiz yılın üçüncü çeyreğinden itibaren zayıflayan iç tüketim de etkili olmuştur. Cari açık 2016 yılının Mart ayında yıllık bazda 29,421 milyar dolara gerilerken bir önceki yılın aynı ayına göre yaklaşık %43 azalış gösterdi. Aynı dönem içinde ithalat miktarı % 13 gerileme gösterdi. Cari açığın finansmanın büyük bir çoğunluğunu "sıcak para" olarak tabir edilen portföy yatırımları sağlıyor. Bu kalemin dışında turizm gelirleri yine önemli bir gelir kaynağı olarak dikkat çekiyor. Aynı zamanda Turizm sektörü Gayrisafi Yurt içi Hasılanın yaklaşık % 6'sını oluşturuyor. Turizm gelirleri, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2016 yılının ilk çeyreğinde geçtiğimiz yılın aynı çeyreğine göre yaklaşık 4 milyar dolar azaldı. Turizm gelirlerinin azalmasında Rus ve Alman turist sayısında yaşanan azalma etkili oldu. Turizm gelirlerinin azalması cari açığın finansmanını olumsuz etkileyebilecektir.

Turizm gelirlerinin yanı sıra petrol fiyatlarının yeniden yükselişe geçmesi Türkiye gibi emtia ithal eden ülkelerin maliyetini yükseltiyor. Brent Petrol fiyatları 27 Dolar seviyesine gerilemesi sonrası yaklaşık % 80 yükseliş gösterdi. Nikel, Platin, Bakır gibi diğer önemli sert emtiaların da yılbaşından bu yana ortalama % 10 değer kazandığını görüyoruz. Bu durum cari açığın bir miktar yükselmesinde etkili olabilir. Artan emtialar, azalan turizm gelirleri, asgari ücretin artmasıyla yükselen iç talep ile birlikte yılsonunda yıllık 32 milyar dolara yakın cari açık ile sonlandırabiliriz. Cari açığın kalıcı olarak finansmanını sağlanabilmesi için yurtiçi tasarruf oranlarının yükselmesi önemli olabilecektir. Düşük tasarruf oranı yatırımları olumsuz etkiliyor. Yatırımların zayıf artması ise istihdam yaratan bir büyümememe problemine neden oluyor. Hane halkının, işletmelerin ve özel tasarrufların önemli ölçüde azalmaya devam ettiğini görüyoruz. Son zamanlarda tasarruf oranlarının yükseltilmesine yönelik reformların başladığını görüyoruz. Başta, yeni işe giren ve halihazırda çalışanların Bireysel Emeklilik Sistemine dahil edileceğiyle ilgili yapılan çalışmalar dikkat çekiyor. Küresel piyasalarda yaşanan gelişmeler cari açığı doğrudan etkileyip kırılganlığı yükseltebilir. Önümüzdeki süreçte tekrardan cari açığın TL varlıkları üzerindeki etkisini görebiliriz.

SaxoTraderGO


Tek Hesap, 30.000 Ürün Çok Rekabetçi Fiyatlandırma


Dünya çapında ödüllü yatırım platformu SaxoTraderGO'nun size sunduğu geniş ürün yelpazesi ve kolay arayüz ile portföyünüzü kolayca yönetin.


Kendinizi BİST ile Sınırlamayın
36 Farklı Borsada Yatırım Yapın
Uluslararası Hisse Senetleri, CFD, Forex, Opsiyon ve Vadeli İşlemler (Futures)
yatırım ihtiyaçlarınıza özel, kişiselleştirilmiş fiyat planları sizleri bekliyor.

Ücretsiz Deneme Hesabı ile gelişmiş yatırım teknolojisi ve avantajlı fiyatları risk almadan deneyimleyin.

FOREX | CFD | HİSSE SENEDİ | OPSİYON | FUTURES

 www.saxomarkets.com.tr

 +90 212 705 58 50

 bilgi@saxomarkets.com



SERIOUS TRADING. WORLDWIDE.

Finansal araçlara yatırım yapmak risklidir. Lütfen aldığınız riskleri tam olarak anlamadan yatırım yapmayınız.

01.01.2016 - 31.03.2016 tarihleri arasındaki dönemde kaldıraçlı işlemlerde karlı hesapların oranı %44.94 iken zararda olan hesapların oranı %55.06'dır.

* CFD işlemleri dahil edilmemiştir.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM BANKALARI KÖKTEN YALINLAŞMAK ZORUNDA BIRAKACAK!

Raporda yer alan değerlendirmeye göre, küresel perakende bankacılık gelirleri 2015 yılında %3'lük artışla yaklaşık 1,6 trilyon dolar seviyesine yükseldi.



Dünyanın lider yönetim danışmanlığı şirketi The Boston Consulting Group (BCG)'nin Perakende Bankacılıkta Mükemmeliyet Raporu'na göre, hızlanarak artan "dijital devrim", bankaları operasyonlarını kökten yalınlaştırmak ve müşteri hizmetlerini baştan yaratmak için dijital beceriler geliştirmeye ve dijital yalınlık sağlamaya itecek.

Raporda ayrıca bölgesel bankacılık sonuçlarındaki büyük farklılıklar ve kâr marjlarında küresel ölçekte süren baskıya da atıfta bulunuluyor. BCG'ye göre, Asya, globalsektörün büyüme motoru rolünü korurken Kuzey Amerika'da da büyüme emareleri görünmekte, Batı Avrupa'da ise belirgin bir durgunluk gözleniyor.

Dijital ve Operasyonel En İyi Performansı Gösterenler Finansal Açıdan Kazanıyor!

Rapordaki temel kıyaslamalara göre, dünyanın lider bankaları arasında en iyi operasyonel ve dijital performansı gösteren bankaların aynı zamanda en kuvvetli finansal performansı da gösterdikleri gözlemleniyor.

BCG Perakende Bankacılık Sektörü Küresel Lideri ve raporun yazarlarından Ian Walsh, rapor hakkında

bilgi verirken, "Dijital ve operasyonel olarak en iyi performansı gösterenler, diğer bankalara gittikçe daha fazla öncülük edecek. Bu öncülere katılmak isteyen bankaların, dijital dönüşümlerini hızlı bir şekilde başlatmaları gerekecek" değerlendirmesi yaptı.

BCG Türkiye Genel Müdürü ve Yönetici Ortağı Burak Tansan, "Türkiye'de de, dijital dönüşüme daha önceden ve daha çok yatırım yapan bankalarda karlılık verimliliğinin diğerlerine kıyasla daha yüksek olduğunu görüyoruz. Türkiye'de dijitalleşme ilk olarak alternatif dağıtım kanallarının en optimal olarak kullanılması ile başladı ve dijital kanalların geliştirip en iyi müşteri deneyimi sağlaması teması ile devam ediyor. Bu dönüşümün kalıcı ve sürdürülebilir olması için dijitalleşme kökten olmalı ve tüm operasyonları ve süreçleri kapsamalı" diye vurguluyor.

Rapora göre, işlerini kökten yalınlaştırmak amacıyla dijital kapasitelerini ve veri becerilerini geliştirirken daha fazla verimlilik, kalite ve hız ile müşteri deneyimini önemli ölçüde iyileştiren bankalar, müşteri başına gelirden rakiplerinden tam %50 oranında daha verimli bir konumdadır.

Bankaların bu yolculukta odaklanmaları gereken dört hedef şöyle sıralanıyor:

- Müşteri ilişkilerinin anlaşılması ve derinleştirilmesi
- Müşteri yolculuklarının dijital teknolojilerle baştan sona yeniden oluşturulması
- Çevik, sade ve işbirliğine yatkın organizasyonlar yaratılması
- Dijital becerilerin güçlendirilmesi

BCG Simplify IT programının küresel konu lideri ve raporun yazarlarından biri olan Michael Grebe, "Bazı bankaların dijitalleşmeye fazla ölçüp biçerek ve tedbirli şekilde yaklaşımı miadını doldurdu ve bu bankaların geçmişin mücadelelerine saplanıp küçülmelerine neden oluyor" dedi.

Türkiye çok hızlı adapte oluyor!

Rapora göre, bankaların dijital dönüşümünü dünya genelinde Amazon, Netflix ve Uber gibi dijital perakende liderlerinin geliştirmelerine alışmış olan tüketiciler yönlendiriyor. Artık müşteriler, bankalarından daha basit, içgüdüsel dijital ara yüzler üzerinden hızlı ve kullanışlı hizmet bekliyorlar.

Bu beklenti Türk tüketicileri için de benzer. Oyunun kuralını değiştiren dijital perakende modelleri Türkiye'de de hızla geliyor ve Türk müşteriler bu modelleri çok hızlı benimsiyor. Son 4 senede mobil bankacılık Türkiye'de %105 büyüyerek çok hızlı gelişti ve tüketici penetrasyonu Avrupa ülkelerinin de önüne geçti. Dijital kanalların gelişimine paralel olarak, 2015

yılında, şube sayıları son 10 yılda ilk defa bir önceki yıla göre azaldı.

Fintech şirketleri oyunun kurallarını değiştiriyor!

BCG'nin finansal teknoloji (Fintech) global veritabanının da kullandığı raporda, sayıları artan Fintech şirketleri ve diğer girişimlerin yol açtığı "oyun kuralının değişmesi" trendi de değerlendiriliyor. Fintech şirketleri genellikle daha hızlı hizmet, daha uygun fiyatlı ürünler ve daha iyi müşteri deneyimi sunarak bankaların faaliyet alanlarındaki krediler, ödemeler ve varlık yönetimi gibi temel oyun alanlarına girmeye başlıyorlar. Bu noktada, bankaların Fintech şirketleri ile sadece rekabet değil, aynı zamanda kazan-kazan iş modelleri içeren ekosistemleri oluşturmaları çok büyük önem kazanıyor.

Raporun yazarlarından Jean-Werner de T'Serclaes, "Fintech şirketleri ve diğer yeni rakipler, bankaların müşteri ilişkilerindeki aracı rollerini yok etme tehdidi teşkil ediyor. Bankalar bunu önlemek ve müşterilerin gözünde bir kamu hizmeti sağlayıcısı konumuna düşmemek için acilen aksiyon almalıdır" diye vurguluyor.

Fintech şirketlerinin finansman hızı da artışta: Raporda, Fintech şirketlerine yapılan yatırımların on yıl önceki 11 milyar dolardan, 2015 sonu itibariyle kümülatif 46 milyar dolara çıktığı ifade ediliyor. Türkiye'de de Fintech ekosistemi hızla geliyor. Şu noktada yapılan yatırımlar global ölçüğe göre kısıtlı kalsa da, çoğu ödemeler alanında olmak üzere 200'den fazla Fintech Türkiye'de faaliyet gösteriyor.



E-DÖNÜŞÜM EKONOMİNİN LOKOMOTİFİ OLACAK!



Genç Liderler ve Girişimciler Derneği (JCI-Junior Chamber International) tarafından bu yıl ilki organize edilen Uluslararası Ekonomi Zirvesi, 21 Mayıs 2016 tarihinde İstanbul'da düzenlendi. TÜRKKEP'in bilişim sponsoru olarak katkı sağladığı etkinlikte konuşan TÜRKKEP Genel Müdürü Yüksel Samast, e-dönüşümün ekonomiye etkileri ve sağladığı katkıları hakkında bilgi verdi. E-dönüşüm ile bu yıldan itibaren yıllık 5 milyar TL'nin üzerinde tasarruf sağlanacağını belirten Samast, e-dönüşümün yazılım ve bilişim sektörünü de büyüttüğünü, regülasyonların etkisiyle e-dönüşüm uygulamalarının yaygınlaştığına dikkat çekti.

Şu anda 150 bini aşmış bulunan KEP adres sayısının 2016 yılı sonunda 200 bini aşacağını, e-imza sayısının

2,5 milyonu, e-Fatura ve e-Defter kullanıcı sayısının da 100 bini aşacağına dikkat çeken Samast, giderek hızla yaygınlaşan ve kullanımı artan e-dönüşüm uygulamalarının, resmi, ticari ve hukuki işlemlerin çok daha etkin ve verimli yürütülmesine, işlemlerin ve bürokrasinin hızlanmasına, e-devlet uygulamalarının yaygınlaşmasına ve hayatın kolaylaşmasına katkı sağlayacağını vurguladı.

E-dönüşüm bir kültür ve iş yapış tarzı olarak görülmeli!

Türkiye'deki e-dönüşüm sürecini değerlendiren Samast, kültürel dönüşümün önemine değindi: "E-dönüşüm, sadece regülasyonlarla, uygulamalar, çözüm ve hizmetlerle şekillenmiyor. E-dönüşüm, aynı zamanda kültürel bir dönüşüm gerektiriyor. Yeni düzenlemeler ve teknoloji alanındaki gelişmeler sayesinde hukukta ve teknolojiye birçok ülkeye nazaran iyi bir noktadayız ama e-dönüşümü henüz zihinsel ve kültürel olarak içselleştiremedik. Maalesef iş yapış şekillerimiz, kurumsal yönetim ve organizasyon yapılarımız, verimlilik anlayışımız, eğitim sistemimiz ağırlıklı olarak fiziksel ve kâğıt kültürüne dayalı. Ulusal, kurumsal ve bireysel seviyelerde kültürel olarak e-dönüşüme uyumlu vizyon ve strateji oluşturulması gerekiyor. Doğru vizyon ve strateji temelinde uygun politikaların oluşturulması, iş modellerinin, yönetim, raporlama, denetim ve uygulama süreçlerinin, iş yapış tarzlarının, çalışanların e-dönüşüme uygun şekilde yeniden ele alınması ve yönetimin iradesinin ve desteğinin olması şart. E-dönüşümün, kamu, özel sektör ve bireylerin ortak bir paydada birleşerek bütünlük olarak hayata geçireceği kültürel bir dönüşüm olarak gerçekleşmesi gerekiyor. Bu dönüşümü hızlandırmak için ülkemizde yasal düzenlemesi yapılmış ve yapılmakta olan e-dönüşüm uygulamaları, hizmetleri ve çözümlerine ilişkin yaygın farkındalık oluşturulmalı. Türkiye'de Kayıtlı Elektronik Posta (KEP), e-imza, e-kimlik, e-fatura, e-arşiv fatura, e-defter, e-bordro, e-mutabakat, e-tebligat, e-sözleşme ve e-saklama gibi e-dönüşüm uygulamalarıyla 5 Milyar TL'nin üzerinde yıllık tasarruf sağlanacak."

E-dönüşüm gençler için girişimcilik fırsatlarıyla dolu!

E-dönüşüm süreçlerinde gençlerin önemli bir yeri olduğunu belirten Samast, "Ülke çapında düzenlediğimiz veya katıldığımız etkinliklerde geleceğin çalışanları, uygulayıcıları, karar vericileri, yöneticileri olan öğrencilerimize ve mezun gençlerimize e-dönüşüm uygulamalarını daha iyi anlamaları ve girişimcilik fırsatlarını görmelerini

sağlayabilmek için ücretsiz bilgilendirme çalışmalarımızı ülkemizin her yerinde yürütüyoruz. Genç nüfusa sahip ülkemizde, gençlere nitelikli eğitim vermek, yatırım yapmak, desteklemek, araştırma ve geliştirme imkânları sunmak, ülkemizin inovasyona, Ar-Ge'ye dayalı yenilikçi ekonomi oluşturması ve gelişmesi için çok büyük önem arz ediyor. Bilgili, donanımlı, inovasyon kültürüne sahip gençlerimizin geleceğe hızlı ve emin adımlarla ilerleyeceğine ve ülkemizi e-dönüşüm teknolojileri ve uygulamaları alanında da ileriye taşıyacaklarına inanıyoruz. E-dönüşüm alanında ülkemizde yapılacak daha çok iş olduğunu, genç girişimcilerimiz, kadın girişimcilerimiz, engelli girişimcilerimiz için büyük fırsatlar olduğunu değerlendiriyoruz" dedi.

Küresel ortamda rekabet edebilmek için e-dönüşüm şart!

Küresel pazarda rekabet avantajı için e-dönüşüm çalışmalarının kurum ve şirket kültürlerinin ve iş yapış tarzlarının önemli bir parçası haline gelmesi gerektiğini vurgulayan Samast, konuşmasını şöyle sürdürdü: "E-dönüşüm, bugün ve gelecek için bir yaşam kültürü ve iş yapış tarzı haline gelmeli. Ülkemizde e-dönüşüm, ağırlıklı olarak yasal düzenlemelerden gelen zorunluluklar ve e-devlet uygulamaları kapsamında algılanıyor ve hayata geçirilmeye çalışıyor. Bilişim teknolojilerinden faydalanıp sadece cihaz kullanmak, e-dönüşüm sanılıyor. E-dönüşüm, kamu ve özel sektörde, kurumların, profesyonellerin, meslek mensuplarının ve vatandaşların birbirleriyle ilişkileri ve iletişiminde, günlük hayatının her alanında, etkin ve verimli şekilde gerçekleştiğinde, çok büyük faydalar, tasarruflar ve kolaylıklar sağlayacaktır. E-dönüşüm, iş süreçlerinin daha kolay ve hızlı ilerlemesini sağlarken, bir yandan da zaman, iş gücü ve maliyet açılarından önemli ölçüde tasarruf sağlıyor. Örneğin, KEP

sisteminin önemli uygulamalarından olan ve ülkemizde hayata geçmiş bulunan e-tebliğat ve e-yazışma uygulamalarının arzu edilen düzeyde yaygınlaşması ve kullanılması için, adli kurumlar, adli personel, kamu kurumları, kamu çalışanları, belediyeler, avukatlar, mali müşavirler, şirketler, üniversiteler, dernekler, vakıflar ve vatandaşlar gibi paydaşların yaygın olarak kayıtlı elektronik posta sistemini artık normal e-postaları gibi benimsemeleri ve kullanmaları gerekiyor. Bunun için de uygulamaların kolay kullanılabilir olması, süreçlerin insan odaklı tasarlanması, iletişiminin profesyonelce yürütülmesi, paydaşların yoğun şekilde bilgilendirilmesi, yaygın eğitim verilmesi, kullanıcı deneyimlerine önem verilmesi ve uygun beklentilerinin karşılanması gibi uzmanlık ve kaynak gerektiren birçok çalışmanın sonucunda başarı elde edilebiliyor. Düzenleme yapmak veya bir uygulama çıkarmak kendi başına yeterli olmuyor" dedi.



FARKLI KUŞAKLARIN BİRLİKTELİĞİ BAŞARIYI ARTIRIYOR!



X, Y ve Z Kuşakları, doğdukları yılların kendine has dinamiklerine göre şekil alan en yaşlıları 50'lerinde en gençleri henüz okul sıralarında olan üç farklı kuşak, üç farklı dünya. Her bir kuşağın içinde buldukları koşullar, iş hayatından beklentileri, yaşama amaçları ve iş yapış biçimleri birbirinden oldukça farklı.

X Kuşağı yaşamak için çalışmayı benimsemiş, toplumsal konulara duyarlı, iş motivasyonları yüksek, otoriteye saygılı ve kanaatkâr bir kuşak. Y Kuşağı yaşam ve iş dengesini çok önemseyen, sıklıkla iş değiştirmeleri öngörülen, teknoloji ile arası iyi, daha bireyci, zor tatmin olan, eğlenmek ve yaşamak için çalışan, girişimci ve otorite karşıtı. İş hayatının dört gözle beklediği Z Kuşağı gençleri ise internet yerlisi, hızlı düşünüp hızlı uygulayan, yaratıcı ve aktif bir kuşak.

"Her kuşak iş hayatı için yüksek önem derecesine sahip. Kuşakların farklı ihtiyaçlarına yönelik başarılı yöneticilik ve İK faaliyetleri sayesinde çatışabilecek farklı özellikleri minimize edilip pozitif özellikleri ortaya çıkarılırsa organizasyonlar için yüksek başarı mümkün olur" diyen ID Coaching Koç Eğitmeni

ve Profesyonel Koç Hatice Yıldırım, bu bağlamda koçluk eğitimlerinin kuşak çatışmalarının fırsata çevrilmesinde büyük fayda sağlayacağını belirtiyor.

Birlikte daha güçlü!

Motive bir ortamda çalışmak, farklılıkların adil ve doğru yönetilmesi organizasyonların başarısı için olmazsa olmaz etmenlerin başında geliyor. Bu noktada X, Y, Z kuşaklarının farklı alanlardaki başarılarının öne çıkarılarak bu kuşakların bireylerinin çift taraflı iletişimlerini destekleyen bir iş ortamının yaratılması verimi artırıyor.

Farklı motivasyon ve güdülenme biçimlerine sahip kuşakların ayırt edici yönlerini doğru değerlendirmenin değerini vurgulayan Profesyonel Koç Hatice Yıldırım; "X Kuşağı çalışanları niteliğinin yanı sıra, kendisini geliştirecek ve yeni ilişkiler kurmasını sağlayacak eğitim ve konferanslar, grup çalışmasından çok bireysel çalışma ve ödüllerden motive oluyor. Y Kuşağı çalışanları hızlı bir biçimde yönetici pozisyonlarına gelmeyi önemsiyor. X Kuşağı, kıdemden çok bireysel potansiyeli önemseyen, daha özgürlüklü, eleştiriye daha az açık bir yapıya sahipler. Y Kuşağı çalışanları kariyerlerine ilişkin koçluk ya da mentorluk desteğinin sunulmasıyla ilgileniyorlar. Bunun yanında sosyalleşmeye ve eğlenerek çalışmaya önem veriyorlar. Z Kuşağı çalışanları, profesyonel ortamları gençleştirecek ve dönüştürecek, gelecek için ciddi bir değişim değeri taşıyan dönüştürücü güç konumundalar. Japonların "Hiçbirimiz hepimiz kadar akıllı değiliz" atasözünü altını çizdiği, farklı kuşakların başarılı yönlerini öne çıkararak takım oyunu oynamanın önemini kavramalıyız. Süreci Takım Koçluğu gibi faydalı profesyonel eğitimlerle desteklemeliyiz" diyor.



VENBEY
YATIRIM



"FOREX" in Yeni Adresi!"



Venbey Yatırım

2016 Yılı 1. Çeyrek Kar Eden Müşteri Oranı %20 Zarar Eden Müşteri Oranı %80'dir.



Esentepe Mah. Büyükdere Cad. Maya Akar Center
No:102 Kat:12/49 P.K.34394 Şişli - İstanbul

(212) 272 72 00 (212) 272 02 22



444 7 870

www.venbeyyatirim.com

TÜRKİYE'NİN YARISI ÇÖL OLMA RİSKİ TAŞIYOR!

Türkiye verimli topraklarını, iklim değişikliği, kuraklık, yanlış tarım ve hayvancılık uygulamaları ve çevre kirliliği gibi nedenlerle kaybediyor.



Gelecek yıllarda altından daha değerli olacağı söylenen topraklarımızın, Çölleşme Risk Haritası'na göre yüzde 47'si orta ve üzeri risk grubunda yer alıyor.

Türkiye'nin sürdürülebilir toprak politikasına acil ihtiyacı olduğuna dikkat çeken Türkiye Toprak Bilimi Derneği Başkanı ve A.Ü. Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Ayten Namlı, bu yıl ilk kez İstanbul'da düzenlenecek Avrupa Toprak Bilimleri Kongresi'nde toprağın bugünü ve yarını için önlem paketini açıklayacaklarını belirtti.

200 milyon insan için iklim göçü kapıda!

Çölleşme riskiyle dünyanın birçok ülkesinin karşı karşıya kaldığını ve dünyada 1 milyardan fazla kişinin bu durumdan doğrudan etkilendiğinin altını çizen Prof. Dr. Ayten Namlı "Çölleşme bozulumu sonucunda gıda

üretiminde azalma, ekonomide zayıflama ve buna bağlı olarak insanların göç etmesi söz konusu. Rakamlara baktığımızda çölleşme, erozyon, ormansızlaşma, çevre kirliliği, su baskınları, gibi çevresel değişiklikler nedeniyle 1995 yılında 25 milyon kişinin göç ettiğini ve bu rakamın 2050 yılında 200 milyona ulaşacağını öngörüyoruz. O nedenle toprağı korumamız önemli, toprağımıza ne kadar sahip çıkarsak, toprak da bizi yalnız bırakmaz" diye konuştu.

Gelecekte açlık ve yoksullukla mücadele etmek zorunda kalabiliriz!

Türkiye'de arazi kullanımının büyük bir bölümünü oluşturan tarım arazilerinin yüzde 59'u, meraların yüzde 64'ü, orman arazilerinin yüzde 54'ü çeşitli şiddette erozyona maruz kaldığını belirten Prof. Dr. Ayten Namlı, sözlerine şöyle devam etti; "Resmi kaynaklara göre yılda 220 milyon ton verimli toprağımızı kaybediyoruz. Bu durum dünya gıda fiyatlarının gelecekte daha fazla artmasına neden olacak. Fiyatlar nedeniyle ulaşılamayan ürünlerin yanı sıra ayrıca yetiştirilemeyen ürünler nedeniyle milyarlarca kişi açlıkla mücadele etmek zorunda kalacak."

Sürdürülebilir toprak yönetiminin nasıl yapılması gerektiğini tartışmak üzere uzmanlar Avrupa Toprak Bilimleri Kongresi'nde buluşuyor. Avrupa Toprak Bilimi Toplulukları Konfederasyonu tarafından her dört yılda bir farklı bir Avrupa ülkesinde düzenlenen, ilk kez İstanbul'da gerçekleştirilecek Kongre'de, iklim değişiminin toprağına etkisi, çölleşme, erozyona karşı yapılması gerekenler, geri dönüşüm politikaları, doğru enerji kaynakları ve karbon yönetimi gibi toprağın sürdürülebilirliğine dair konular işlenecek. "Sürdürülebilir Arazi Yönetimi Kurak Bölgelerde Çölleşmeyi Azaltabilir Mi?" konusunun tartışılacağı CS1 oturumunda bilim insanları, arazi bozulmasının nötralizasyonu ve çölleşme ile ilgili önemli bilgiler paylaşacak. Avrupa Toprak Bilimleri Kongresi, toprağın bugününe ve yarınına yön vermek üzere 17-22 Temmuz 2016 tarihlerinde WOW Convention Center'da gerçekleştirilecek..

MOBİL ÇALIŞMAK DAHA AZ STRES DEMEK!

Barem tarafından gerçekleştirilen "Mobil Çalışma Hayatı" başlıklı araştırmaya, farklı sektörlerde çalışan 70 üst düzey, 95 orta düzey ve 41 ilk kademe olmak üzere toplam 206 yönetici katıldı.



Katılımcıların 82'sini kadınlar, 124'ünü ise erkekler oluşturdu. Çalışmaya 35 yaşın altında 67, 35-50 yaş gurubundan 116 ve 50 yaş üzerindeki 23 kişi katıldı. Mobil uygulamaların önemli olduğunu gözler önüne seren araştırma, geleneksel iş yapış şekillerinin değiştiğine dikkat çekiyor. Yenilikçi yaklaşımı ile kurumların yeni iş süreçlerine uyum sağlamalarına yardımcı olan Unify, yeni ürünü Circuit ile seyahat ve konaklama maliyetlerini ortadan kaldırıyor.

Mobil çalışma, bireylerin verimli ve mutlu olmalarına imkân tanıyor. Hızlı ve verimli iş yapabilmek avantajı, insan hayatının en önemli unsurlarından biri olan zamandan tasarruf etmeyi de beraberinde getiriyor. Araştırmaya katılan 4 yöneticiden 3'ü işyeri dışında çalışanların zaman planlaması yapabilmemesinin önemli olduğunu düşünüyor. Araştırmada, mobil çalışanların geleneksel mesai yapanlara göre, yüzde 66 oranında ailelerine daha çok zaman ayırabildikleri dikkat çekiyor. Mobil çalışmanın daha az stresli olduğunu belirtenlerin oranı yüzde 58. Her saat ulaşılabilir olmaktan rahatsızlık duyanların oranı ise yüzde 38.

İşyeri dışında çalışma eğilimi revaçta!

İnternete erişimin kolaylaşması ve mobil cihazların yaygınlaşması ile esnek çalışma olanaklarının arttığını belirten Unify Türkiye Ülke Müdürü Erda Tütüncüoğlu, "Mobil cihazların hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesiyle iş hayatında değişim kaçınılmaz oldu. Yenilikçi teknolojilerin kullanımıyla istenilen her mekân

iş yerine dönüştürülebilir. Böylece zamandan tasarruf sağlanabiliyor. Çalışanlar artık mekân bağımsız çalışarak, zamanlarını kendi planlamaları dahilinde yönetmek istiyor. Kurumların esnek çalışabilmelerini sağlamak için geliştirdiğimiz Circuit çözümü ile kurumlara özel iletişimin önünü açıyoruz. Circuit çözümüyle çalışanlar nerede olurlarsa olsunlar, birbirleriyle hızlı irtibat kurup, işlerini sonuçlandırabiliyor. Toplantı geçmişleri, paylaşılan teklif ve projeler ile ilgili bilgilere tek ekrandan hızlıca ulaşabilmeye imkân tanıyan Circuit, çalışan memnuniyetini en üst seviyeye çıkarıp, sadakati artırıyor. Amerika'da ve Avrupa'da kullanılan ürünümüzü Türkiye'de de hizmete sunarak, kurumlara küresel ölçekte fırsatlar yaratıyoruz" dedi.

Farklı lokasyonlarda bulunanlar yan yanaymış gibi çalışabilecek!

Farklı lokasyonlarda bulunan çalışanlar, toplantılarını Circuit üzerinden yapabiliyor. Toplantıda alınan notlar ve yazışmaları tek bir ekranda kullanıcıya sunan çözüm, istenilen bilgilere hızlı ulaşmaya imkân sağlıyor. İletişim kurulmak istenen kişiye dair uygunluk bilgileri de sunan Circuit, istenilen ortamdan mobil çalışmaya imkân tanıyor. Farklı bölgelerdeki çalışanların hızlı ve güvenli dokümantasyon paylaşımına fırsat tanıyan Circuit, internet tarayıcısı üzerinden kolayca ses, video, masaüstü ekran paylaşımı yapmayı sağlayan yeni bir standart olan Web RTC tabanlı yeni iletişim platformu.

Uygulama içerisinde konulara göre başlık açılabilir ve sadece izlenilmek istenilen konular takip edilebilir. Kullanıcılar, kendilerini ilgilendiren konu başlıklarında tüm yazışmaları kolayca takip edebiliyor. Circuit'in bir diğer avantajı da grup içerisinde paylaşılan dokümanların tek bir yerde toplanması. Böylece ekip çalışması içerisindeki kimin hangi dosyayı ne zaman paylaştığı görülebilir, daha önce yazılanlar aranarak zaman kaybı yaşanmıyor.



KİŞİSEL VERİLERİN KORUNMASI KANUNU ARAŞTIRMA SEKTÖRÜNÜ NASIL ETKİLEYECEK?

Yeni yasada kişisel veri: Kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgi olarak tanımlanıyor.



Kişinin yetkisiz üçüncü kişilerin bilgisine sunmadığı, istediğinde başka kişilere açıklayarak ancak sınırlı bir çevre ile paylaştığı, kişinin kimliğini belirleyen veya belirlenebilir kılan, kişiyi toplumda yer alan diğer bireylerden ayıran ve onun niteliklerini ortaya koymaya elverişli, gerçek kişiye ait her türlü bilgi "kişisel veri" olarak adlandırılıyor.

Yeni yasada kişisel veri: Kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgi olarak tanımlanıyor. Özel nitelikli kişisel verinin tanımı daha net. Kişilerin ırkı, etnik kökeni, siyasi düşüncesi, felsefi inancı, dini, mezhebi veya diğer inançları, kılık ve kıyafeti, dernek, vakıf ya da sendika üyeliği, sağlığı, cinsel hayatı, ceza mahkûmiyeti ve güvenlik tedbirleriyle ilgili verileri ile biyometrik ve genetik verileri özel nitelikli bilgi olarak geçiyor. Kişisel verilerin korunması başta özel hayatın gizliliği olmak üzere kişilerin temel hak ve özgürlüklerinin korunması için çok önemli.

Kişisel verilerin toplanması ve işlenmesinde ilk koşul ilgili kişiyi bilgilendirmek ve onun açık rızasını almak!

Türkiye'nin öncü araştırma şirketi Barem'in Kurucu Başkanı Pervin Olgun, kişisel verilerin korunması kanunu ile birlikte araştırma sektörüne, işlerin yasaya uygun olarak yapılmasını kontrol edecek, garanti altına alacak ve bu konunun sorumluluğu devralacak bir "Veri Sorumlusu" nun görevini söylüyor.

Olgun, ayrıca bazı istisnaları olsa da hem kişisel verilerin, hem de özel nitelikli kişisel verilerin toplanması ve işlenmesinde ilk koşulun ilgili kişiyi bilgilendirmek ve onun açık rızasını almak olduğunu vurguluyor ve ekliyor: "Yasa bu konuda veri sorumlusuna veya onun yetkilendirdiği kişiye görev

veriyor. Görüşülen kişinin veri toplayan firma, görevli, verinin işleme amaçları gibi konularda bilgilendirilmesi gerekiyor. Aynı zamanda bu kişilerin verdikleri bilgiler üzerinde; diledikleri zaman silinmesini istemeye kadar varan hakları var. Kişisel verilerimizi sorgulayan her türlü çalışmada, kurallara uygulamayanlar, yasaya karşı zor durumda kalacağı için gösterilen özen biraz daha artacak."

Araştırma şirketlerinin ellerinde var olan verileri anonimleştirerek saklaması gerekiyor!

Kişisel verinin işlenmesinin yasaya aykırı bir durum olmadığına altını çizen Pervin Olgun, araştırma şirketlerinin asıl işinin veriyi toplamak ve işlemek olduğunu, bundan dolayı da geçmişte işledikleri verileri bu yeni yasa kapsamında da işlemeye devam edeceklerini belirtiyor.

Olgun, "Yeni yasanın istisnalar bölümünde "Kişisel verilerin resmi istatistik ile anonim hâle getirilmek suretiyle araştırma, planlama ve istatistik gibi amaçlarla işlenmesi" de var. BAREM olarak biz ve ESOMAR kodlarına uygun olarak çalışan birçok araştırma şirketi için yapılması gereken çok fazla şey yok aslında. Ancak yasadaki bir çok konu sonraki düzenlemelere bırakılmış durumda. Durumumuz bu düzenlemeler sonrasında daha netleşecek. Kanunlar geçmişe dönük işlemez, bu nedenle geçmişte bu yasaya uymadan işlenmiş veriler için bir uygulama yapılacağını düşünmüyorum, ancak elimizde var olan veriyi artık anonimleştirerek saklamamız gerekiyor. Özet olarak; yeni yasaya göre araştırma için bilgi toplarken hep yaptığımız gibi kişinin rızasını alacağız, veriyi anonimleştirerek saklayacağız, veriyi her zamanki gibi anonim şekilde paylaşacağız ve bir veri sorumlusu atayacağız" dedi.





20 years **ACENDIS**
Together, all the way.

Your Partner for Medical TURNKEY PROJECTS in Turkey and worldwide...

TURNKEY PROJECTS • FINANCIAL CONSULTING • MEDICAL PLANNING
PROJECT MANAGEMENT • PROCUREMENT • INSTALLATION • TRAINING • AFTER-SALES-SERVICE



acendis.eu

HEADQUARTERS:

ACENDIS
Wohlenbergstr. 5
30179 Hannover
GERMANY

Tel. +49 511 - 1 83 83
Fax +49 511 - 71 77 29
E-mail: contact@acendis.eu

BRANCH TURKEY

ACENDIS TÜRKİYE

Proje Yönetimi / Project Management
Elit Plaza
Şerifali Mah. Kızkalesi Sk. No:1 K:11
34775 Ataşehir / İstanbul - Turkey

Tel. +90 850 885 00 44
E-mail: proje@acendis.eu

KADIN YÖNETİCİLER ŞİRKETLERİN PERFORMANSINI YÜKSELTİYOR!

İşgücüne katılım ve istihdam oranı bakımından kadın ve erkek arasındaki fark tüm dünyada sorun teşkil ediyor.



YASED-Uluslararası Yatırımcılar Derneği İstihdam ve Eğitim Çalışma Grubu tarafından hazırlanan "Kadınların Üst Yönetimde Temsilinin Artırılmasına Yönelik Uygulamalar ve Öneriler" başlıklı raporda, günümüzde kadınların iş hayatına katılımının ve üst yönetimde temsilinin artırılmasına yönelik olarak, uluslararası şirketlerin yürüttüğü çalışmalar ve belirledikleri hedefler, şirketlerin tepe yöneticileri tarafından anlatılıyor.

Kadın-Erkek çalışan sayısı arasındaki farkın azalmasını, şirketlerin performansını yükselttiğini ortaya koyan verilere yer verilen raporda, Türkiye'deki şirketlere ve düzenleyici kurumlara yol haritası olması temennisi ile önemli öneriler sunuluyor. Rapora göre, toplumsal cinsiyet eşitliğinin yanı sıra iş yerinde de cinsiyet eşitliği sağlanması, mevcut olan işgücü ve yetenek havuzundan azami şekilde faydalanmayı mümkün kılıyor ve bu açıdan gerek hissedarların menfaatleri gerekse ekonomik büyüme açısından kritik öneme sahip.

İşgücüne katılım ve istihdam oranı bakımından kadın ve erkek arasındaki fark tüm dünyada sorun teşkil ediyor. Fakat Türkiye'de kadınların katılımı daha da düşük seviyede bulunuyor. İşgücüne katılım oranı dünyada erkeklerde %80, kadınlarda %50 iken, Türkiye'de erkeklerde %71, kadınlarda %30 oranında bulunuyor. İstihdama katılım oranı ise dünyada erkeklerde %75, kadınlarda %50 iken, Türkiye'de erkeklerde %65, kadınlarda %27 seviyesinde.

Basamakları tırmandıkça üst yönetimde ve yönetim kurullarındaki kadın yönetici oranı daha da düşmekte.

Yönetim Kurullarındaki kadınların oranı Avrupa-Amerika ve Avustralya'da %20'ler seviyesinde, Avrupa dışı ortalama %12'lerde. En iyi uygulama %41 ile Norveç'te. Türkiye'de ise bu oran %12.

Oysa, uluslararası araştırmalarda yer alan verilere göre kadınların iş hayatına daha fazla katılımı, hem şirketlerin hem de ülkelerin ekonomik performansını artırıyor:

- Kadınların işgücüne katılım oranındaki %1'lik artışın küresel GSYH'yı 80 milyar dolar artırması bekleniyor.
- Kadınların çalışma hayatına katılma oranlarının erkekler ile aynı seviyeye çıkarıldığı takdirde Amerika Birleşik Devletleri'nin Gayri Safi Yurtiçi Hasılası'nda %5, Japonya'nın Gayri Safi Yurtiçi Hasılası'nda %9 ve gelişmekte olan ülkelerin Gayri Safi Yurtiçi Hasılası'nda çift haneli artışlar olabileceğini gösteriyor.
- Kadın-erkek oranının yakın olduğu kurumların finansal performanslarının sektör ortalamasının üzerinde gerçekleşme oranının %15 olduğunu ortaya koyuyor.

Öyle ki şirketlerin üst yönetiminde cinsiyet oranı farkının azalması şirketlerin kârlılığını artırıyor.

Buna rağmen, tüm dünyada kadınlar iş hayatında yeterince yer bulamıyor. Buna neden olarak iki olgu öne çıkıyor:

- Kadının rolü ve kapasitesi konusunda hem kadının kendisi hem de aile, toplum gibi diğer aktörlerin algısı;
- Şirketlerin ve kurumların kadının ilerlemesine yardımcı olmayan yönetim yapısı.

YASED üyesi uluslararası şirketler arasında yapılan ankete göre ise, kadınların üst yönetimde yeterince temsil edilememesindeki en önemli faktörler şöyle;

- Aile ve kişisel sorumluluklara bağlılık;
- Kadınların rol ve becerileri konusundaki ön yargılar;
- Üst yönetimin kadınların iş yaşamında ilerlemesi konusunda sorumluluk hissetmemesi;
- Networklerden dışlanma.

Anketin sonuçlarına göre, bu engelleri ortadan kaldırmak amacıyla, uluslararası şirketlerde küresel ve yerel seviyede kadın yönetici sayısını artırma odaklı farklı dahil etme stratejileri yürütülüyor. Ankete katılmış olan şirketlerin %89'unun kadın katılımının artması için bariyerleri ortadan kaldıracak uygulamaları bulunuyor. Bu sayede, Türkiye'de uluslararası şirketlerde görev yapan üst düzey yönetici oranları, genel müdür seviyesinde %36, yönetim kurulu seviyesinde ise %29 gibi yüksek oranlara çıkmaktadır.

Üst düzey kadın yönetici sayısının artırılması için orta düzeyde yönetici kaybının önlenmesi ve üst düzeye geçişin önündeki engellerin kaldırılarak, üst düzey yönetici aday havuzuna kadınların yetiştirilmesi ise kritik önem taşıyor.

Şirketlerin küresel uygulamaları arasında "Dahil etme ve Çeşitlilik"; "İşe Alım-Terfi ve Ücretlendirme"; "Hamilelik-Doğum-Annelik"; "İş-Özel Hayat Dengesi"; "Deneyim Kazandırma-Mentörlük-Liderlik" ve "Kamu İşbirlikleri" önemli yer tutuyor.

YASED üyesi uluslararası şirketlerin, "kadın istihdamının artırılması ve kadınların iş hayatındaki konumlarının güçlendirilmesine yönelik en iyi örnek uygulamaları" ve CEO'larının bu konudaki görüşleri ise kısaca şu şekilde:

- *AvivaSA Emeklilik ve Hayat CEO'su Meral Eredenk Kurdaş:* "Aynı pozisyon için başvuran eşit durumdaki adaylar içinden kadın olan tercih ediliyor. Kadın çalışan oranımız %65 seviyesinde. Kadınların daha fazla iş hayatına katılmalarını ve erkek çalışanlar ile eşit şartlarda çalışmalarını hedefliyoruz. Şirketimizin her kademesinde cinsiyet eşitliği sağlamaya büyük özen gösteriyoruz."
- *Bosch Türkiye ve Ortadoğu Başkanı Steven Young:* "Kadın istihdamına verdiğimiz önem sonucunda kadın çalışan ve kadın yönetici sayımız önemli miktarda arttı. Küresel hedefimiz, 2020 yılına kadar kadın yönetici oranını yüzde 17'den 20'ye çıkarmak. Türkiye'de ise bu konuda oldukça yol aldık. Biz Bosch olarak sadece yönetici pozisyonlarında değil yönetim kurullarında da kadınların yer almasını amaçlıyoruz. Türkiye yönetim kurulunda kadın üyemiz bulunuyor."
- *Citibank A.Ş. Genel Müdürü Serra Akçaoğlu:* "Şirketimizde kadın çalışan oranımız %54'dür. Üst düzey yönetim ekibimizin ise yüzde 57'si kadın

yöneticilerden oluşuyor. Citigroup ise alımlarda kadın aday oranına hassasiyet göstererek daha çok kadının iş hayatına girişine katkıda bulunmaya çalışmaktadır. Ayrıca global bazda kadın/erkek oranlarının kariyer ilerlemelerine yansımaları takip edilmektedir. Bankamızın 'Citi Türkiye Kadın Ağı (women network)' bulunmaktadır. Bu platformda yurtiçinden veya yurtdışından başarılı ve ilham verici kariyer hikayesi olan üst düzey yöneticileri çalışanlarımızla bir toplantıda buluşturuyoruz. Kadın Ağı Komitesi değişik alanlarda banka içinde ve dışında farklı projelerle kadınların etkinliğini arttırmaya destek oluyor. Bankamızın özellikle kadın çalışanlarımızın gelişimine yönelik eğitim programları mevcuttur. Globalde verilen 'Başarı için koçluk' ve 'Kadın liderlik gelişim programı' üst düzey yöneticilik rollerine doğru ilerleyen kadın çalışanlarımıza sağladığımız gelişim fırsatlarındandır."

- *Coca-Cola Türkiye, Orta Asya ve Kafkasya Bölüm Başkanı Galya F. Molinas:* "21. yüzyılı 'kadınların yüzyılı' olarak niteliyoruz. Kadınların daha iyi bir dünya yaratacağı ve iş dünyasında rekabet avantajı sağlayacağına olan inancımız ile 2007 yılında Global Kadın Girişimini hayata geçirdik. Bunun ilk ayağını tüm dünyada 2020 senesine kadar 5 milyon kadının ekonomik olarak güçlendirilmesi hedefi oluşturuyor. Dünyada kurumsal şirketler arasında yönetim kuruluna ilk kadın üyeyi 1934'te seçen ilk şirket olarak Global Kadın Girişimimizin diğer ayağını şirketimizde çalışan üst düzey kadın yöneticilerin sayısını artırmak oluşturuyor. Bu amaçla kurduğumuz Kadın Liderlik Konseyi kadın lider sayısını artırmak amacıyla küresel strateji, girişimler ve ölçümler konusunda üst yönetime tavsiyelerde bulunuyor. Konsey ayrıca Coca-Cola sistemi içerisinde tüm seviyelerde kadın çalışanlarımızın lider kadrolarında daha çok yer alması için çalışıyor."

- *Deloitte Türkiye, -Supervisory Board Başkanı Sibel Çetinkaya:* "Organizasyonumuz, kadın erkek oranındaki eşitlik ilkesine yönelik 30 yıl önce Türkiye'de faaliyete geçtiği ilk yıllardan başlayarak gerekli aksiyonları almış ve %50 kadın çalışan oranını yakalamış bir organizasyon. Üstelik kariyer yolumuzun en üst basamağı olan "şirket ortaklığı" görevinde %30 kadın oranı ile üst yönetimde de kadın mevcudiyetini arttırmaya devam ediyor."

- *Dow Turkey Genel Müdürü İsmail İhsan Necipoğlu:* "Liderlik ve üst düzey yöneticilik potansiyeline sahip kadın çalışanlara planlı bir koçluk ve liderlik programı uyguluyoruz. Dow Avrupa Merkezinde görev yapan üst düzey liderlerimiz, bölge içerisinde liderlik ve üst düzey yönetici potansiyeline sahip olan kadın çalışanlarımızın gelişimlerini desteklemek amacıyla, aktif olarak şirket içinde sponsorluk yapmaktadır. Planlı bir koçluk ve liderlik inisiyatifi ile kadın çalışanlarımıza haftalık, aylık toplantılar ile destek vermektedirler. Türkiye içerisinde de bu programa girmiş olan kadın çalışanlarımız bulunmaktadır."



TİM BAŞKANI MEHMET BÜYÜKEKŞİ

İHRACATTA KATMA DEĞER ARTMALI!

Türkiye'nin dış ticareti ile ilgili çok boyutlu bir analiz ihtiyacından yola çıkılarak ilki 2 yıl önce hayata geçirilen, bu yıl da 3'üncüsü ile içeriği üzerinde iyileştirmeler yapılarak daha kapsamlı hale getirilen 'Ekonomi ve Dış Ticaret Raporu', TİM'in Ekonomi Danışmanı Dr. Can Fuat Gürlesel tarafından TİM Ar-Ge Ofisi katkıları ile hazırlandı. Rapor, 2015 yılının dış ticaret verileri için kaynak bir kitap olma niteliğinden öte; ihracat politikası, dış ticarete hedefler, stratejik değerlendirme ve öneriler gibi bölümleriyle de ileriye ışık tutan bir yapıda.

Rapora ilişkin değerlendirme yapan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, "2015 yılında dünya beklentilerin altında büyüdü. Dünya mal ticareti de emtia fiyatlarındaki düşüşler ile geriledi. Ancak ülkemizin imalat sanayi temelli üretici özelliği ön plana çıkarak gelişen ülkeler içinde avantaj sağlama eğiliminde. Ülkemiz, emtia fiyatlarında bu düşüşü maliyet düşüşü anlamında fırsata çevirmelidir" dedi.

Rapora göre son 4 yılın ikisinde net ihracatın büyümeye katkısının negatif olduğunu TİM Başkanı, "Net ihracata dayalı daha hızlı büyümeler için ihracatta katma değer artırılması gerekir" dedi.

TİM Başkanı Büyükekşi "2015 yılında yaşanan düşüşün küresel etkisi yanında, yakın ve komşu ülkelerimizde yaşanan sorunlar da bu hususta etkili olmuştur. Ayrıca yakın coğrafyada yer alan ülkelerin ekonomileri enerji gelirlerine bağlıdır ve enerji fiyatlarının birkaç yıl daha düşük seviyelerde seyredeceği öngörülmektedir. Bu sebeple alternatif pazarlar geliştirme çalışmalarına çok daha fazla önem vermeliyiz" dedi.

2023 ihracat hedeflerine ulaşabilmek için 2015 yılı için belirlenen alt hedefe ulaşmada zorlanıldığını kaydeden Büyükekşi "Dünya ticaretinden aldığımız payı 2015 yılında arttırmış olmamız, hedeflerimize ulaşmamız için yeterli değildir. Yatırım, üretim ve ihracat için çevre

koşullarının iyileştirilmesi ve destek uygulamalarının daha etkin hale getirilmesi gerektiğine inanıyoruz.” dedi.

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Türkiye'nin başta ABD ve Çin olmak üzere büyük pazarlarda payını arttırması gerektiğini belirterek, TTIP gibi uluslararası çapta etkin olabilecek serbest ticaret anlaşmalarına eş zamanlı katılımın zorunluluk haline geldiğini belirterek, "Rapor ilgili kurumlar, kuruluşlar ve en önemlisi ihracatçılar için faydalı bir kaynak ve yol haritası. Detaylı bir şekilde hazırlanmış raporu kişi ve kurumların faydalanabilecekleri önemli bir kaynak olarak değerlendirdik, önceki yılı iyi analiz edip geleceği güvenle bakmak isteyen herkesin yararına olması ümidiyle" diyerek sözlerini sonlandırdı.

TİM'in 'Ekonomi ve Dış Ticaret Raporu'nda öne çıkan bazı başlıklar şu şekilde;

Uzun Vadede Geleceği Şekillendirecek 5 Eğilim Etkili Oluyor!

Türkiye'nin 2023 yılına ilişkin hedeflerine yönelik gerçekleştirmeler ve öngörüler küresel eğilimlerden etkilenmektedir. Bu çerçevede mevcut yaşanan küresel makro eğilimler, uzun vadeli iddialı hedeflere

ulaşılmasını güçleştirmektedir. Geleceği şekillendiren makro eğilimler 5 başlıkta toplanabilmektedir. Bunlar küresel ekonomi, doğal kaynaklar, inovasyon ve teknoloji, demografi ile tüketici davranışlarıdır. Bu başlıklar altındaki eğilimler Türkiye'nin iddialı hedeflerine ulaşmasını güçleştirmekle birlikte aynı zamanda önemli fırsatları da içermektedir.

Bu küresel eğilimler içinde Türkiye'nin 2023 hedeflerine ulaşmasında kendi koşulları ile ortaya çıkan üç engel görülmektedir. Bunlar teknoloji ve inovasyon alanındaki açık, yurtiçi üretim yetkinliklerinin rekabetçiliği kısıtlaması ile bölgesel siyasi ve ekonomik istikrarsızlıklardır.

Tüm engelleri aşabilecek bir anahtar: Sanayi 4.0!

Mevcut küresel eğilimlere ilave olarak 2023 hedeflerine ulaşılmasında belirleyici olacak yeni şekillenen bir eğilim ise Sanayi Devrimi 4.0'dır. Sanayi Devrimi 4.0'ın bireyselleşmiş ihtiyaçlar doğrultusunda şekillenip, değer zincirini yeniden düzenlemesi beklenmektedir. Sanayi Devrimi 4.0 ile ilgili gelişmelerin ve trendlerin iyi izlenmesi ve anlaşılması yüksek katma değerli ihracat artışı için çok önemli olacaktır.



AREL KOLEJİ

Uluslararası IB programları ile
BAŞARILI BİR GELECEK

Duyarlı Sorgulayan
Bilgili
İletişim kuran
Açık fikirli Düşünen
Dengeli. **İlkeli** Cesur Dönüşümlü düşünen

Open minded Inquirers
Knowledgeable
Principled Caring
Courageous **Thinkers** Communicators



dünya insanı yetiştiriyor.

DOĞRU TERCİHLE BAŞLAR

Anaokulundan Üniversiteye...

2016-2017 Eğitim-Öğretim Yılı için;

- **Anaokulumuza** 4, 5 ve 6 yaş grubu öğrenciler rehberlik tanıma çalışması ile
- **İlkokulumuzun** 1. sınıflarına başvuru sırası ve rehberlik tanıma çalışması, 2 ve 3. sınıflarına rehberlik tanıma çalışması, 4. sınıflarına "AREL Düzey Belirleme Sınavı" ile
- **Ortaokulumuzun** 5, 6, 7 ve 8. sınıflarına "AREL Düzey Belirleme Sınavı" ile
- **Fen Lisemizin** 9. sınıflarına TEOG sınav sonuçları ve 10, 11. sınıflarına "AREL Düzey Belirleme Sınavı" ile
- **Anadolu Lisemizin** Hazırlık ve 9. sınıflarına TEOG sınav sonuçları ve 10, 11. sınıflarına "AREL Düzey Belirleme Sınavı" ile öğrenci alınacaktır.

www.arel.k12.tr

Merkez Mahallesi, Selahattin Pınar Sokak, No:3, 34197 Yenibosna - Bahçelievler / İstanbul
Tel: (0212) 550 49 30 (pbx) - 630 35 05 (4 hat) Faks: (0212) 550 77 82 E-posta: arel@arel.k12.tr





AKSA JENERATÖR CEO'SU ALPER PEKER

AMERİKA'DA ÜRETİM YAPAN İLK VE TEK TÜRK JENERATÖR MARKASI AKSA JENERATÖR!

2025 yılında 1 milyar dolar ciroyla dünyada ilk üçün içinde olmayı hedeflediklerini dile getiren Aksa Jeneratör CEO'su Alper Peker, dünyanın dört bir yanında satış ve satış sonrası hizmet noktası bulunan Aksa'nın Amerikan standartlarında üretim yapan ve Amerika'da üretim tesisi bulunan tek Türk şirketi olduğunu ifade etti.

Türkiye'de jeneratör deyince ilk akla gelen marka Aksa Jeneratör'dür. Otuz yılı aşkın süredir jeneratör üretimi yapan Aksa sadece Türkiye'de değil dünya çapında da üretim tesislerine sahip ve global ölçekte zirve yarışında varlık gösteriyor. Biz de global hedeflere sahip Aksa Jeneratör'ün CEO'su Alper Peker ile bu hedefleri ve sektördeki gelişmeleri konuştuk.

Alper Peker kimdir? Öncelikle buradan başlamak isteriz röportaja...

2002 yılından bu yana Aksa Jeneratör'de görev yapıyorum. Finans kökenliyim. Kazancı Holding'in Mali İşler departmanında çeşitli görevler aldıktan sonra 2007 yılında Asya- Pasifik genel müdürlüğü görevinde bulundum. Burada kazandığım tecrübe ve bilgi birikimim ile şu an Aksa Jeneratör'ün globaldeki ve Türkiye'deki operasyonlarını yönetmekteyim.

Günümüzde birçok kurumda olduğu gibi Aksa Jeneratör de, kariyer yapma imkanlarına sahip kurumlardan birisi olsa gerek...

Doğrudur. Aksa Jeneratör'ün insan kaynakları politikası uzun vadeli planlara dayalıdır. Tüm ekip arkadaşlarım için bu geçerlidir. İşini iyi yapan, gelişmeleri takip eden, zamanı yakalayan tüm arkadaşlarımız günün birinde en yüksek pozisyonlara gelmeleri yönünde gerekli kariyer planlamaları yapılmaktadır.

Aksa Jeneratör'ün bugün bulunduğu konumu özetle anlatabilir misiniz?

Yaklaşık 50 yıldır elektrik motor üretim tecrübesiyle, 32 yıldır da jeneratör üretimi yapan Aksa, Türkiye'de yüzde 50'nin üzerinde payla açık ara pazar lideridir. Dünyada ise ilk 5'in içindedir. Aksa'nın gelişmesindeki en büyük etken dışarıya dönük bir firma olmasıdır.



Yaklaşık 20 sene önce ilk yurtdışı ofisini Singapur'da açmıştır. Dünyanın dört bir yanında satış ve satış sonrası hizmet noktası bulunan Aksa bunun yanında Amerikan standartlarında üretim yapan ve Amerika'da üretim tesisi bulunan tek Türk şirkettir. Çin'de dünyanın en büyük jeneratör fabrikasına sahip olan Aksa Jeneratör bugün global standartlarda üretim yapan bir dünya markasıdır.

Bugün jeneratör sektöründe nasıl bir rekabet var?

Rekabet koşulları zaman zaman bizi de etkilemektedir. Normal rekabet markamızın değerinden dolayı bizi zorlayan bir etken değildir. Bizi en çok zorlayan haksız rekabettir. Bizi en çok zorlayan şartlar Türkiye pazarındadır. Afrika'da dahi satılmaması gereken jeneratörler Türkiye pazarında yer bulmakta, tüketiciler bu jeneratörleri alıp kullanmaktadır. Fakat herhangi bir elektrik kesintisinde dahi bu jeneratörü kullanamayıp, jeneratörleri olduğu halde enerjisiz kalmaktadır.



Pazarda bu tür ürünlerin oranı nedir?

Yaklaşık yüzde 25 civarında olduğunu tahmin ediyoruz.

Peki, bunlar yasal yollardan mı giriyor?

Evet, yasal yollardan giriyor. Ama ürünler çok kalitesiz ve yetersiz.

O zaman zarar ve tehlike de doğuruyor bu ürünler sonuçta...

Tabii. Elektrik kesintilerinden sonra özellikle 31 Mart 2015'teki kesintiden sonra çağrı merkezimizi arayanların sayısı bir anda 5-6 kat arttı. Gün sonunda yaptığımız arıza talep analizleri ışığında gördük ki çağrı merkezimizi arayanların neredeyse yüzde 95'i Aksa müşterisi değil. O gün jeneratörlerinde sıkıntı yaşayan vatandaşlar kesinti halinde nereye ulaşabileceğini bilememişler ya da aradıkları kuruluşlarda muhatap bulamamışlardı. En son çare olarak da Aksa'dan yardım talep etmişlerdi.

Bu kalitesiz ürünler nasıl oluyor da Türkiye'ye girebiliyor? Standardizasyonda sorun mu var?

Buradaki en büyük sorun müşterinin tam bilinçli olmaması. Öncelikle jeneratör ne için alınıyor? Elektrik kesintisi sırasında çalışıp elektrik üretmesi için. Siz de biliyorsunuz ki ülkemizde çok sık elektrik kesilmiyor. Bu yüzden jeneratörler yılda 150-200 saat çalışmaktadır. Tüketiciler de ilk aldıkları zaman jeneratörün yatırım maliyetine bakıyorlar. Nasıl olsa elektrik çok kesilmiyor mantığıyla ucuz ürünlere yöneliyorlar. Ancak uygun şartlarda üretilmeyen jeneratörler ilk kesintide arıza çıkarıyor. Satış sonrası servis imkanları da olmadığından konu ile ilgili muhatap ya da ürünün yedek parçasını bulamıyorlar. Jeneratörler ucuz bir yatırım ürünü değildir. O sebeple jeneratör ile ilgili yaşanan sıkıntılar kişilerin ya da kurumların ihtiyaç anında yararlanmak üzere yedek enerji kaynağı olarak yaptıkları yatırımları boşa çıkarmaktadır. Enerjisiz kalınan her dakika hem yatırımcıya hem de ülke ekonomisine zarar olarak yansımaktadır. Bu yüzden enerji güvenliği riske atılmaması gereken çok önemli bir değerdir.



Satış sonrası servis konusunda yaptırımlar yok mu?

Yaptırımlar var fakat karşınızda muhatap bulamıyorsunuz sonuç olarak. Muhakkak sonunda Aksa'yı buluyorsunuz. Aksa olarak önceliğimizi kendi müşterilerimize verip, sonrasın da ise uzmanlığımız ile herkese yardım etmeye çalışıyoruz.

2015 yılı Aksa Jeneratör açısından nasıl bir yıl oldu?

2015 herkesin bildiği gibi çok kolay bir yıl olmadı. Özellikle çevre ülkelerdeki problemlerden dolayı... Rusya'da ve aynı şekilde Azerbaycan, Kazakistan, Mısır'da ekonomi yavaşladı. Fakat biz Aksa olarak 2015 yılında 2014'e göre global anlamda büyüdük. Çünkü operasyonlarımızın yaklaşık yüzde 65'i yurtdışında, yüzde 35'i yurtiçinde. 2015 yılında satışlarımız yaklaşık 400 milyon dolar civarında gerçekleşti. Adet olarak da 40 binlere ulaştık. 2015 içinde bulunduğumuz koşullara göre sonuç olarak iyi geçti.

Vartık gösterdiğiniz dış pazarlar hangileri?

Özellikle Amerika. Amerika'da işletmemiz var. Orada Amerika standartlarında üretim ve satış yapıyoruz. Güney Amerika; özellikle Brezilya, Arjantin, Şili'de; Afrika'da, Mısır'da, Cezayir'de varız. Gana'da işletmemizi açtık. Güney Afrika'da işletmemiz var. Dubai'de özellikle Jebel Ali Free Zone içinde çok büyük ofisimiz ve depomuz var. Asya Pasifik tarafında Filipinler'de büyümeye devam ediyoruz. Çin'de üretim tesisimiz var. Endonezya, Avustralya'ya jeneratör satıyoruz.

Çin'deki tesis tamamen Çin'e satış yapmak üzere mi kurgulandı?

2012 yılında Çin'de dünyanın en büyük fabrikasının açılışını gerçekleştirdik. Çin'deki tesisimizin üretimi ağırlıklı olarak Çin ve Asya-Pasifik ülkelerine yönelik yapılıyor. Çin pazarında epey bir satışımız var. Çok kolay bir Pazar değil Çin. Birçok ucuz ve kalitesiz jeneratörün bulunduğu Çin pazarında Çinlilere gerçek kaliteli jeneratörü gösterdik, Çinliler de Aksa'nın kalitesinin farkına vardılar.

Son zamanlarda her sektörde olduğu gibi jeneratör sektöründe de çevreci ürünler gündeme geliyor. Ciddi bir talep var mı tüketici tarafında, yoksa siz mi öncülük yaparak bu ürünleri geliştirmek için çalışıyorsunuz?

Aksa, Türkiye'de ilk doğalgazlı jeneratörü yapan firmadır. Son zamanlarda hibrit jeneratörlerin üretimine geçtik. En son geçen ay Almanya'da Bauma Fuarı'nda Hibrit Jeneratör teknolojisini sergiledik. Çevreci ürünlere tabii ki pazarın talebi var. Biz de firma olarak doğayı koruma adına çevreci bir firma olduğumuz için bu ürünleri ön plana çıkartmaya çalışıyoruz. Bu ürünleri daha fazla fuarda müşterilerle tanıştırmayı amaçlıyoruz. Standart dizel jeneratörlerimizde de çevre kavramına çok önem veriyoruz. Öncelikle kullandığımız boyaların çevreye zarar vermemesine, kullandığımız yağın, yakıtın bakım sırasında toplanıp atık merkezine gönderilmesine dikkat ediyoruz. Özellikle yenilenebilir enerjili jeneratörleri daha fazla geliştirmeye gideceğiz. Hibrit jeneratör de bunlardan bir tanesiydi. Teknolojimiz ile özellikle Telekom sektöründe kullanılan bir sistem ile uzak noktalardaki jeneratörlerin çalışırken akülerinin beslenmesini, aküleri dolduktan sonra ise jeneratörün durup akülerden tekrar elektrik beslenmesi sağlanıyor. Böylece hem yatırımcıya daha ekonomik işletme gideri hem de daha az gaz salınımı sağlayarak çevreye duyarlılığımızı göstermekteyiz.

Genelde maliyet olarak çevreci ürünler daha pahalıdır. Sizin sektörünüzde maliyetler nasıl?

Bizim sektörümüzde de aynı. İlk yatırım maliyeti olarak yüksek. Fakat uzun vadeli olarak düşündüğümüz zaman bunun avantajları daha fazla.

Geçmişte taahhüt işleri yapan bir firmaydınız, şimdi de kamu işlerinde, büyük projelerde var mısınız?

Varız. Askeriye, telekom, havaalanları, emniyet, devlet hastaneleri, büyük adliyeler... yani aklınıza gelen her alanda varız. Bu alanlardaki çalışmalarımız artarak devam edecek. Dünyada da büyük havaalanlarında, Örnek olarak; pek çok ünlü araba fabrikalarında,

elektronik eşya fabrikalarında, Amerika'da büyük üniversitelerin kampüslerinde, Brezilya'da Amazon Ormanları'nda varız. Fransa'nın tek deniz aşırı toprağı Yeni Kaledonya'nın neredeyse tüm elektriğini Aksa sağlıyor. Kısacası dünyanın her tarafında büyük projelerle varız.

Ar-Ge'ye her yıl ne kadar pay ayırıyorsunuz?

Öncelikle Türkiye'de ve Amerika'da Ar-Ge ekiplerimiz var. Toplam ciromuzun önemli bir kısmını araştırma-geliştirmeye ayırıyoruz. Özellikle Amerika ve Çin'deki fabrikalarımız High Tech Sertifikaları'na haiz ve bu fabrikalardan dolayı devletten bir vergi avantajı da sağlıyoruz. Ar-Ge yapmadan jeneratör üretimi imkansız. Özellikle çevreci ürünler, sessiz jeneratörler, daha kısa sürede devreye giren jeneratörler ve en önemlisi elektrik kesildiği zaman çalışabilen jeneratörler yapmanız için Ar-Ge yapmanız lazım. Aksa Jeneratör olarak jeneratörleri uzaktan takip sistemine de sahibiz. Müşterilerin onayı doğrultusunda jeneratörlere uzaktan erişim hizmetimizle jeneratörlerin tüm teknik kontrollerinin yapılmasını sağlıyoruz.

Yetişmiş insan gücü bakımından sektörde ne gibi sıkıntılar yaşıyorsunuz. Siz bu anlamda neler yapıyorsunuz?

Aksa Jeneratör bir akademi gibidir. Tabii 30-35 senelik tarihsel gelişimden bahsediyoruz. Aksa Jeneratör'e gelen satış personeli öncelikle fabrikamızda çalışmaya başlar. Jeneratörün nasıl yapıldığını, jeneratörün ne olduğunu görüp, montaj hatlarında teknik üretim ekibiyle beraber jeneratörü yapıp, anlayıp daha sonra satış işine geçiş yaparlar. Çünkü bir işi yapacaksanız en iyisini yapmak zorundasınız. En iyisini yapmak için de en iyi şekilde öğrenmeniz gerekiyor. Bunun yanı sıra kurum içinde fabrikada bulunan teknik ekiplerimiz çeşitli seminer, çalıştay ve sempozyumlarla tüm çalışanlarımıza güncel teknolojik gelişmeleri dönemsel olarak aktarmaktadırlar.

Sektörde bir de 2.el ve kiralama piyasası var, bu noktada sizde de bir yapılanma var sanıyorum. Bu konuda nasıl bir çalışma yürütüyorsunuz?

Aksa olarak özellikle kiralama tarafında oldukça aktifiz. Türkiye'nin en büyük filosuna sahibiz. Türkiye'de 1.000 adet kiralamaya hazır jeneratörümüz bulunmaktadır. Türkiye'nin büyük şehirlerinde lojistik merkezlerimiz vardır. Kiralık jeneratörler özellikle büyük şantiyelerde tercih ediliyor. Bunun yanı sıra, çeşitli organizasyonlarda da varlık gösteriyoruz. G20 Zirvesi'nin gerçekleşmesinde tüm enerji desteği Aksa Jeneratör tarafından sağlamıştır. NATO toplantılarında, Birleşmiş Milletler toplantılarında jeneratör kiralama hizmetleri verdik. Tüm önemli büyük organizasyonların gerçekleşmesinde de Aksa Jeneratör kiralamanın imzası yer almaktadır.



Aksa Jeneratör'ün uzun vadeli büyüme hedefleriniz nelerdir?

Bizim 2025 hedeflerimiz var. Bugün 400 milyon dolar olan satışlarımızı 2025 yılında biz 1 milyar dolar olarak öngörüyoruz. Bunun için de yol haritalarımızı çıkardık ve kararlılıkla ilerliyoruz. Hindistan tarafında bir atılım yapacağız. Hindistan, Brezilya ve Avustralya'daki işletmelerimizi devreye alıp gelişimimizi Afrika'da; Güney Afrika ve Gana'da sürdürüp, dünyada ilk 5'teki yerimizi ilk 3'e taşıyacağız.

Aksa Jeneratör 2016 yılına nasıl girdi? 2016 itibariyle hedef ve beklentilerinizin neresindediniz?

2016 yılının ilk çeyreğinde geçen senenin biraz üzerindeyiz. 2016'yı genel olarak düşündüğümüz zaman geçen senenin yüzde 10 üzerine bir büyüme gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Global ekonomik göstergelerin olumlu olmamasına rağmen Aksa, Dünya çapına yayılmış 300'e yakın satış noktası ve yaklaşık 1.000 kişilik özverili ve tecrübeli ekibi sayesinde bu hedefe yılsonunda ulaşacaktır.



TEMSA GENEL MÜDÜRÜ DİNÇER ÇELİK

TEMSA, TEKNOLOJİ ŞİRKETİ OLACAK!

{ Temsa'nın sektörde insan kaynağı ve yenilikçiliği ile farklılaştığına dikkat çeken Genel Müdür Dinçer Çelik, son birkaç yılda geliştirdikleri Smart Mobility konseptiyle sadece otobüs üreten bir şirket olmaktan çıkıp bir teknoloji şirketine dönüşmeye başladıklarını vurguladı.

Türkiye'nin en dinamik sektörlerinden birisi olan otomotiv sektöründe faaliyet gösteren Temsa, otobüs segmentindeki üretimi ve yenilikleriyle göz doldurmaya devam ediyor. Nisan ayında yeni elektrikli şehir içi otobüsü MD9 electriCITY'nin tanıtımını yapan Temsa'nın Genel Müdürü Dinçer Çelik ile Temsa'nın hedeflerini ve otomotiv sektöründeki gelişmeleri konuştuk.

Otomotiv sektöründe genel görünümü değerlendirerek başlayalım isterseniz...

Otomotivde şu anda güçlü bir görüntü var. İhracat güçlü devam ediyor. Otobüsün de ihracatı açıkçası iyi gidiyor. Ama iç pazarda otobüs tarafında yüzde 30'luk bir daralma var Otomobilde, ticari araç tarafında o denli bir daralma yok. Onlarya başa baş veya biraz artıdalar.

İlk çeyreğini geride bıraktığımız 2016 için nasıl bir değerlendirme yapabilirsiniz?

Çok ciddi jeopolitik sıkıntılara rağmen Türkiye'nin ekonomik göstergeleri şu anda gerçekten olumlu. Ancak

Türkiye'nin bu rakamların yanında iyi gitmeyen tarafı turizm. Turizmde çok ciddi bir durgunluk var. Bu bizi etkileyen bir gerçeklik. Ancak yine de Temsa olarak ilk 3 ay için satış rakamları ve teslimatlar olarak sektör ortalamasının çok üzerinde seyrediyoruz. Piyasadaki olumsuz yansımaya rağmen kapasitemiz dolu. Hatta şimdiden 2017 için konuştuğumuz işler var. Önümüzdeki birkaç ayda fazla mesailerimiz de var. Bu anlamda biz de bu moralimizi hem sektöre hem etrafa yansıtmaya da çalışıyoruz. Pozitif şeylere daha çok ihtiyacımız var. Çünkü negatiflik daha hızlı yayılıyor. O anlamda biz açıkçası bu iyi görüntünün, iyi gelişmenin devam etmesini ve diğer sektörlerle de yansımalarını istiyoruz.

Peki, sizi bu piyasada farklılaştıran özellikler nelerdir?

Birkaç tane etken var. Bir tanesi; ekibimizin enerjisinin çok yüksek olması. Bu son derece önemli. Pozitif düşünen, enerjisini işine, müşterilerine ve iş ortaklarına yansıtan bir ekibimiz var. Ve açıkçası bu da ticaretin bize kaymasına yol açıyor. Bu birkaç yıldır böyle devam



ediyor. İkincisi, ürün konusunda ciddi bir şekilde lideriz diyebiliyoruz. Geçen sene 8 yeni ürün lansmanımız oldu. Bu sene de yine 8 yeni ürün lansmanı planlıyoruz. Zaten ilk 4 ayda 4 yeni ürünü pazara sunduk. Önümüzdeki aylarda da güzel lansmanlarımız olacak. Ürünlerimizin hepsi Euro 6 standardında. Toplamda 25 tane ürünümüz var, 3 tanesi Amerika için, 22 tanesi Türkiye ve Avrupa için. Bir yılda 2.500-3.000 adet araç üreten bir şirket için açıkçası bu kadar ürünün yönetilmesi son derece iddialıdır. Biz 3 segmentte olan tek üreticiyiz: midibus, şehir içi otobüs, şehirlerarası otobüs. Hem Türkiye’de hem Avrupa’da hem Amerika’da hem de Ortadoğu ülkelerine satış yapacak uygun araçlarımız var. Lübnan’a, Kamerun’a, Fildişi Sahili’ne sevkiyatlarımız oluyor. Bugüne kadar toplam 66 ülkeye ihracat yaptık. Geçen sene yaklaşık 20 ülkeye satış yaptık. Bu sene de bir o kadar farklı ülkeye satışımız olacak. Değişik regülasyonları takip edebilen, değişik ülkelerin taleplerini karşılayabilecek çok sağlam dizayn ofisimiz ve homologasyon ofisimiz var.

Ar-Ge için neler söyleyebilirsiniz?

Ar-Ge’de 185 kişilik bir ekibimiz var. Türkiye’nin yeni kanunla kurulmuş ilk Ar-Ge merkezidir. Yani 1 numaralı Ar-Ge merkezi Temsa’nın. Ar-Ge merkezi derken, sadece ofislerden bahsetmiyorum, yaklaşık 5 bin metrekarelik çok büyük workshop’umuz var. Ve bütün yeni araçları yaptığımız bir yer. Üniversitelerle, tedarikçi şirketlerle işbirliklerimiz var. Temsa bilgi üreten, yeni tasarımları yapan, işin mutfağında olan bir şirket. Biz yeni ürün sürecinde işbirliklerine çok önem veriyoruz. Mesela elektrikli araçlarımızın bir tanesini Aselsan ile birlikte yapıyoruz. Bunun da lansmanını tahmin ediyorum Haziran ayının ikinci yarısında Aselsan’ın Ankara

tesisinde yapacağız. Türkiye’nin ilk yüzde 100 yerli aracı olacak. Temsa’nın yenilikçi tarafı çok öne çıkmaya başladı. Buna dair örneklerimiz çok: Türkiye’nin ilk akıllı otobüsünü Temsa yaptı. 2015 yılı Aralık ayında İstanbul’daki Transist Fuarı’nda tanıtımını yaptık. Bir cep telefonu ile otobüsün motorunu çalıştırabiliyorsunuz, kapısını, ışıklarını, farlarını açabiliyorsunuz, ısıtıyorsunuz, soğutuyorsunuz, arabayı eğebiliyorsunuz, kaldırabiliyorsunuz, durduruyorsunuz. Araçtaki yolcu sayısını izliyorsunuz, şoförün aracı kullanma alışkanlıklarını izleyebilirsiniz. Aracın yakıtını, yağ durumunu, aracın ne zaman bakıma gireceğini, aracın bakım gereken ekipmanı olup olmadığını izleyebileceğiniz dataları, yani big datanın yönetimi konusunda yine ilk örneği biz başardık. Çok da ilgi gördü. Yurt dışı fuarlara gitmesi için özel talepler geliyor.

Yani Smart Mobility üzerine oturtulmuş bir ürün değil mi?

Smart Mobility kavramını biz yaklaşık 1,5 yıl önce Temsa’nın alt logosu olarak geliştirdik, bunun isim haklarını da aldık. Ve evet, ürünlerimizi smartmobility platformlarına taşıyoruz.

Peki, SmartMobility’niң çıkışı nasıl oldu?

Siz de izliyorsunuz; internetofthings deniyor, dördüncü sanayi devriminden bahsediliyor. Sonuçta; son kullanıcının, müşterilerin görülmüş ya da görülememiş ihtiyaçlarının ve geleceğin ihtiyaçlarının anlaşılması için mutlaka farklı kullanmanız gereken birtakım kaldıraçlar var. Bu bizim işimizde de geçerli. Biz sadece otobüs üreticisi değiliz, biz mobilityprovider, yani insanların ulaşımını destekleyen, ulaşımına en iyi araçları hazırlatan bir şirket olacağız. Açıkçası, teknoloji sağlayıcı

bir şirket olma yoluna girdik. Smart Mobility bu yolda ortaya çıkmış bir kavram.

Tamamen bir teknoloji şirketi mi olacaksınız zamanla?

Bunlar önce düşünmekle, hayal etmekle başlıyor. Şu anda yaptığımız örnekler çok güçlü bir şekilde bu tarafta gelişiyor. Mesela elektrikli araçlarımızın bütün yazılımını bizim ekibimiz yapıyor artık. İşin mutfağında ekibimiz var, iş ortaklarımız var. Yani dışarıdan yazılım paketi almıyoruz. Bu anlamda gelecek buralardaysa biz şimdiden güzel örnekler vermeye başladık. Bizim farkımız 'smartmobility' ye olan inancımızdan geliyor.

Evet, bu yenilikçilik. Ama sektörün geneline baktığımızda bunu ne kadar görebiliyoruz?

Örnekler var elbette, bizim yaptığımız işlerin çok beğenildiğini de görüyoruz. Bir de Türkiye'de teknolojiye ciddi şekilde ilgi var. Şimdi Sanayi 4.0 üzerine çok sayıda sempozyum, konferans ve çalışma var. Mayıs ayı başındaki Genç Türkiye Zirvesi'nde ben bu konuda bir konuşma yaptım. Temsa içinde yenilikçi girişimcilik konusunda bir grubumuz var. Tamamen gönüllülük esasında oluşmuş bir ekip. Bu arkadaşlarımız bir smartmobility şirketi gelecekte nelerle ilgilenir? Bu şirketin hangi yetkinliklerle donanması lazım? Soruları üzerinde çalışan, fikirler üreten bir ekip. Arkadaşlarımız bu fikirleri etraftaki üniversitelerle paylaşıyorlar, oralardan yeni fikirlerle dönüyorlar. Ekip, üniversitedeki gençlere ulaşıyor, oralara heyecanı taşıyor. Bu heyecan tüm şirkette yeni uygulamalara yol açıyor. En iyi, en farklı ürünleri veren bir şirkette çalışmak çalışanların ilgisini artırıyor, onlara gurur veriyor. Çalışanlar içinde oldukları şirketin gelecek vizyonu olmasını, gelecek teknolojilerini uygulayan, yenilikler üreten bir şirket olduğunu görmek istiyorlar. Ve şirketleriyle, ürünleriyle gurur duymak istiyorlar.

Anladığım kadarıyla üniversite-sanayi işbirliği anlamında proaktif bir şirketsiniz...

Biz üniversitelerin ve şirketlerin beraber çalışma ortamlarının sağlanıp nasıl büyütüleceğinin yollarını iyi bulduğumuzu düşünüyoruz. Ama açıkçası şu anda üniversiteler tarafında da çok ciddi bir ihtiyaç, bir arayış ve iyi bir destek olduğunu da görüyoruz. Bu çalışmaların bir de iyi ürünlerle desteklenmesi lazım. Bunların da çıktığını görüyoruz net bir şekilde. Biz araçlarımızın tasarımlarının bir kısmını üniversitelerle ortak yapmaya çalışıyoruz. Üniversitelerde ciddi uzmanlıklar var. Ve bu uzmanlıkların hepsinin bizde olması gerekmiyor. Bu noktada biz iyi bir destek görüyoruz üniversitemizden.

Bu işbirliğini konuşurken insan kaynağını da konuşalım. Sizin bu konuda nasıl bir politikanız var?

2015 başından bu yana şirketimize ağırlıklı Ar-Ge ve teknoloji tarafına olmak üzere 60 kadar yeni çalışan kattık. Genelde çalışanların bizim kültürümüzde yetişmesini, bizim değerlerimizle geleceğe hazırlanmasını arzuluyoruz. Yeni mezunları



tercih ediyoruz. Mekatronik, elektrik – elektronik ve yazılımcılar öne çıkıyor. İnisiyatif kullanabilen, çözümcü , görüşünü aktarabilen ama ille de takım oyuncusu arıyoruz. Geçen sene üretim tarafında ise 100'den fazla çalışana işe aldık. Bu sene de şu ana kadar 100 çalışana işe aldık. Dolayısıyla bu sene de büyümemiz devam ediyor. Üniversite-Sanayi işbirliğini önemsiyor ve destekliyoruz. Bir de özellikle engelli çalışanlara anlamlı işler veriyoruz. Bu konuda 12 Mayıs'ta da güzel bir aktivitemiz oldu burada. Temsa, engellilere en doğru işleri bulma konusunda son derece öne çıkmış durumda.

Elektrikli araç konsepti son yıllarda Türkiye'de de dünyada da çok tartışılıyor, elektrikli araç konusunda gelişmeleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Elektrikli araç konusunda iki kaldıraç var. Birincisi yakıt konusu ve ikincisi de emisyon yani çevreye duyarlılık konusu. Biz Türkiye olarak Avrupa'daki regülasyonları izliyoruz. En son Euro 6'ya geçildi ve açıkçası Euro 6'ya uygun araçların emisyonu son derece düşük, çevreye salınım anlamında tamamen çevreci ürünler. Euro 1 standardının çıktığı 20 yıl öncesine göre partikül ve karbonmonoksit salımı son derece düştü. O anlamda açıkçası iyi bir noktaya gelindi. Türkiye'deki araç parkının henüz çok azı Euro 6'da. Araç yenileme hızıyla eski araçlar oldukça azalıyor, yavaş yavaş piyasadan çekiliyor. Elektrikli araçlarda en önemli konu: batarya ve bataryanın yönetimi. Şimdi burada en gelişmiş ve dünyada en fazla yatırım yapan ülke Çin. Çin'deki üreticilerin ne ABD'deki ne de AB'deki regülasyonları takip etmeleri neredeyse imkansız. Çinli üreticiler artık Euro standartlarını da hibrit teknolojiyi de bıraktılar, tamamen elektrikli ile ilgileniyorlar. Gelişmiş ülkeler ne istiyor? Araçtan dışarıya bir salım olmasını istiyor. Elektrikte yok zaten. Hibrit araçlar ise 5-10 yıllık ara çözüm. O yüzden biz de hiç hibritle uğraşmıyoruz.

Hibrit bizim gündemimizde yok. Tamamen elektrikli araç üretimine odaklandık.

Hibritteknolojiler çok tartışıldı, hatta gelecek hibrit araçlarda dendi...

Hibrit teknolojiyi hem çok pahalı hem de ara çözüm. Bu Avrupa'da niye yayıldı dersiniz? Avrupa'da yayılmasının sebebi dizel motor üreticilerinin bir müddet hayatlarını devam ettirmesi gerekiyor ve ara çözümlere ihtiyacı var. Yepyeni bir yatırım açıkçası onlar için zor olacaktı, o yüzden ara çözümler gelişti. Türkiye'de ise biliyorsunuz motor üretimi olmadığı için özellikle Türkiye gibi ülkeler, Afrika ülkeleri açıkçası bu konudaki elektrikli araçlara açık ülkeler. Türkiye'de de ciddi şekilde elektrikli araç konusunda ziyaret edilen belediyeler var, ilgi duyan belediyeler var. Bu bir gerçeklik. Ama şu anda ciddi menzil, teknoloji ve maliyet konusu tartışılıyor. Şu anda elektrikli araçların yayılmasındaki engel maliyet. 2.5-3 katı kadar daha pahalı. Yani şu anda çok anlamlı değil. Ne zaman anlamlı hale gelecek? Bataryalar biraz daha ucuzlayacak. Bu değişimin de 2 ile 5 yıl arasında olacağını düşünüyorum. 10 yıl sonra satılan tüm şehir içi araçların Türkiye'de elektrikli olmasına şaşırılmamak lazım.

Bazı şehirlerde elektrikli araç üretimi konusunda bir heyecan, bir beklenti var. Ama sizin söylediğiniz şekilde elektrikli teknolojiye geçmezsek bir kaynak israfı da olacak gibi...

Elektrikli araçlar şu anda ilk yatırım olarak pahalı. 2 yıla kadar anlamlı iyileşme olacak, teşvikler çıkacaktır. Türkiye'de biz kurumları ziyaret ederek teknolojiyi ve gelişmeleri anlatıyoruz. Aselsan ile yapacağımız aracın Türkiye'de bir devrim yaratacağına inanıyoruz. Hem de Türkiye'nin ilk % 100 yerli aracı olacak. Biz iç talebin zamanla artacağını bekliyoruz, hazırız. Ama bu arada yurt dışından da talepler geliyor. Özellikle çevreci ülkelerde ciddi destekler veriliyor. Buralarda erken satışlarımız olacaktır.

Türkiye'de otobüste pazar payınız nedir?

Otobüste son 2 yıldır yüzde 30 a yakın pazar payıyla lideriz. Otobüs tanımının içinde hem midibüsler var hem şehir içi hem de yüksek tabanlı şehirlerarası otobüsler var. Segmentlere baktığımızda; şehir içinde bizim payımız



daha yüksek. Midibüste rakiplerimize çok yakınız. Şehirlerarası otobüste ise ikinci durumdayız. 2014 ve 2015 böyle geçti ama bizim Maraton adlı aracımız ortada yoktu. Maratonun gelmesiyle dengeler değişiyor. Maraton aracımız hem 12 metre hem 13 metre, hem VIPhem 2+2 koltuklu. Keza Safir Plus aracımız da aynı konfigürasyonda. Yani hem üst hem de orta segmentte en çok ürünlü-iddialı oyuncu olduk. Turizmde de varız; şehirlerarası yolcunun aradığı 2+1 koltuklu araçta aranan ürünü üretiyoruz. Bu otobüs düz tabanlı, yani koridorsuz olduğu için 2+2'ye de geçişleri yapabilirsiniz. Beş sene şehirlerarasında kullanıp daha sonra turizm taşımasında az bir masrafla kullanabilirsiniz. İkisinin de regülasyonunu sağlamış durumdayız.

Son olarak da dış pazarı konuşalım isterseniz. Mesela ABD'ye yönelik, Avrupa'ya yönelik önemli işleriniz, önemli ürünleriniz var. Çalışmalarınız ne yönde?

Temsa'nın bir özelliği de dış pazarların hepsinde bulunabilmesi ve satış yapabilmesi. Biz Avrupa'da ve Amerika'da değişik segmentlerde ve değişik konumlandırmalarla devam ediyoruz şu anda. Amerika'da lüks midi segmentteyiz. Orada kendimize hedef aldığımız müşteri grubumuz farklı. Mesela; Google, Twitter gibi şirketlerin çalışanlarını taşıyan bir şirketin en önemli tedarikçisiyiz biz. Amerika'da kamyondan bozma, maliyeti gibi konforu da son derece düşük otobüslerle yolcu taşıyor. Bizim aracımız ise uçak konforunda ve kullanışlı bir şoför kabinine ve çok iyi görüş alanına sahip. Bizim otobüslerimiz bu anlamda çalışanlar ve şirketler tarafından tercih ediliyor. Bu konuda açıkçası bir fark yarattık. Şimdi ABD'li şirketler bizi takip etmeye, bizim otobüslerimizi taklit etmeye başladılar. Bu müthiş güzel bir şey. Avrupa'da da Temsa'nın marka bilinirliği son derece iyi. Sektörde bizi bilmeyen yok Avrupa'da. Ancak bizim volümümüz rakiplere göre düşük. Özellikle Almanya sektöründeki büyük oyuncuların çıktığı, büyüdüğü bir pazar. Onların oyun alanlarında daha farklı segmentler ve niş alanlar bulma konusunda yavaş yavaş uzmanlığımız artıyor, yeni oyun alanları oluşturuyoruz.



AREL EĞİTİM KURUMLARI YÖNETİM KURULU ÜYESİ MÜNEVVER GÖZÜKARA

AREL KOLEJİ, IB SİSTEMİYLE EĞİTİMDE FARK YARATIYOR!

AREL Koleji'nin eğitimde IB (International Baccalaureate: Uluslararası Bakalorya) sistemini uyguladığını vurgulayan AREL Eğitim Kurumları Yönetim Kurulu Üyesi Münevver Gözükara, bu sistemi başarıyla uygulayan öncü eğitim kurumlarından biri olduklarını ifade etti.

AREL Koleji, 1990-1991 Eğitim ve Öğretim Yılı'nda AREL Anaokulu, İlkokulu, Ortaokulu ve Anadolu Lisesi ile eğitim çalışmalarına başladı. İlk mezunlarını 1994 yılında verdi. 2007 yılında ortaokul ve lise sınıfları için Uluslararası Bakalorya Orta Yıllar Programı (IB-MYP) uygulamalarında başarılı görüldü ve otorizasyon alarak IB okulu olmaya hak kazandı. İlköğretim okulu ise 2008 yılında IB programına dahil oldu. 1990 yılında kurulan AREL Koleji bugün, Özel AREL Anaokulları, Özel AREL İlköğretim Okulu, Özel AREL Anadolu Lisesi, AREL Spor ve Kültür Kompleksi, Özel AREL Fen Lisesi ve AREL Üniversitesi ile birlikte tam donanımlı ve uluslararası kalite standartlarında eğitim veriyor. Biz de AREL Koleji'nin eğitim faaliyetlerini AREL Eğitim Kurumları Yönetim Kurulu Üyesi Münevver Gözükara ile konuştuk.

AREL Eğitim Kurumları'nın eğitimde öne çıkan yönleriyle başlayalım...

Anaokuluna öğrenciyi 36 aylıkken alıyoruz, yani 3 yaşını bitirmiş oluyor. 4-5 yaş ve hazırlık sınıfı dediğimiz 6 yaş grubumuz var. Anaokulunda eğitmeye başlıyoruz çocukları. Günümüzün çocukları 36 aydan sonra zaten eğitim ihtiyacı hissediyor. Yabancı dil eğitimi de tüm dünyada küçük yaşta kaydı ki küçük yaşta öğrenilen dille büyük yaşta öğrenilen dil arasında dünya kadar fark olduğunu hepimiz fark ediyoruz. En başta çocuğa davranış kazandırmaya çalışıyoruz. Ondan sonra da eğitim safhası geliyor. Bir kere ana dil bilmeyen çocuğun ikinci bir dil öğrenmesi mümkün olmuyor. Anadili üzerinde çok duruyoruz anaokulu çocuğunda. Gerçi ana dili her yaşta önemli. Hatta üniversite çağında



bile önemseniyor. Ondan sonra da ikinci bir dil olarak İngilizceyi öğretmeye çalışıyoruz. Niye İngilizce dersiniz? Bilgisayar dilinin İngilizce olmasından dolayı her millet, her ülke kendi çocuğuna İngilizceyi öğretiyor. Bu dünya dili oldu. İnsanoğlu da derdini en iyi ana dilinde anlatabiliyor. Öyleyse bu çocuklar İngilizceyi ana dili kadar bilecek ki derdini anlatabilsin. Ana diline paralel bir İngilizce vermeye çalışıyoruz kurum olarak. Bu da anaokulunda yavaş yavaş başlıyor. Çocukları önce konuşturmaya çalışıyoruz. Konuşturduktan sonra işimiz çok kolaylaşıyor. Dolayısıyla devam ediyor basamak basamak İngilizce öğretmek. Onun dışında ikinci bir dil vermeye ana dili dışında 5. sınıftan başlıyoruz. 5. sınıfta seçmeli olarak şu anda Almanca ve İspanyolca var. Çocuk bu iki dilden birini seçiyor. İleride bir dil daha koymayı düşünüyoruz. Üç dilimiz olacak ve üç dilden birini çocuk seçecek.

Yabancı dil için özel eğitim sisteminiz var mı?

Nasıl bir yol yöntem uyguluyorsunuz?

AREL Koleji bir IB okuludur. Biz 8 yıldır IB otorizasyonuna sahibiz. Yabancı dil öğretiminde IB'nin bize çok yararı oldu. Biz klasik sistemde bu işi yapmaya çalışıyorduk. IB kapsamında aynı Türkçe öğretiminde olduğu gibi okuma parçalarıyla, hikâye kitaplarıyla çocuğun konuşmasını, düşünmesini, okumasını, yazmasını, duymasını öğretme yöntemini benimsedik. Dilbilgisi 4. sınıfta başlıyor, 5. ve 6. sınıfta ağırlık kazanıyor. Ondan sonra da zaten çocuk daha üst seviyeye devam ediyor.

Çocuk lise çağına gelince yabancı dilde ana dil seviyesine erişiyor mu?

Anaokulumuzdan, ilkokulumuzdan ve ortaokulumuzdan liseye geçen çocuklarımız için evet. Son senelerde okuttuğumuz kitap seviyesi ne kadar yüksekse çocuğun dil hazinesi ve anlatımı o kadar güçlü oluyor. Lise son sınıfta çocuklar üniversite sınavına giriyorlar. Sınava girmek için biz 9. sınıfta temel atmaya çalışıyoruz. Hazırlık sınıfımız var. Anadolu lisemizde. 9. ve 10. sınıfta ağırlık veriyoruz yabancı dile. 11 ve 12. sınıflar dil konusunda fazla sıkıştıramıyoruz. Çünkü çocukları sınavla hazırlıyoruz. 11.- 12. sınıfta da ağırlık vermiş olsak dil seviyesi çok yükselir.

Okulunuzda nasıl bir fiziki yapıda eğitim ve öğretim veriyorsunuz?

Şu anda yeni okul binamıza geçmiş bulunuyoruz. Bizde klasik sınıf sistemi yok. Derslik sistemi var. Derslik sisteminde de derslik sayısının fazla olması gerekiyor. Ve biz bu sistemden memnunuz. Öğrenci, derslik sisteminde üniversite öğrencisi gibi hangi derse gideceğini takip ediyor ve 10 dakikalık arada derse psikolojik olarak hazırlık yapıyor. Sabit sınıfları olan okullarda ise öğrenci zaten gireceği, çıkacağı yeri biliyor, onun telaşına hiç düşmüyor. Arkadaşıyla oyun düşünüyor. 10 dakikalık bir süreye de hiçbir şey sığmıyor. Dolayısıyla o kafayla derse giriyor. Öğretmenin onu derse adapte etmesi bizde 2-3 dakika alıyorsa, okullarda 7-8 dakika alıyor. Bunun önüne geçmiş oluyoruz. Ve öğrenci okulun kapısından



adımını içeriye attığı zaman burada eğitim alacağını, eğitileceğinin, öğretileneceğinin, öğretilmesi gerektiğinin farkında olarak giriyor. Bu farkındalıkla öğrenci daha randımanlı çalışıyor. Okulumuzda zil de yoktur. Öğrenci de öğretmen de buna kendi ayarlıyor. Dolayısıyla öğrenci planlamayı öğreniyor. Planlamayı öğretmek IB sisteminin temellerinden birisidir.

Zincir eğitim kurumlarının sayısı her yıl artmakta. Bu rekabette AREL Eğitim Kurumları kendini nerede konumlandırıyor?

Yılımı hatırlayamıyorum. Bir kısım okullar kapanmıştı. Bu halkta güvensizlik yaratmaya başlamıştı. Tekrar güven kazanmak için okullar 2 ve 3. şubelerini açmaya başladı. Zincir okullar açıldıkça halkta oluşan güven zincir okulların Türkiye’de daha da çoğalmasına yol açtı. Aslında biz buna fazla katılmadık. Özel okul kurmak hem maddi hem manevi çok yük getiriyor. Biz topladığımız ücretin yüzde 65’ini kendi personelimize ödüyoruz. Çünkü yetenekli, örnek olacak insan bulmamız gerekiyor. Bu insanı da kolay bulamıyoruz. Ve bu insana emek veriyoruz, eğitiyoruz. Bizim kurumumuz öğretmen için bir eğitim ocağıdır. Yetiştirdiğimiz öğretmenin de elimizden kayıp gitmesine izin vermemeye çalışırız. Dolayısıyla bunun maliyeti de yüksek oluyor. Kısacası aynı kaliteyi her okulda aynı düzeyde yakalamak mümkün olmuyor. Biz IB programını uygulamaya geçirene kadar 2 yıl harcadık. IB sistemine geçtikten bu yana da 8-9 yıl geçti. Başlangıçta örnek alacak çok okul yoktu. Bir şeyleri ilk yaparsanız çok zaman ve emek vermeniz gerekiyor. Biz de emek ve zaman harcadığımız bu sitemde eğitim veren bir eğitim kurumu olarak kendimizi konumlandırıyoruz. Zincir okullar konusunda okul müdürünün başarıyı getirdiği



bilinci toplumda gelişti. Özel okulların çoğalması, devletin yükünün özel okullara geçmesi, yükün paylaşılması çok güzel. Eğitim kalitesini geliştirmek koşuluyla.

Bütün olarak ülkemizdeki eğitim sistemini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Eğitimde müfredat her okulda aynı. Müfredatı değiştiremeyiz. Öte yandan bir sınav ülkesiyiz. Bizim çocuklarımız da sınava giriyor. Ve tamamen müfredattan ve müfredatla ilgili kazanımlardan soru çıkıyor. Biz de yaşadığımız topluma ayak uydurmak zorundayız.





Çocukları bu arada sınava da hazırlıyoruz. Ama her yiğidin bir yoğurt yiyişi vardır. Biz ezberletmeye değil kavratmaya çalışıyoruz. Bunun çeşitli yolları var. Her öğretmen şu anda bunu isterse çok güzel yapar. Çünkü dünyada örnekleri çok. Biraz yabancı dili varsa bütün okulların sitelerine girip bu yöntemleri öğrenebilir. Ancak IB'nin sitesine giremiyor. O kendi üye olduğu okulların öğretmenlerine giriş hakkı veriyor. Ama Türkiye'de mesela Milli Eğitim Bakanımızın hazırladığı EBA adında bir site var. Siteye girildiği zaman çok çeşitli kavrama düzeyinde öğretme şekillerini veren örnekler var. Öğretmen o örnekleri inceleyip birkaç tanesini uyguladığı zaman çocuğun kavrama düzeyinde öğrendiğini zaten görecektir. Ama önce öğretmenin eğitilmesi gerekiyor. Ondan sonra da bir sınav sistemimiz var. İster istemez öğretmen sınava öğrenci hazırlarken ezberci eğitime geçiyor. Konuyu birkaç kere tekrar ettirmek zorunda kalıyor. Çünkü öğrencinin bilgi düzeyinin eksik kalmasını istemiyor.

Türkiye'de yetişmiş donanımlı öğretmen sorunu var mı sizce?

Üniversite düzeyinde var ama kolejlerde sınıf öğretmenleri ya da branş öğretmenleri açısından öyle bir sorunuz yok.

Ebeveynler okul tercihlerinde nasıl bir bakış açısıyla hareket etmeli?

Ebeveynler çok fazla araştırma yapmalılar. Ve yapıyorlar da. Mesela filan zincir okulun filan bölgedeki okulu işe yaramaz ama şu bölgedeki okulu iyi diyebilecek duruma geldi artık toplum. Veli, çocuğunu özel okula vermeden önce şunu düşünür: İyi yabancı dili olsun, doğru davranışlar edinsin, bir dünya insanında bulunan meziyetlere sahip olsun. Bu meziyetler bizim milli eğitim sistemimizde yok mu? Var. Var ama bir kurumu

oturtmak için çeşitli yolların denenmesi gerekir. Bir okul o yolları ne kadar deniyor? O okul bu davranışları ne kadar yerleştiriyor bir insana? Mesela iletişiminin yüksek olması, sosyal olması, bilgili olması, dönüşümlü ve eleştirel düşünmesi gerekiyor. Bunun gibi 10 tane öğrenen profili var. Bu profilleri çocuğa kazandırmamız gerekiyor. Kültürler arasındaki farklılıkları öğrenmesini ve ona saygı göstermesini çok önemsiyoruz.

Sizin vermek istediğiniz son mesajınız varsa onu da almak isteriz...

Keşke dediğim, olmasını düşlediğim bir konu var. Sınav, eğitimin olmazsa olmazlarından. Eğitimde bulunurluk çok önemli.

TEOG sınavıyla biz çocukları bir nevi sınıflandırıyoruz. Okul okul ayırıyoruz. Okul seçimi yapıyoruz. Sınavı okul seçiminde kullanmayıp, öğretmen eğitiminde kullanabiliriz. TEOG sınavıyla bakanlığımız her okulun, hatta her öğretmenin başarısını görebilir. Başarısı düşük öğretmenleri eğitime alabilir. Öğretmen başarısı artmadan öğrenci başarısını arttıramayız.

Düşlerimin gerçek olması umuduyla!





FİBABANKA GENEL MÜDÜRÜ BEKİR DİLDAR

FİBABANKA SAĞLIKLI BÜYÜYECEK!

{ Fibabanka'nın kuruluşundan bu yana orta ölçekli bir banka olma hedefi bulunduğunu söyleyen Fibabanka Genel Müdürü Bekir Dildar, bu hedefe sağlıklı büyüyerek ulaşmak istediklerini vurguladı.

Kurulduğu 2010 yılı sonundan bugüne kadar hızlı bir büyüme gösteren Fibabanka, Hüsnü Özyeğin'in vizyonu ile büyümesini sürdürüyor. Bugün 14 milyar TL'ye yakın bir aktif büyüklüğe ulaşan Fibabanka'nın hedeflerini Genel Müdür Bekir Dildar ile konuştuk.

Fibabanka'nın 2016'nın ilk çeyreğinde geldiği noktayı kısaca anlatabilir misiniz?

Fibabanka olarak 31 Mart 2016 itibariyle aktif büyüklüğümüz 12.1 milyar TL'yi buldu. Toplam kredi büyüklüğümüz de 9 milyar TL'yi geçti. Aktif büyüklüğümüzü 5,5 yılda 13 kat kadar arttırmış olduk. İlk çeyreği 68 şube ve 1.363 personelle kapattık. Sermaye yeterlilik rasyomuz yüzde 13.74 olarak gerçekleşti.

2016 yılındaki hedefleriniz nasıl şekillendi?

Mayıs ayı itibariyle yaklaşık 14 milyar TL aktif büyüklüğümüz var. Yeni ortaklarımızla birlikte olası sermaye artışları ve iyi karlarla 14 milyar daha da büyütebiliriz. Dört sene önce söylediğim gibi orta ölçekli banka olma hedefimiz var. Bugünkü rakamlarla 20 milyar TL büyüklüğü geçmek istiyoruz. Bu hedefe 2015'te ulaşmayı düşünüyorduk ama konjonktür istediğimiz gibi şekillenmedi. Karlılıklar azalınca hedefimizi ötelemek durumunda kaldık. Ama bu sene bu hedefimize yaklaşabiliriz diye düşünüyoruz.

Hedef ilk 15'ti değil mi?

Evet. Ancak şu an 21. sıradayız aktif büyüklükte. Asıl hedefimiz orta ölçekli ve sağlıklı karlılıkla büyüyen bir

banka olmak. Dolayısıyla o hedefi yakalamak çok zor değil.

Fibabanka, bugün tam bankacılık hizmeti veren bir banka değil mi?

Tabii, başta mevduat toplama, kredi verme, internet bankacılığı olmak üzere tüm hizmetleri sunuyoruz. Meslektaşlarımız, şube kapatıp dijital bankacılığa geçen banka sayısı artarken şube açmamıza şaşırıyor. Şube sayımız yeni açacağımız şubeyle 69'dan 70'e çıkıyor. Ancak 75'e ulaşmamız lazım. Türkiye çapında 18 ildeyiz, bu sayıyı da arttırmak istiyoruz. Öte yandan inovasyona ve dijital bankacılığa yatırımımız devam ediyor. Biz internet üzerinden, Instagram'dan kredi başvurusu alıyoruz. Başta gençler olmak üzere çoğu müşterimiz internet bankacılığını tercih ediyor. Dijital bankacılık önemli ancak bugün anketlere baktığımızda KOBİ'lerimiz halen banka şubesine gitmek, şube çalışanları ve yöneticileriyle görüşmek istiyor. Özellikle emekliler otomatik ödeme hizmeti varken bankaya gitmek istiyor. Bu profilde fiziki şubelerimiz çok rahat. İnternet şubemiz de hızlı ve rahat hizmet veriyor.

Fibabanka, geçmişi itibarıyla bankacılık kökenli bir grup bünyesinde yer alıyor...

Kurucumuz Hüsni Özyeğin bankacılığın duayenlerindedir. Finansbank'ı sıfırdan kurmuş. Fibabanka'yı da neredeyse sıfırdan kurduk. 18 şubesi olan, zarar eden, bilançosu çok küçük bir bankaydı. Hem sektöre hem ülkeye önemli bir değer katmış olduk 5 senede.

Fibabanka ile ilgili butik bir banka izlenimi vardı ilk kurulduğunda...

Evet, başlangıçta öyleydi. İlk başta kurumsal, büyük ticari müşterilerle çalıştık. Daha sonra bireysel bankacılıktan KOBİ bankacılığına, hatta tarım bankacılığına kadar yelpaze genişledi. Bu tabii bankamızın sermaye ve insan gücüyle başarılıydı. Biz aldığımızda bankada 300 çalışan vardı, şimdi 1.400 çalışmamız var. İnsan gücümüz 3.5-4 katı arttı. Bilanço 12-13 misli arttı. Şube sayısı 3 misli arttı.

Yönetici pozisyonu olarak sektörde insan kaynağı sıkıntısı var mı?

Hayır, insan kaynağı sektörde çok kaliteli. Türkiye'de de insan kaynağı çok. Biz şimdi gazetelere insan kaynağı ilanı vermiyoruz. İnternette ilan veriyoruz, binlerce kişi başvuruyor. Onların içinden de 50-100 kişi alıyoruz her sene. Ağırlığı gençlere veriyoruz. Gençlere inanan bir grubuz, gençlerden çok memnunuz.

Banka kültürü açısından bir değişim oldu mu?

Fiba kültürü ile Millenium Bank kültürünü birleştirmeye çalıştık. Bu tabii ki kolay olmuyor. Yönetici olarak buna



çok dikkat ederim. Burada birçok bankanın kültürünün etkisi var ama ağırlıklı olarak Fiba kültürü etkilidir. Ben ve yardımcılarımın çoğunluğu da Fiba kültüründen geliyoruz. Fiba kültürü de hep esnek ve ulaşılabilir olmayı gerektiriyor.

Büyümede hep yüksek hedefler koydunuz bugüne kadar...

Geçen sene yüzde 40 büyüdük. Bu sene için 25 hedefledik, 35-40'lara da çıkabilir. Bu da karlılığa ve sermayeye bağlı. Organik büyümeye devam ediyoruz. 23 Ekim 2015 tarihinde imzalamış olduğumuz sermaye iştirak sözleşmesiyle IFC (Uluslararası Finans Kurumu) ve EBRD (Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası) yüzde 9.95'er payla ortağımız oldular.



Yeri gelmişken bu ortaklığın katkılarını biraz daha geniş konuşalım...

Sadece sermaye katkıları değil başka katkıları da oldu. IFC'nin Ortadoğu'daki en büyük ofisi İstanbul'da. Bunun yarattığı sinerjinin nakit akışımıza katkısı oluyor. Yine EBRD'nin Avrupa'dan fon bulma katkısı çok büyük oluyor bize. Daha çok yeni olmakla birlikte bu stratejik ortaklıktan memnunuz.

Küresel bir banka olma hedefiniz var mı?

O konjoktüre göre değişiyor. Bugün de Türkiye konjoktüre bakıyorsunuz; bazı bankalar şube kapatıyor. Dünya bankası olmak çok iddialı bir hedef. Dünyanın devleri var; Türk bankalarını satın alıyorlar. Sermaye global, bunun önüne geçemezsiniz. İnsan kaynağı önemli ama sermaye olmazsa güçlü bir banka olamazsınız.

KOBİ'lerin yeri nedir Fibabanka'da?

Bizim 180 bin civarında müşterimiz var. Bunların 85 bini aktif. Bunlar ağırlıklı olarak bireysel müşteriler.

Ticari olarak 25 bin civarında müşterimiz var, 20 bini KOBİ'dir. Daha önce görev yaptığım bankada KOBİ bankacılığında sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olduğum için KOBİ'lere daha çok önem veriyorum. Çünkü istihdam sağlamada KOBİ'ler yüzde 90 ağırlıkta; lokomotif onlar. KOBİ'ler iyi yönetilirse marka da olabilir, iyi ihracat da yapabilir, 10'larca 100'lerce çalışmanı da istihdam edebilir. Bunun için tabii ki iyi bir finans yönetimi şart.

Bir bankacı gözüyle Türkiye ekonomisinin bugününü ve orta vadedeki görünümünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Devlet altyapıya inanılmaz yatırım yapıyor. İstanbul bunun en büyük örneği. Bu da inşaat sektörünü sürüklüyor. İnşaat sektörü durmaz, duramaz. Tabii ki büyümede daha önemlisi ihracattır. Bunu yapan ülkeleri gördük. Örneğin Güney Kore, elektronik ve otomotiv ihracatında müthiş işler başarmıştır. Bizde de o potansiyel var. Devlet bunu teşviklerle hızlandırmaya çalışıyor. Ama kolay bir iş değil.

Bankacılık bunun neresinde?

Bence Türkiye'nin en sağlam ve en iyi sektörü bankacılıktır. Bu kalitede insan topluluğunu başka hangi sektörde görebilirsiniz? Üniversite mezunu, yabancı lisan konuşan çok kaliteli bir insan gücü var bankacılık sektöründe.

Fibabanka, bugün sanayicinin, üretenin ne kadar yanında? Hedefi nedir bu konuda?

Toplam kredi büyüklüğümüz 9 milyar TL'yi geçti. Bunun yüzde 94'ünü KOBİ kredileri ve ticari krediler portföyü oluşturuyor. Hem sanayiye hem de tarıma verdiğimiz kredileri arttırmaya çalışıyoruz. Bu da şube ve müşteri adedini artırmakla oluyor. Sadece dijital bankacılığa bel bağlamak doğru değil. Genç müşteri kitlemiz bireyselde iyi ama KOBİ'ler, çiftçiler bankayı yanında görmek istiyor, özellikle kötü zamanında o şube müdürünü yanında görmek istiyor. Biz mesela bunu turizmde yaptık. Hangi müşteri bize müracaat ettiyse hepsine yardımcı olmaya çalıştık.

Kredi kartında bir iddianız var mı?

Ticari kartta var. Ticari kart sayımız şu an yaklaşık 15 bin oldu. Şirketlerim maaş hesapları var, bir de okullarda veli hesaplarını almaya başladık. Şu an kredi kartı sayımız toplamda 30 bine ulaştı, bu sene sonunda 50 bine ulaşabiliriz.

Son söz olarak neler söyleyebilirsiniz?

Bizim Fibabanka olarak tek planımız var: Organik ve sağlıklı büyümek. Bunu yaparken de hızlı ve esnek olup müşteriye bir değer yaratmak istiyoruz.

TL VARLIKLARINDA YÜKSELİŞ SÜRECEK Mİ?



Destek Menkul Değerler Analisti Aysun Göksu

/// Küresel piyasalarda ana trendi Amerika Merkez Bankası (FED)'nin politikaları belirlerken iç piyasalar son üç haftada siyasi gelişmelerle yön buldu. Ahmet Davutoğlu'nun başbakanlık görevinden istifasını açıklamasıyla birlikte TL'de sert değer kayıpları yaşanmış ve siyasi belirsizlik süreci Lirayı baskı altında bırakmıştı. Yeni başbakan adayının isminin açıklanmasıyla belirsizlik kısmen ortadan kalksa da piyasaların asıl bilmek istediği ekonomi yönetiminde bir değişikliğin olup olmayacağıydı.

65. Dönem Başbakanı Binali Yıldırım'ın yeni kabineyi açıklaması ve kabinede mevcut Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek'in görevine devam edeceğinin açıklanmasıyla Türk Lirası varlıkları nefes aldı. Açıklamaların ardından TL, dolar karşısında yüzde 1.2 değer kazandı. Aynı gün piyasaların izlediği bir diğer unsur ise, bu yeni dönemde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'nin piyasalarda oynayacağı roldü. TCMB piyasa beklentilerine paralel faiz koridorunun üst bandında 50 baz puanlık bir indirime gitti. Bu beklenti daha önce Lira tarafında fiyatlandığından beklenti gerçekleştiğinde TL'deki

değer kazançları arttı ve Lira'nın dolar karşısındaki değer kazancı yüzde 2.5'e ulaştı.

İç taraftaki belirsizlik sürecinin sonlanmasıyla kur değer kaybetmeye devam ediyor. Ancak dış gelişmelere oldukça duyarlı olan iç piyasalarda rolü tekrar FED alabilir. Bu noktada birçok senaryo gündeme geliyor. Öyle ki, yarın ABD tarafında açıklanacak büyüme rakamı ve FED Başkanı J. Yellen'in açıklamaları ön planda olacak.

Son FOMC tutanaklarında verilere bağlı yol izleneceği ifadelerine yer verilmesi ABD'den gelecek her veriyi önemli kılıyor. Bu anlamda ABD büyüme rakamlarının beklentileri karşılması faiz artırım beklentilerini de kuvvetlendirebilir. Aynı zamanda Yellen'in Haziran'da faiz artışını destekleyici yönde açıklamalarda bulunması rüzgârın tersine dönmesine neden olabilir.

Bu senaryoda doların değer kazanması beklense de yükselişlerin hız kazanabilmesi için 2.9600 direncinin aşılması gerekmektedir. Bu seviyenin aşılmasıyla birlikte faiz artırımına dair beklentiler kuru yeniden 3.00 seviyelerine taşıyabilir.



MALTEPE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRÜ PROF. DR. ŞAHİN KARASAR

MALTEPE ÜNİVERSİTESİ 20 YILDIR SÜREKLİ BAŞARIYI HEDEFLİYOR!

Üniversitelerin küresel ün sahibi olması yanında topluma hizmet etmesinin de bir başarı ölçütü olduğuna vurgu yapan Maltepe Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Şahin Karasar, Maltepe Üniversitesi olarak hem Türkiye’de hem de dünya çapında sürekli başarıyı hedeflediklerini ve kuruluşlarından bu yana geçen 20 yıl içerisinde bunu en iyi şekilde ortaya koyduklarını dile getirdi.

Devlet ve vakıf üniversitelerinin sayısı 200’e yaklaşırken hem ulusal ölçekte hem de küresel ölçekte rekabet kızışıyor. Kalite vizyonunu 2010 yılında güncelleyen Maltepe Üniversitesi 21. Yüzyıl yetkinliklerini öğrencilerine kazandırmaya çalışan köklü bir vakıf üniversitesi. Yirminci yılında Maltepe Üniversitesi’nin hedeflerini ve özel eğitim alanındaki trendleri Maltepe Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Şahin Karasar ile konuştuk.

Bugün vakıf ve devlet olmak üzere üniversitelerin sayısı 200’e yaklaştı. Maltepe Üniversitesi 20. Yılında bu üniversitelerden biri olarak kendisini nasıl konumlandırıyor. Nasıl rekabet ediyor?

Yakın zamana kadar akademik camia rekabet gibi, pazarlama gibi, tanıtım gibi, müşteri gibi kavramları kullanmaktan geri dururdu. Fakat bunlar profesyonel hayatın gerçekleri. Geri durarak kendinizi başka

yere konumlandırmanız mümkün değil. Küreselde baktığınızda yüksek eğitim pazarı gerçekten hızlı bir trend içerisinde. Hem büyüme anlamında hızlı bir trend içerisinde hem de hizmet verdiği ürün çeşitliliği anlamında. Bir Dünya Bankası kuruluşu olan IFC’nin (International Finance Corporation) 26-26 Nisan günlerinde Hong Kong’da düzenlediği Küresel Özel Eğitim Konferansı’nı yakından izleme şansını buldum. Dünyada yükseköğretim farklı bir yere gidiyor. Son 1-2 yıl içerisinde Yükseköğretim Kurulu aracılığıyla ciddi atılımlar yapmaya başladıysa da hala devletçi bir zihniyetle eğitim sektörünü motive etmeye çalışıyoruz. Bugün Türkiye’de 200’e yakın üniversite var. Bunların yaklaşık 110’u devlet üniversitesi, 90 civarında da vakıf üniversitesi ve vakıf meslek yüksekokulu var. Fakat maalesef genel öğrenci yükünün sadece yüzde 10’unu vakıf üniversiteleri taşıyor. Oysa bizim gibi köklü, hem akademik fiziksel altyapısını tamamlamış hem olgunlaşmış hem de mezunları artık sektörde bir yerlere gelmeye başlamış üniversitelerin kapasitelerini daha verimli kullanmaları lazım. Kapalı ve açık alanlarımız, öğretim üyesi sayımız ve kalibrasyonumuz ve unvanlar gibi kriterler dikkate alındığında kontenjan taleplerini YÖK’ün daha esnek değerlendirmesi gerektiğini düşünüyorum. Öğrenci sayısı anlamında vakıf üniversiteleri ciddi bir çözüm ortağı devlet için.



Peki, vakıf-devlet ayrımını nasıl değerlendiriyorsunuz? Kriterler bu ayrıma göre mi belirlenmeli?

Artık üniversitelerin de vakıf-devlet diye ayrılmaması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü vakıf üniversiteleri hareket kabiliyetleri daha fazla olduğu için öğrencilere sunulan hizmetlerde çok daha ileri noktalarda. En azından hantal bürokrasinin içerisinde çok fazla olmuyorlar. Bu kapsamda üniversiteler istediği kontenjanı alabilmeli, nitekim daha ilerisinde de kendi öğrencilerini seçebilecek, yöntemler, kriterler geliştirmeleri mutlaka gerekli. Tabii, regüle edici kuruluş olarak Yükseköğretim Kurulu'nun varlığını sürdürmesi gerekiyor.

Hong Kong'daki konferanstan edindiğiniz izlenimler nasıl?

IFC'nin Hong Kong'da düzenlediği toplantı çok önemliydi. Küresel aktörler belli ülkelerde eğitim yatırımlarına başlıyorlar. Dolayısıyla Türkiye'ye yabancılar da girecek belli süre sonra. Tabii burada küresel eğitimin dışında bir de milli ve manevi meseleler dediğimiz soft meselelerin daha iyi bir yere oturması ve Türkiye'de yatırım yapmak isteyen yabancı sermayeye belli kriterler getirilmesi lazım.

Bugünlerde Y ve Z kuşaklarının özelliklerinin eğitimi de şekillendirdiği konuşuluyor. Bu konuda neler söyleyebilirsiniz?

Tabii, öğrenmede yeni trendler var. Yani artık Z kuşağı geliyor. Z kuşağı 2 sene sonra üniversite sınavına girecek ve üniversite öğrencisi olacak. X kuşağından Y kuşağına geçerken yaşadığımız; öğretim üyelerinin yeni neslin öğrenme biçimlerine ayak uyduramaması gibi bir karmaşayı Z kuşağında yaşamamayı ümit ediyorum. Çünkü Y kuşağının öğretim üyeleri daha kolay adapte olacak diye düşünüyorum.



Z kuşağı elektronik ortamda mı eğitim alacak?

Elektronik ortamda öğrenme, ders malzemelerini izleme, ölçme ve değerlendirme yapılması artık çok yaygın hale geldi. Bunun da ötesinde dünyada pek çok isim yapmış üniversite artık bütün ders malzemelerini açık kaynak olarak elektronik ortama yüklemiş durumda. Bundan sonra hayat boyu eğitimin kurgulanması lazım. Hayat boyu eğitim yaklaşımı kapsamında insanlar istedikleri yaşta istedikleri alanda istedikleri üniversiteden belli dersleri modüler olarak alabilmeli. Ve belli bir ders birikimi sağladıktan sonra da bunları sertifikaya, diplomaya dönüştürebilmeli. Bu trend zaten dünyada uzun yıllardır uygulanıyor. Bizde de kaçınılmaz olarak iş buraya doğru gidecek.

Konuşmanızın başında vakıf üniversitelerinin sayıca yarıya yaklaşmasına karşın öğrenci yükünün yüzde 10'unu paylaştığına vurgu yaptınız. Bu önemli bir konu aslında. Siz bunun eşit seviyeye gelmesini mi arzu ediyorsunuz vakıf üniversiteleri olarak?

Eşit seviyeye gelme bile belli kriterlere göre artması gerekir. Öğrenciyi bir mekâna alacaksınız. Öğrenciyi



akademisyenlerle eğiteceksiniz. Bir insan kaynağı ile yöneteceksiniz. Bu anlamda bir kriter geliştirilmesi gerekiyor. Yani bir öğretim üyesine 20-25 öğrencinin üzerinde düşmemesi lazım. Bir öğrenciye düşecek metrekare miktarı belli olmalı. Şimdi YÖK bu kriterleri oluşturma çabasında. Özetle; somut kriterlere göre kontenjan artışı sağlanmalı.

Akademik insan kaynağı demişken bu konuyu biraz açmanızı rica edeceğim. Türkiye’de bu konuda kimilerine göre ciddi sorunlar yaşanıyor. Öyle ki, yurt dışından transferler de yapılıyor. Siz bunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Ve Maltepe Üniversitesi’nde durum nedir?

Vakıf üniversiteleri ilk kurulmaya başlandığında tek kaynak devlet üniversiteleriydi. Ve nadiren de olsa yurtdışındaki üniversiteler... Pek çoğu da devlet üniversitelerinde, alanında gerçekten temayüz etmiş, isim yapmış, yayınları olan, kitapları olan, ders kitapları olan isimleri emekliliklerin ardından üniversiteye transfer etmek suretiyle bir akademik insan kaynağı altyapısı oluşturdular. Artık ondan sonra da gelecek akademik nesilleri yetiştirmeye başladılar. Bu, vakıf üniversitelerini güçlü bir noktaya taşıdı. Maltepe Üniversitesi olarak da İstanbul Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi gibi İstanbul’un en iyi üniversiteleri ve Türkiye’nin diğer en iyi üniversitelerinden gelen insan kaynağı burada fakülteleri, bölümleri kurdu, kurguladı, yapılandırdı. Asistan aldı, asistan yetiştirdi. Şimdi onların yetiştirdiği asistanlar doçent, profesör oldu. Yurt dışından da öğretim üyesi, tersine beyin göçü takviyesiyle üniversitemiz bu süreçleri iyi geçiriyor diye düşünüyorum.

Biz bu konuda sınıfta mı kalıyoruz ülke olarak?

Şimdi rakamlara baktığımızda Türkiye’nin yükseköğrenim vizyonu çerçevesinde aşağı yukarı 10 bin tane daha doktoralı eğitim görevlisine ihtiyacı var. Bu, planlanması



gereken bir süreç. Bunu da YÖK’ün çalışmalarından anlıyoruz. Türkiye’nin 2023 hedefleri konduğu anda planlanmalıydı. Hem nitelikli olsun hem hızlı olsun denince belli aksamalar olabilir. Ama dünya da bunun çok planlı, programlı yapıldığı söylenemez. Biz de fena değiliz. Biraz geriden gelmekle birlikte özellikle yükseköğretimde dünya ile entegrasyonumuzun iyi rotada olduğunu düşünüyorum.

Bugün üniversite-sanayi işbirliği tam olarak oturmuş değil. Nedir buradaki problem?

Türkiye’nin son 15 yılında hakikaten sanayi bir aşama kaydetti. Kendi eğitim merkezlerini, şirket akademisi denilen kuruluşları oluşturmaya başladılar. Ve neredeyse eğitime, yükseköğretime alternatif sistem yarattılar. Bunu neden yarattılar? Üniversitelerden beklendikleri katkıları alamadıkları için. Bunun birkaç nedeni var. Bir sebebi de maalesef üniversitelerdeki öğretim üyelerinin sektör tecrübesinden yoksun olmaları. Üniversitelerde yaygın bir yaklaşımdır bu. Kuram gayet iyidir ama uygulamaya geldiğinizde orada zincirin halkaları iyice zayıflar. Belli noktalarda da bu halka kırılır. Bunun önüne geçmek için bizim burada uyguladığımız bir model var. Hem öğrenci nezdinde

hem sanayi kuruluşları nezdinde kabul gören bir sistem bu. Üniversitemiz kurulduğundan bu yana mütevelli heyeti başkanımız hangi fakültenin binasını yapmışsa mutlaka bu alanın uygulama alanlarını da bir eklenti olarak binaya dahil etmiştir. İletişim Fakültesi yapıyorsa platoları, çekim stüdyosu, Mimarlık Fakültesi yapıyorsa mimarlık hangarı, İnşaat Mühendisliği Bölümünü yapıyorsa inşaat laboratuvarı, Hukuk Fakültesi yapıyorsa mahkeme salonu vs. Dolayısıyla öğrenci eğitimi sırasında uygulama mekanlarının içinde bu işi öğreniyorsa, öğretim üyesi ve yöneticisi de sektörün dinamiklerini ve realitesini biliyorsa ve belli de bir irtibatı varsa, bu kurguyu çok rahat yapabiliyorlar. Ve sanayi kuruluşu da bu farkı görüyor.

Kendi vizyonunuz ile karşılaştığımızda Maltepe Üniversitesi özelinde gördüğünüz eksiklikler var mı?

Şunu çok rahatlıkla söyleyebilirim ki fiziki imkânlarımız ve insan kaynağımız açısından gerçekten iyi bir noktadayız. Hiç mütevazı olmaya gerek yok bu noktada. Öte yandan regüle eden otorite olarak YÖK'ün vakıf üniversitelerinin, devamında özel üniversitelerin önünü açacağı yaklaşımları gözlemliyoruz. Bu liberal yaklaşımın yükseköğretimde de kendini göstereceğinden eminiz. Tabii, aşama aşama hayata geçiyor bunlar. Devletçi bir anlayıştan gelen bir sektörün liberalize olması kolay değil. YÖK'ün kaliteden taviz vermediğinin en önemli göstergesi Kalite Akreditasyon Kurulu'nun kurulmasıdır. Türkiye yüksek eğitim pazarı 6.5 milyon öğrenciyle büyük bir pazar. Türkiye hem yurt dışına öğrenci gönderen hem de yurt dışından öğrenci kabul eden bir ülke. Yurt dışına gönderdiğimiz öğrencilerin sayısını azaltmayı; yurt içine getirdiğimiz öğrenci sayımızın artmasını hedefliyoruz burada. Bu da kalite ile ve belli eşiklerin aşılmasıyla olur diye düşünüyorum.

Her yıl dünyadaki üniversiteleri çeşitli kriterlere göre sıralayan listeler yayımlanıyor. Gerçek bir dünya üniversitesi olmak ne demek size göre?

Sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde 4000'in üzerinde üniversite olduğunu düşündüğümüzde aslında yükseköğretimin kitlesel bir mevzu olduğunu anlıyorsunuz. Fakat çok özel alanlarda, çok özel altyapısı



olan öğrencilere eğitim veren ve insan kaynağını belli alanlara yoğunlaştıran ve bu alanlarda keşif, patent, buluş, üst düzeyde yayın, topluma dönük bilimsel çalışma yapan üniversiteler bir elekten geçiyorlar. Listeler belli kurumların belli kriterleri baz alarak yaptığı listeler. Her kurumun da farklı bir yaklaşımı olduğu için listeler sürekli değişiyor. Ama baktığımızda ilk 10-15 üniversite hep aynı. Onlar da artık başarısı tartışılmayan üniversiteler. Küresel ün sahibi olmanın yanında üniversiteleri topluma hizmet için düşündüğümüzde yaşadığı bölgede, çevresinde de etkili olabilmek, insanların hayatına dokunabilmek çok önemli. Dolayısıyla yaşadığımız bölgeden başlayarak Maltepe Üniversitesi olarak sürekli başarıyı göstermeyi hedefliyoruz ve 20 yıl içerisinde de bu başarıyı gösteriyoruz.

Anne babalara ve üniversite hayatına merhaba diyecek gençlere son mesajınız nedir?

Öncelikle tüm öğrencilere sınav döneminde başarılar diliyorum. Ondan sonraki tercihlerinde de kendileri için en hayırlı olacak seçimi yapmalarını temenni ediyorum. Tabii, işin mali boyutu çok önemli. Çünkü herkes bir hesap yapmak durumunda. Bu noktada Maltepe Üniversitesi'nde aşağı yukarı öğrencilerin yarısının burslu olduğunu görüyoruz. Bunların bir bölümü kısmi, bir bölümü tam burslu. Biz eğitim, öğretim ücretlerini belirlerken gerçekten ülkenin ekonomik koşullarını, ailelerin satın alma koşullarını göz önünde bulundurarak, bir evlat okutmanın ne kadar zor olduğunu ama ne kadar da şart olduğunu bilerek belirliyoruz.



ONUR BETON VE ONUR ÇİMENTO YÖNETİM KURULU BAŞKANI MEHMET ALİ ONUR

ONUR PARK LIFE İSTANBUL FARKLI BİR KULVARDA YARIŞACAK!

Onur Park Life İstanbul projesinde "Yaşam Tarzınızı Değiştirin" mottosu ile trafik ve yaşam karmaşasına çözüm sunduklarını belirten Onur Beton ve Onur Çimento Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ali Onur, ucuzluk yarışında olmayacaklarını, projenin farklı bir değerlendirme kulvarında yürüyeceğine inandıklarını dile getirdi.

Onur Park Life İstanbul, Bahçeşehir'in hemen yanı başında, Onur Beton A.Ş. ve Onur Çimento A.Ş.'nin sahibi olduğu 46.800 m2 arazi üzerinde geliştirilen bir karma proje olarak hayata geçiyor. Özellikleriyle bölgedeki birçok projeden ayrılan Onur Park Life İstanbul projesini Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ali Onur ile konuştuk.

Onur Park Life İstanbul ilk projeniz mi?

Geçmişte de bu büyüklükte olmasa bile Bakırköy, Bahçelievler, Büyükçekmece bölgelerinde konut projelerimiz oldu. 1994'de aldığımız bu bölgedeki arazimizin bir sanayi arazisi fonksiyonu vardı. Ve o dönemde küçük sanayi sitesi olarak planlamıştık. Ama 2007 ve daha sonrasındaki bölgenin gelişmesi konut ve ticaret olarak öne çıkınca biz buradaki projemizden vazgeçip ticaret artı konuta dönüştürme kararı aldık. Büyükşehir Belediyemizin bu bölgedeki metro

planları ve 3. Havalimanının 26 km. mesafede olması bu lokasyonu çok değerli hale getiriyor. Burada en önemlisi böyle bir arazinin ve istenilen mimari, insani yaşamı gerçekleştirmek için gereken her şeyin elimizde olması. Biz bu projede aile konseptiyle, düşük kat yüksekliğiyle, yaşanılabilir sosyal donatılarıyla, son derece marka mağazalarıyla ve business konseptiyle karma bir projeye imza atıyoruz.

Projeniz etaplar halinde olacak değil mi?

Onur Park Life İstanbul projesi, 46.800 m2 alanda 3 etapta oluşacak ve 3 parsel üzerinde yükselecek. Projenin ilk etabını 2018'de, ikinci etabını 2019'da ve üçüncü etabını da 2020'de bitirmeyi hedefliyoruz. Toplam maliyeti 500 milyon TL. olan proje; 718 adet konut ve ofis, 231 adet cadde konseptinde dükkan ve 9 bloktan oluşacak.



Projeniz kapsamında yatırımcılara neler sunuyorsunuz?

Onur Park Life İstanbul projesiyle "Yaşam Tarzınızı Değiştirin" mottosu ile yola çıkarak; tahammül edilemez bir hal alan şehir trafiği ve yaşam karmaşasına çözüm sunuyoruz. Projemiz, kişiye özel otopark ve depo alanlarının yanı sıra, 1000 m2 lik kreş, bir katta dört daire konsepti, teslim sonrası düşük aidat ve kaliteli yönetim garantisi, birbirini görmeyen manzaralı açık blok anlayışı, yüksek tavanlı mimarisi ve az yoğunluklu inşaat olma özelliği ile bölgedeki projelerden ayrılıyor.

Projenin lokasyonu hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Proje konum olarak Akbatı AVM 'ye 500 metre mesafede hemen Bahçeşehir bitişiğinde, TEM yolunun yanı başında yer alıyor. Bağlantı yolu ile E-5 karayoluna ise beş dakikada erişilebiliyor. Yapımı planlanan Metro hattına 300 m mesafede bulunuyor. Kuzey Marmara Otoyolu ile 3. Köprüye ve yeni havaalanına sorunsuz erişim de mümkün. Proje konum itibarıyla; eğitim kurumlarına, sağlık tesislerine, ibadethanelere, kamu hizmet merkezlerine ve diğer sosyal tesislere yürüme mesafesinde yer alıyor.

Daire büyüklükleri nasıl?

3+1 dairelerde 180-190 metrekare brüt alanımız var. Ebeveyn banyosu, kapalı mutfak ve yaklaşık 30 metrekare salonuyla çok ferah, kullanışlı daireler. 2+1 dairelerde 130 ve 152 metrekare brüt alana sahip iki tip var. Bunlarda da yine salonlarımız 28-30 metrekare alana sahip. Yine rezidans konseptindeki yüksek bloğumuzda 152 metrekare dairelerde kat

yüksekliklerimiz 3.30 metre, normal 2+1 dediğimiz 130 metrekare dairelerde kat yükseklikleri de 3.10 metre. Business dediğimiz dairelerdeki kat yüksekliklerimiz de 3.50 metre olarak planlandı.

1+1 daireleriniz yok mu?

Şu an bulunduğumuz bölgede geçmişten kalan 1+1 ve 1+0 dediğimiz aile konseptine uygun olmayan bir yapılaşmanın yarattığı karmaşayı görüyoruz. Bölgemizde hala 1+1 dairelere aşırı bir talep var. Biz de projemizde 1. ve 2. Eapta 1+1 daire olmadığını söyleyerek bu talepleri aşıyoruz. Başkanımız bu konuyu önemsiyor. Biz projemizde aile konseptine çok büyük destek veriyoruz.

Nasıl bir gelir grubuna hitap ediyor proje?

Projede, aylık 5 bin TL ile 8 bin TL arasında kazancı olan profesyonellere hitap ediyoruz. İş piyasasında kendi ayakları üzerinde duran ve KOBİ ölçeğinde işletmesinin başında olan insanlar bizim projemize ilgi duyuyor. Bu proje bizim markamızı geleceğe taşıma hedefine yönelik olarak yüksek fiyatlı bir proje değil. Bu yüzden son derece sağlıklı bir yatırım. Biz yol haritamızı da bu projeye belirleyeceğiz.

Akıllı bina uygulamaları ne kadar yer alıyor bu projede?

Bu, binalarımızda, yüksek kulelerimizde zaten olmazsa olmazımız. Yangın yönetmeliği açısından yüksek binalar yönetmeliğinde çözümler var. Yine dış cephelerimiz farklı özellikler taşıyor. Kapalı-açık yüzme havuzlarımız çevreye duyarlı.



Yeşil bina özelliği var mı bu projede?

Yeşil bina mevzuatında birçok kriter ve ayrıntı var. Biz projemizde yüksek yapı yönetmeliklerine göre çevreye duyarlı yapıyı yaptık.

Mimari proje kim tarafından hazırlandı?

Projemizin bir yıllık araştırma sürecinde İstanbul'da birçok mimarlık firmasıyla görüş alışverişinde bulunduk. Son olarak Karaelmas Mimarlık'ın sahibi Yüksek Mimar Erkan Aker'in sunduğu projenin, seçilmiş tüm projeler

içinde en iyisi olduğuna inandık ve uygulamaya başladık.

Yeni bir proje olmakla beraber kısa sürede yüzde 20 satışı düzeyine ulaştınız...

Lasmanımızı 10 Nisan'da yaptık. Müşteri grubumuz Büyükçekmece, Hadımköy, Çatalca, Beylikdüzü, Esenyurt, Bahçeşehir, Avcılar ve Başakşehir bölgelerinden geliyor daha çok. Her yaptığımız işte yanımızda olmaktan müthiş memnuniyet duyan bir müşteri havuzumuz



var. Biz onlara iş ortaklarımız olarak bakıyoruz. Onlar bize sahip çıktılar ve bu projede oldular. Ve proje emin adımlarla devam ediyor. Biz lansmanda yüzde 20 satış oranına ulaştık. Bunu önümüzdeki birkaç ay içinde yüzde 40'lara çekmeyi planlıyoruz.

Projenizin yatırımcıya prim vaadi var mı?

Kendimizi ucuzluk yarışında olan bir sistemin dışında kabul ediyoruz. Projemizin çok kısa sürede bir farklılık yaratıp, farklı bir değerlendirme kulvarında yürüyeceğine inanıyoruz. Yaklaşık yüzde 30'lar seviyesinde bir değer artışını öngörüyoruz. Bu muhafazakar bir beklenti. Etrafımızdaki marka projelerde artış yüzde 100'e kadar çıkmıştır. Bu abartıyı kullanmadan biz mütevazı bir ifadeyle bunu söylemek istiyoruz. Projemizde yatırımcı için şu imkanlar var: 1. Eapta projeye giren, daha sonra 2. Eapta başka emlak planlarına erişebilir. 1. Eapta ev alıp, 2. Eapta mağaza alabilir. 2. Eapta mağaza alıp, 3. Eapta ofislere yatırım yapabilir.

Yabancıya satış konusunda orta vadedeki plan ve projeleriniz nelerdir?

Yabancılarla ilgili olarak acentelerle görüşme halindeyiz. Önümüzdeki günlerde bazı gayrimenkul fuarlarına katılacağız. Gelecekte konut projeleri dışında ofis ve mağaza yatırımlarımızla da ürün çeşitliliği yaratıp fuarlarda yabancı yatırımcılara hitap etmeyi planlıyoruz.

Bundan sonraki projeleriniz benzer modelde mi yürüyecek?

Karma projeler bizim için çok daha önemli. Biz bu yönde ilerlemeyi düşünüyoruz. Zaman içinde az yoğunluklu ve iddialı projeler yapacağımızı göreceksiniz. Biz çok hızlı proje yapma yarışına girmeyeceğiz. İzmir'de, Ankara'da, İstanbul'da kendi arsalarımızda proje üreteceğiz.

Sektörün gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye'deki yapı stokunun yaklaşık yüzde 80'i eski ve dönüşüme muhtaç. Bunların kentsel dönüşüm kapsamında yıllara bağlı olarak değişmesi lazım. Konut sektörü bu süreçte devamlı bir hızda yol alacaktır. Sektörün gerilemesi söz konusu değil. Sektörü sadece bölgesel güven unsurları ve konut kredisi faiz oranları sıkıntıya sokar.

Hedef kitlenize ve konut sahibi olmak isteyenlere yönelik son mesajınız nedir?

Onur Park Life İstanbul hızlı gelişen Batı İstanbul'da bulunuyor. Çeşitli büyüklükteki dairelerimiz ve 48 aya varan vadelerimiz ile satın almada her türlü kolaylığı sağlıyoruz. Tamamı peşin ödemelere yüzde 15 indirim uyguluyoruz. Yüzde 8 KDV'yi de üstlenerek projeyi ısrarla tüketiciye ulaştırmak isteğimizi ortaya koyuyoruz. Bölgede yatırımcı olmanızı, bölgede daire almanızı, bölgede komşumuz olmanızı bekliyoruz.





ÇUHADAROĞLU METAL SANAYİ YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI NEJAT ÇUHADAROĞLU

ŞAMPİYONLAR LİGİNDE OYNAMAK İSTİYORUZ!

Fransa ve İngiltere gibi Avrupa'nın en güçlü kalite beklentisi olan pazarlarında yer alan bir firma olduklarını dile getiren Çuhadaroğlu Metal Sanayi Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Nejat Çuhadaroğlu, kendileri için başarının şampiyonlar liginde oynamak olduğunu, bu nedenle Amerika pazarını hedeflediklerini ifade etti.

Çuhadaroğlu 62 yıldır sahip olduğu tecrübe ve bilgi birikimi ile alüminyum sistem tasarımlarında Türkiye'nin lider markası. Ekonomik konjonktürün tüm sorunlarına karşın hisselerinin yüzde 26'sını halka arz ederek son bir buçuk yılda halka arzı başaran tek firma olarak da dikkat çeken Çuhadaroğlu Metal Sanayi Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Nejat Çuhadaroğlu ile halka arz ve sonrasındaki hedeflerini konuştuk.

Çuhadaroğlu'nun halka arz ve sonrası için değerlendirmelerinizi almak isteriz öncelikle. Bildiğimiz kadarıyla sektörünüzde son dönemlerde borsaya açılan tek firmasınız...

Evet, neredeyse 1,5 senedir halka açılan tek firmayız. Borsada işlem gören bir firma olmak bizim tarafımızdan

her şeyden önce kurumsallık çalışmalarımızın son aşaması olarak tarif edilmektedir. Diğer taraftan uluslararası çapta dünya markası olabilmek için borsada işlem görmek çok önemli. Bu aşamadan sonra bizim için stratejik ortaklıklar yapma imkanını daha rahat olacaktır. Çuhadaroğlu'nun hatırı sayılı ihracatı var ve bu ihracatın büyük bir kısmını da bundan sonra Avrupa ve Amerika'ya doğru yönlendirmeyi planlıyoruz. Avrupa'ya yaklaşık 20 senedir ihracatımız var. Çuhadaroğlu, kendi sistemlerini ve işçiliğini, katma değerini koyarak dünyaya pazarlıyor. Bu süreci daha da etkin hale getirmeye çalışıyoruz. Bununla ilgili de ciddi firmalarla görüşmelerimiz sürüyor. Takibe aldığımız işler var. Biz halka arz sürecini kurumsallaşmamızın en önemli göstergesi olarak

görüyoruz, dolayısıyla başarılı bir firma olarak halka açılmamız sonrası ilk kar dağıtımını yapma kararını aldık. Bildiğiniz gibi firmalar halka açılma sürecinin hemen ardından böyle bir yol izlemez. Biz kar dağıtıyoruz ve dağıtmaya da devam edeceğiz. Bu 20 yıldır yaptığımız yatırımların bir geri dönüşüdür. Dünyada sayılı entegre alüminyum doğrama tesislerinden birisine sahibiz ve yeni yatırımlarımız da sürüyor. Aldığımız kaynakların bir kısmını üretimde, bir kısmını da Ar-Ge departmanımızda değerlendiriyoruz. Çünkü Ar-Ge her sektörde olduğu gibi bizim sektörümüzde de çok önemli. Ülkemizde genel alışkanlık yabancı markaların know-how'ını, sistemlerini, teknolojilerini kullanmak üzerine kurulu. Çuhadaroğlu olarak biz; kendi ismimizi, kendi sistemimizi, kendi teknolojimizi kullanıyoruz ve kullanmaya da devam edeceğiz. Ar-Ge, kapasite ve kalite olarak yükselen trendimizi devam ettireceğiz.

Ar-Ge şüphesiz çok önemli. Siz bütçesel anlamda Ar-Ge'yi nerede konumlandırmış durumdasınız?

Hedefimiz bütçeden yüzde 10 pay vermek. Belirttiğim gibi, bizim için Ar-Ge çalışmaları çok önemli. Ar-Ge olmadan kendi kalitenizi ve markanızı güçlendiremezsiniz. Bu konunun önemini yıllar önce kavramış ve vizyon geliştirmiş bir kurumsal yapıya sahibiz. Proaktif firma kültürümüz bu konuda gerekli öngörüyle yıllar önce sektöre sundu ve bu yolda ilerliyoruz.

Peki, halka arzda neden yüzde 26 oranında karar aldınız?

Kurumsal yapımızda yönetim kurulumuzca verilen bir karardır bu. Bu oranı uygun gördük. Her zaman her türlü yeniliğe açığız. Kendi sektörümüzde de zaten tüm yenilikleri, ilkleri yapmış bir firmayız. O açıdan da ilk açılıştan danışmanlarımız ile yaptığımız çalışmalarda da yüzde 26 uygun bir oran olarak belirlendi.

Küresel markalaşma yoluna girmişken, büyümeniz adına satın almalar orta ve uzun vadede söz konusu mu?

Fransa ve İngiltere gibi Avrupa'nın en güçlü kalite beklentisi olan pazarlarında yer alan bir firmayız. Bir sonraki hedefimiz Amerika. Arap ülkelerinden, Türki Cumhuriyetlerden bahsetmiyorum. Oralara da ihracatımız var ama benim önemsemiğim şampiyonlar liginde maç yapmak. Başarı odur. Yoksa birinci ligde maç yapmak değildir.

Peki, şirket anayasası desem size ne ifade ediyor?

İnsanın var olduğu her yerde karmaşa ve problem çıkabileceği için kuralların açık ve her tarafın çıkarını

gözeterek adaletli bir şekilde oluşturulması ve koşulsuz uygulanmasının sağlanması ve hem bireyler hem de şirket için hayati öneme sahiptir.62 yıllık bir firma oluşumuz ve Çuhadaroğlu adının getirdiği marka değeri ile bizim anayasamız nettir. Zaten Çuhadaroğlu'nun marka imajı da bunu içerir; kalite, dürüstlük ve ciddiyet. Yani yaptığımız işe saygıdır. Çünkü siz sürdürülebilir kaliteyi her geçen gün dünya standartlarının üzerinde tutup, rekabetçi bir zihniyetle davrandığınız müddetçe her zaman başarılı olursunuz. Kalite her şeyin üzerindedir. Bizim şirket felsefemiz kendine ve insana saygıyı baz alır.

Peki, Türkiye ile dünyayı kıyaslayacak olursak alüminyum kullanımı ne durumda? Bu arada ahşaba da dönüş var bazı ülkelerde...

Avrupa'da inşaat mantığı ekonomiye geri dönüşümüne odaklı. İzolasyona çok önem veriliyor. Alüminyum giydirmeye cephe uygulamalarında da izolasyona değer veriliyor. Normal doğramalardan daha pahalı ama sağlanan enerji tasarrufu ile onu amorti ediyorsunuz ve devlet bunu teşvik ediyor. Bizim ise enerjimiz yok, dünyadaki en pahalı enerjileri kullanıyoruz. Hala buna dikkat etmeyip izolasyonu olmayan pencereler, doğramalar, binalar yapıp, havayı ısıtmaya devam ediyoruz. Ahşaba dönme sürecini çok sağlıklı bulmuyorum. Çevre koruma kanunu ve bu gibi etkenler sıkıntı yaratacaktır.Çevre koruma faktörünü de düşündüğümüzde çelişkili bir durum yaratacaktır diye düşünüyorum..

Üniversiteler ne yapıyor bu anlamda?

Bu konuda birçok konferans düzenledik, çok konuşmalar yapıldı ama neticede karar verme merci üniversite veya sektör değil. Tüm bu çalışmalar sadece bilimsel yaklaşımları ve verileri kamusal alana sunmaya yöneliktir.

Şimdi üniversiteleri konuşurken, tabii yetişmiş insan gücü her sektörün sorunu. Sizin akademiyle hedefiniz nedir? Bugüne kadar neler yapıldı?

Biz kendi personelimizi yetiştirdiğimiz gibi sektöre de insan yetiştiren tek firmayız. Hatta şunu da söylemeliyim ki biz bu sektörün okuluyuz, tek üniversiteyiz. Sektörde birçok firmanın sahibi, yöneticisi veya elemanı bizim üniversiteden mezun olmuştur. Yaklaşık 13 senedir öğrenci proje yarışmaları düzenliyoruz, ayrıca konferanslara katılıyor, üniversitelerde eğitimler veriyoruz. Yani bu sektörü Türkiye'ye, Türk sanayisine alüminyum doğramayı öğreten biziz.

Çuhadaroğlu olarak hedef pazarlarınızın açısından bundan sonraki yol haritanız ne olacak?

İhracatı önemsiyoruz. Ama ihracatımız iç pazarı ne zaman geçer onu bilmiyorum. Şu anda oran yüzde 70'e 30 gibi ama biz ihracatın payını çok daha yükseltmek istiyoruz. Çünkü Türkiye pazarı tam bizim istediğimiz klasmanda değil. Mantalite ve vizyon konuları çok eksik. Zaten Çuhadaroğlu olarak hep farklı, sıra dışı işleri yapmayı istemiştik ve yapıyoruz. O açıdan da hep ihracatı büyütme istiyoruz. Avrupalılar bizden daha milliyetçi olduğu için kendi şehir ve ülkelerinde işleri almamızdan çok rahatsızlık duyuyorlar. Biz ise burada yabancıları el üstünde tutuyoruz ama bize yurtdışında böyle bir konfor sunulmuyor.

Son 5 yılda yaklaşık 3 katı bir büyüme gerçekleştirdiniz. Peki, bundan sonra bu hızlı büyüme trendi devam edecek mi?

Bu biraz sektöre bağlı. Açıkçası dünyanın hali ortada. Üç kat büyüme hedefimiz var ama ne olur bilemiyoruz. Biz her zaman farklı ülkelere, farklı bölgelere giden bir firma olduğumuz için yurt içi ve yurtdışı birbirini dengeliyor. O bakımdan sağlam ve alternatifli gidiyoruz. Bir bölgeye bağlı değiliz, olmamalıyız da. Zaten uluslararası marka olma düşüncemizi geliştirmenin altında da bu yatıyor.

Son olarak Türkiye'nin orta ve uzun vadedeki perspektifini de konuşacak olursak, bir sanayici olarak düşüncelerinizi bize nasıl aktarırsınız?

Ben kötümser değilim. Çünkü Türkiye'nin gelişmesi, büyümesi devam ediyor. Ama bazı engeller var ve devam edecek gibi gözüküyor. Etrafımızda savaş, terör bitmiyor. İçimizde de var maalesef. Bu da ister istemez birtakım şeyleri önlüyor, geciktiriyor. Bence önümüzdeki birkaç ay önemli. Açıkçası çok radikal bir değişim beklemiyorum ben.



KUŞAKLAR İŞ HAYATININ GİYİM TARZLARINI DEĞİŞTİRECEK!



Kişisel İmaj ve Stil Danışmanı **Burçak İlman**

II İş hayatının giyim farklılıklarını sanayileşme, modernleşme, kentleşme süreçlerinden sonra kuşaklar da belirleyici oluyor. Araştırmalara göre şirket çalışanlarının dâhil olduğu X, Y ve Z kuşakları iş hayatında farklı karakterlere sahip.

1965-1980 arası doğanların dâhil olduğu X kuşağı; daha geleneksel, sabırlı ve disiplinliyen 1981-2000 yılları arasında doğan Y kuşağı ise bir önceki nesle göre teknolojiye çok daha hâkim. 2000 sonrasında doğan Z kuşağı ise henüz iş hayatında aktif olmayan, yeni nesil. Elbette bu kuşakların karakterleri kadar iş yaşamında giyim tarzları arasında da oldukça büyük farklar var.

Y kuşağı eğlenerek kazanmayı daha çok seviyor ve iş hayatına atılırken Ceo ya da patron olmak istiyor. Bireyci ve girişimciler, dolayısıyla iş ve yaşam dengesi onlar için önemli. Lüks ve en iyiye düşkün olan bu kuşak için elegan stil olmazsa olmaz.

En önemli parçaları ise etoller, kalem etekler, yüksek topuklar ve özel aksesuarlar. Z kuşağını ise teknoloji çocuğu olarak adlandırabiliriz. Sıradanlıktan uzak olan Z kuşağı stillerine farklı konseptler ve yeni trendler ile yansıtacak. Onlar yeni trendi ofiste ilk gördüğünüz kişi olacak.

X, Y ve Z olarak adlandırdığımız kuşaklar aile yapısı, iş hayatları ve yaşam tarzlarında birbirinden oldukça farklılık gösteriyor. Elbette bu kuşakların karakterleri kadar iş yaşamında giyim tarzları arasında da oldukça büyük farklar var. Örneğin; X kuşağı iş görüşmelerinde takım elbise ceket kombinasyonunu bozmazken, Y kuşağı spor bir kombin tercih ediyor. Çabuk tüketen ve teknoloji bağımlısı Z kuşağı ise şimdiden iş hayatında kıyafet tercihlerini de değiştirecek gibi. Kuşaklar iş hayatının giyim tarzlarını değiştiren bu değişime adapte olamayan diğer kuşak yöneticileri ve şirketler için zor bir dönem başlıyor diyebiliriz!



KARADERİLİ GROUP YÖNETİM KURULU BAŞKANI ORHAN KARADERİLİ

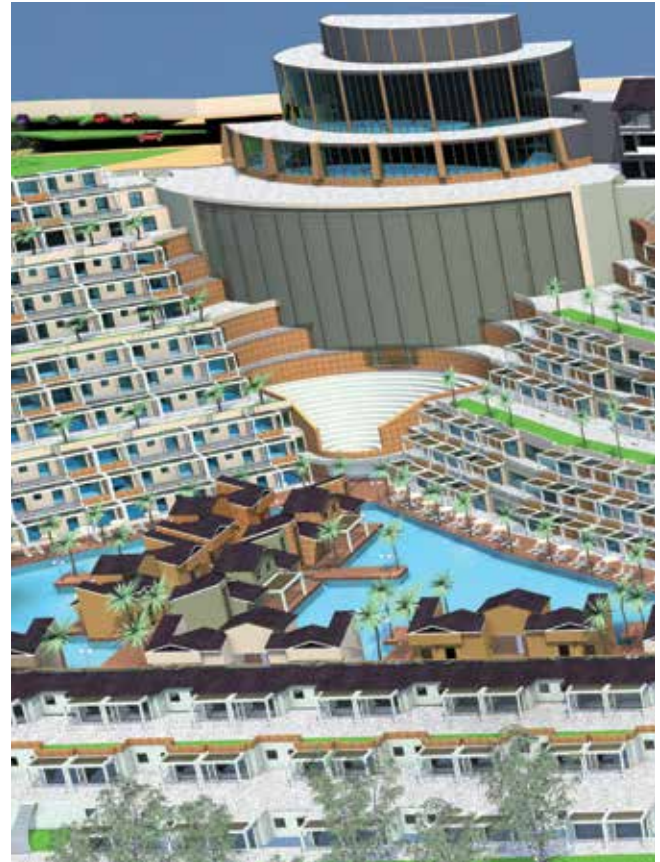
2016 VE 2017 YILINDA YÜZDE 80 YERLİ TURİST ÖNGÖRÜYORUZ!

Rusya'nın Türk sınırlarını ihlal etmesinin ardından Rus turistlerin Türkiye rezervasyonlarını iptal ettirmesi, yerli turiste de önem veren oteller için kriz yaratmadı. Hem devre mülk hem de normal konaklamada her şey dâhil sisteminde kalitesinden ödün vermeyen oteller bu yıl ve gelecek yıl için panik yaşamıyor.

Karaderili, "Bankacı bir misafirimiz Türkiye'de bir otelde tatil yapmak için fiyat araştırmış ve 2 bin gibi bir maliyete ulaşmış. Daha sonra İngiltere'ye seyahat etmiş, ve oradan Türkiye'deki aynı otel için fiyat bakmış

Bodrum, Kuşadası, Kütahya, Yalova, Balıkesir 'de otelleri bulunan Karaderili Group Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Karaderili, hükümetin turizme verdiği teşviklerin yanı sıra yerli turistin yurtiçini tercih etmesiyle sektörün Rusya krizini az hasarla atlatacağını söyledi.

2015'de doluluk oranları yüzde 50 yerli, yüzde 50 yabancı turist şeklindeydi. 2016 ve 2017 yılında yüzde 80 yerli turist öngörüyoruz" dedi. Yabancı turistin Türkiye' de daha ucuza tatil yaptığını belirten





ve uçak dahil aynı oteli bin 200 TL üzerinden bir fiyata bulabilmiş” dedi.

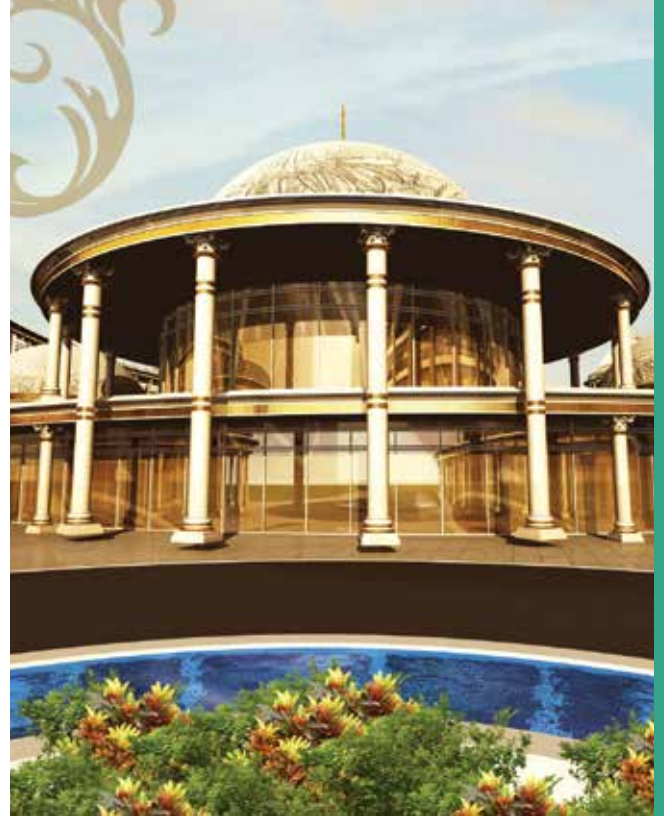
Bodrum'daki Mio Bianco otelinin geçen yılki doluluk oranlarını geçeceğini söyleyen Karaderili, "Doluluk oranını artıracamız ama yabancı turiste yüzde 50 azalma olacak. Biz bu durumu daha önceden öngörerek önlemimizi almıştık. Yıllardır yerli turist ile çalışıyoruz. Buradaki başarı kaliteden ödün vermeyerek, müşterilerimizi el üstünde tutup onların sizi sürekli tercih etmelerini sağlamaktır” dedi.

Yemekte tasarruf olmaz!

Yerli müşteri için temizlik ve otelin kalitesi kadar yemeğin de çok önemli olduğunu belirten Karaderili, şöyle konuştu: "Yerli müşteriye etkilemek için en önemli şeyin mutfak olduğunu düşünüyorum, birçok otelci arkadaşımız açık büfelerinin tamamını yabancılara yönelik hazırlıyor, bu da yerli misafirlerimizi rahatsız edebiliyor. Biz tesislerimizde bunun tam tersini yapıyoruz. Yerli mutfağa, Türk mutfağına daha fazla önem veriyoruz. Herhangi bir maliyetten kaçınıyoruz” dedi.

Türkiye'ye rağbet devam ediyor. Hangi ülkelerden gelişler var?

Terör olaylarına rağmen Avrupa bölgelerinde özellikle azalmalar olmasına rağmen, Ortadoğu pazarı



etkilenmedi, özellikle İran' da ki rejim değişikliğinden sonra İran pazarında çok büyük gelişmeler ve turist sayısında artış bekliyoruz. Arap turistin Türkiye' ye olan ilgisinin artarak devam edeceğini düşünüyorum. Arap turist için benim şöyle bir sözüm vardır; 'What they here is ezan what they eat is helal'. Buradan yola çıkarak dünyanın hiçbir yerinde bu modernlikteki bir şehirde yapabilecekleri bir tatil yok. Hem bir Avrupa şehrinde uyanıp hem de helal yiyecek yiyebilecekleri bir lokasyondalar, dolayısıyla bu ilginin hala devam edeceğini ve Ortadoğu pazarından henüz çok küçük bir pay aldığımızı düşünüyorum. Türk turizminin bu potansiyeli yeni yeni keşfettiğini düşünüyorum” dedi.



BERABER GEÇİRDİĞİNİZ ZAMANLARI ARTIRIN!



Çocukların sağlıklı bedensel ve ruhsal gelişimi ebeveynlerin onlara nasıl yaklaştığı ile doğrudan bağlantılı. Hatta mevsimler dahi çocukla kurulacak ilişkinin şeklini belirliyor. Yaz aylarında okulların tatile girmesiyle çocuklar daha çok boş zamana sahip oluyor. Böylece, yaz aylarında çalışan ebeveynlerin üzerine düşen sorumluluklar da artıyor.

ID Coaching Koç Eğitmeni ve Profesyonel Koç Neslihan Erdoğan, özellikle yaz aylarında çocuklarıyla kaliteli zaman geçirmek ve kurulan iletişimin çocuğun gelişimini artıracak nitelikte olmasının önemini vurguluyor. Ebeveyn koçluğu, yaz döneminde çocuklar ile doğru iletişim kurmak isteyen ebeveynlerin yardımına yetişiyor.

Profesyonel Koç Neslihan Erdoğan "kış boyunca odağı ders, ödev, sınav olan çocukların yaz döneminde; duygusal, zihinsel, bedensel gelişimlerini desteklemek için farklı alanlara yönelerek hem kendilerini keşfetmelerine hem de ebeveynleri ile iletişimi güçlendirmelerine ortam yaratmak çok önemlidir. Çünkü çocukların en çok ihtiyaç duydukları şey ilgi ve sevgidir. Çocuklara ilgi göstermek ve sevgi dolu ortamlar yaratmak ise çocuğun ilgi alanına göre ebeveynin yaratıcılığına bağlı olarak şekillenir. Kek pişirme, top oynama, deniz kabuğu toplama, otomobil sayma, çamur savaşı yapma gibi teknolojiden arınmış direkt etkileşim

sağlayan etkinliklerle çocuğun ruhunu beslemek mümkündür. Çocuklarınızla zaman geçirirken yaşı ne olursa olsun onu sorgulatin; "Şöyle bir düşün elimizde bir sihirli değnek olsaydı neyi sağlamak isterdin, nerede kullanırdın? gibi her şey mümkün olsaydı nasıl bir işin olsun isterdin? En severek yaptığın şeyleri düşün ve bunlarla nasıl bir hayat olabilir? Ayrıca çocuklarınızın beceri ve yetkinlikleri ile ilgi alanlarını gözlemlemiş ve keşfetmiş olursunuz, bu da onların yaşam yolculuğunda en iyi kararları alması için size önemli ölçüde veri sağlar. Bir ebeveynin çocuğu için en önemli varlığı onun kendi varlığını inşa ederken yanında olabilmesidir" diyor.

Çocuklarınızla birlikte yeni anılar biriktirin!

Gelişen teknoloji, hayatı pek çok farklı alanda kolaylaştırırken kurulan sıcak temas ve yüz yüze diyalogların sayılarını azaltıyor. Kayıt altına alınmak için ıskalanan zamanların sayısının arttığını vurgulayan Yıldırım; "Oysaki bir çocuk ve ebeveyni arasındaki en özel ilişki birlikte geçirilen sıcak ilişkilerde, içten gelen duygusal paylaşımlarda gizlidir. Çocuklarınızla yaz tatiline çıkın, elektronik cihazlarınızı bir süre kapatın, anı paylaşın, birlikte yeni anılar biriktirin ve onları keşfedin" dedi.



GERÇEK HAYATTA BİZİ NELER BEKLİYOR?



PERYÖN, 2006 yılından bugüne her yıl düzenlediği; sektörlerin önde gelen firmalarıyla üniversite öğrencilerini, yeni mezunları ve kişisel kariyerine yön vermek isteyenleri bir araya getirerek kariyer fırsatları platformu yaratan "Kariyer Panayırını"nın 10. Yıl rotasını tamamladı.

Metro Toptancı Market sponsorluğunda gerçekleşen Kariyer Panayırını'nda, Giresun, Kayseri, Konya, Yozgat, Mersin, Manisa, Bilecik, Yalova, Isparta ve Tekirdağ olmak üzere 10 ilde 4000'i aşkın üniversite öğrencisiyle bir araya gelindi. Etkinlikte gençler en çok, kendilerini nasıl bir iş yaşamının beklediği, en popüler meslekler ve deneyim kazanabilecekleri staj ortamlarına nasıl ulaşabilecekleri sorularının yanıtlarıyla ilgilendi.

Kariyer Panayırını etkinliğinin sonuçlarıyla ilgili bilgi veren PERYÖN Yönetim Kurulu Başkanı Sevilay Pezek Yangın; "Özellikle büyük şehirler dışındaki üniversitelerde okuyan gençler, iş dünyasıyla iletişim konusunda kısıtlı olanaklara sahipler ve doğal olarak bu onlar için önemli bir sorun. Yöneticilerinin bizzat panayırımıza katılarak paylaştıkları bilgiler, etkinliğimizin verimliliğini artırdı. Gençler doğal olarak gelecekte kendilerini nasıl bir iş dünyasının beklediğini merak ediyor ve endişe duyuyorlar. Genç potansiyelin doğru değerlendirilmesi misyonumuzdan yola çıkarak ziyaret ettiğimiz 10 ilde bir kez daha fark ettik ki, ülkemizin tüm üniversitelerinde binlerce potansiyel çalışan gelecekle ilgili desteğimizi bekliyor. PERYÖN bu misyon çerçevesinde gençleri iş dünyası profesyonelleriyle bir araya getirmeye ve sorularını

yanıtlamaya sürdürecektir. Ancak tüm iş dünyasının misyonu da ülkemizin her köşesindeki gençlerin gelecekte eşit iletişim ve iş olanaklarına sahip olması için iş birliği etmek olmalı. Bu konuda işbirliklerine açık ve istekliyiz."

PERYÖN, gençlere yönelik istihdam olanakları ile ilgili çalışmalarını öncelikli gündem maddesi olarak ele almayı sürdürüyor. Her yıl tekrarlanan Kariyer Panayırını bugüne dek binlerce genç insana iletişim ve iş olanakları ile ilgili bilgi paylaşma olanağı sundu. Etkinlik her yıl yeni bir rota ve farklı illerle devam edecek.



LİDERLİĞE GİDEN YOL KENDİNİ KEŞFETMEKTEN GEÇİYOR!



Yönetici ve lider günümüzde en çok karıştırılan başlıklardan. Yöneticilik; olağan bir işleyişi idare ederek yaratıcı potansiyele başvurulmadan yerine getirilebilir. Liderlik; öncülük etmeyi, yönlendirmeyi, sorumluluğu altında bulunan kişilerin gerçek potansiyellerinin ortaya çıkabilmesini desteklemeyi gerektirir. İş süreçlerinin maksimum performansla yürütülmesinin de anahtarıdır.

Başarı için esas olanın; yöneticinin, gelişim alanlarının belirlenmesi ve geliştirilmesi, iş-özel yaşam dengesini kurabilmesi olduğunu söyleyen ID Coaching Koç Eğitmeni ve Profesyonel Koç Hatice Yıldırım, Yönetici Koçluğu eğitiminin yetkin liderler yetiştirilmesine aracılık ettiğini belirtiyor.

Yönetici koçluğu nasıl çalışır?

Üç ana başlıktan oluşan Yönetici Koçluğu; Beceri Geliştirme, Performansı Artırma ve Kişisel Gelişimi amaçlıyor. Beceri Gelişimi Koçluğu, liderin etkili bir performans için gereken özel becerileri edinmesini ve bu becerileri liderliğinde başarıyla uygulamasını desteklemek için kullanılıyor. Performans Koçluğunda liderin mevcut rolündeki etkinliğini artırabilmesi amaçlanıyor. Gelişim Koçluğu'nda ise liderin kendini geliştirmesi, düşünce kalitesini ve duygusal zekâsını yükseltmesi, perspektif kazanması ve odağını koruması sağlanmaya çalışılıyor. Profesyonel Koç Hatice Yıldırım; bu üç aşamanın yöneticilere başarılı bir lider olmanın

gerekliklerini gösterip onları yaratıcı güçleriyle buluşturacağı görüşünü paylaşıyor.

Lider hem kazanır hem kazandırır!

Başarılı bir lider sadece bireysel kazanımlara odaklanmıyor; aynı zamanda yönettiği takıma ve bağlı olduğu şirkete de vizyon ve değer katıyor. Profesyonel Koç Hatice Yıldırım; Yönetici Koçluğu'nun pek çok önemli kazanımı olduğunu vurguluyor ve şöyle devam ediyor: "Yönetici Koçluğu kişisel farkındalığı artırıyor, yetkinlikleri güçlendiriyor, integral bir bakış açısıyla 'biz' ruhu yaratıyor. Öte yandan duygu, düşünce, beden ve ruhtan oluşan dört boyutlu liderlik becerilerini geliştiriyor. Yüksek performans kültürü yaratarak çalışanların potansiyellerini daha fazla kullanmalarını sağlıyor. Bu bakış açısı ve yönetim biçimi, kurumun da konumunu güçlendiriyor ve sürdürülebilir hale getiriyor."

Hatice Yıldırım; "Belirsizlik ve karmaşanın hakim olduğu günümüz iş dünyasında sürdürülebilir kurumlar ve sürdürülebilir liderlik yaşamsal öneme sahip. Rasyonel akılla alınan kararlar, iç ve dış çevredeki değişimler nedeniyle çoğu kez rafa kaldırılıyor. Kurumların hayatta kalabilmesi ve ilerleyebilmesi, değişimi yönetme potansiyeline bağlı. Sadece iş yaşamı mı böyle? Elbette hayır. Değişimi yönetmek hepimizin yaşamsal konusu. 21. Yüzyılda liderlik başta olmak üzere yeni becerilere ihtiyacımız var" dedi.

TÜRKİYE TATİL BÜTÇESİNİ NASIL DENKLEŞTİRİYOR?



Tatil mevsimi başlamak üzere; haliyle planlar yapılıyor, bütçeler denkleştiriliyor. Peki bütçeyi yormamak için en çok hangi yöntemler kullanılıyor? Para biriktirmek mi, taksitle ödemek mi, borç ya da kredi almak mı, ek iş yapmak mı yoksa diğerleri mi? Seyahat sitesi momondo, bu sorunun yanıtını bulmak için Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 20 ülkede katılımcılara tatil masraflarının bütçeleri üzerindeki yükünü azaltmak için hangi yöntemlere başvurduklarını sordu. Katılımcıların birden fazla yanıtı tercih edebildikleri araştırmanın en dikkat çekici sonuçları şöyle:

Türklerin yüzde 50'si, güzel bir tatil yapabilmek için yıl boyunca düzenli olarak kenara para ayırdığını söylüyor. 18-22 yaş arası gençlerde yıl içinde tasarruf yapma oranı daha da yükselirken, oranın en düşük olduğu grup 56-65 yaş grubu. Coğrafi bölgeler arasındaysa liderlik yüzde 55'le Ege Bölgesi'nde.

Taksitle ödemede dünya ikincisiyiz!

İkinci sırada yüzde 30'la tatilini taksit taksit ödemeyi seçerek tatil harcamalarını farklı aylara bölüştürmeyi seçenler yer alıyor. Taksitli ödemeyi en çok tercih edenlerse 23-35 yaş grubu. Diğer yandan Türkiye bu oranla Brezilya'nın (yüzde 41) ardından tatilini en çok taksitle ödeyen ülke konumunda.

Ortaklaşa para biriktirenlerin oranı yüzde 20!

Üçüncü sırada ise tatil planları doğrultusunda yıl içinde arkadaşları veya ailesiyle konuşup, onlarla ortaklaşa bir hesaba para yatırırlar yer alıyor. Tahmin edilebileceği üzere bu tür birikim yapma oranının en yüksek olduğu grup, yüzde 30'la 18-22 yaş grubu.

Gençler tatil için ek iş yapıyor!

Katılımcıların yüzde 15, tatil bütçesini denkleştirmek için yıl içerisinde ek iş yaparak para biriktirdiğini söylüyor. Oran erkeklerde yüzde 17'ye, 18-22 yaş arası

gençlerde yüzde 19'a kadar çıkıyor. Bu sonuçlara göre Türkler, tatil için ek işe en çok ihtiyaç duyan üçüncü ülke konumunda. İlk iki sırada ise yüzde 20'lik oranla Çinliler ve Ruslar yer alıyor.

Tatil kredisine en çok başvuran ülkeyiz!

Yüzde 13 ise güzel bir tatil için banka kredisi aldığını söylüyor. En çok kredi alanlar 56-65 yaşları arasındakiler. Ailesinden veya arkadaşlarından borç alanların oranı ise yüzde 7. 18-22 yaş arası gençlerde borç alma oranı yüzde 13'e kadar çıkıyor. Sonuçlara göre Türkiye dünyada en çok tatil kredisine başvuran ülke. İkinci sırada yüzde 10'la Çin ve üçüncü sırada yüzde 6'yle Brezilya yer alıyor.

Tatil için eşyasını satan var!

Son olarak tatildeyken evini kiraya vererek para kazananların oranı yüzde 4, tatil bütçesi için bazı eşyalarını bit pazarında ya da online platformlarda satanların oranı ise yüzde 3.

Diğer yandan Türkiye'nin yüzde 18'i tatile çıkmadan önce herhangi bir yöntemle para biriktirmediğini söylüyor.



FOLKART YAPI'NIN YENİ PROJESİ FOLKART TIME!



İzmir'de kurulduğu günden bugüne kadar inşa ettiği çarpıcı yaşam alanları ile dikkat çeken Folkart, yeni projesinde; konut, ofis, alışveriş ve yeme içme alanları yanı sıra bir de koleje yer veriyor. Temel olarak konut, ofis, cadde mağazaları ve kolej şeklinde 4 farklı fonksiyonun bir arada olacağı Folkart Time Projesi ile 500 milyon lira değerinde bir yatırım ortaya çıkacak. Bornova Yeni Kent Merkezi Bölgesi'ne yeni bir soluk getirecek ve bu alanda bir cazibe merkezi haline gelecek Folkart Time, "Şimdi senin zamanın" sloganıyla yaşamdan zaman kazanmak isteyenlerin adresi olacak.

Folkart Time, 'zaman' kavramını özellikle öne çıkarırken, hayatın akıp giden saatlerini kendimiz ve ailemiz için kullanmamıza imkân sunacak. Sosyal kullanımlar, yeşil doku, spa, havuz, spor alanları gibi özellikler Folkart'ın doğal standardı olarak projede yer alacak.

Karma proje konseptine benzersiz bir yenilik getiren

Folkart Time, İzmir'de ilk kez bünyesinde kolej barındıran proje olacak. Folkart Time sakinlerine kayıt önceliği verilecek kolejde, öğrencilere Türkiye'nin en iyi eğitimcilerinden eğitim alma fırsatı sunulacak.

Folkart Time, 27 bin 400 m²'lik alanda, 120.000 m² inşaat alanında karma bir proje olacak. Ev, ofis, kolej, alışveriş ve sosyal alanları bir araya getirerek, proje sakinlerine zaman kazandıracak. Folkart Time; 37 ila 335 metrekare arasında değişen balkonlu ya da balkonsuz stüdyo, 1+1, 2+1, 3+1, 4+1 ve dubleks olmak üzere; 369 konut, 271 ofis, 46 ticari birim ile açık/kapalı havuz, spa, fitness merkezi ve kapalı otoparkla zamanı verimli kullandıracak. Proje; meyve ağaçları, limon, selviler ve fıstık çamlarla süslü doğanın sunduğu pozitif enerjiyi Folkart Time sakinleriyle buluşturacak.



TEPE-MESA'DAN EVİNİ ŞİMDİ AL, TESLİMDE ÖDE!



Tüm projelerinde insanı ve yaşam kalitesini öncelik olarak belirleyen TEPE ve MESA yeşil alanı ve yaşam kalitesini esas alan tasarımıyla Ankara'nın en özel projesini yarattı.

Türkiye'nin iki prestijli markası TEPE ve MESA tarafından hayata geçirilen PARK MOZAİK; yemyeşil peyzajı, çok renkli tasarımı ile konforlu, keyifli ve farklı yaşam olanaklarını birarada sunan benzersiz konsepti ile fark yaratıyor. Toplam 75 bin metrekarelik geniş bir arazi üzerine inşa edilen PARK MOZAİK'te 2+1'den, 6+1'e kadar uzanan geniş bir yelpazede yer alan daireler, panoramik kent manzarasının yanısıra oyun parkları, yeşil alanlar ve süs havuzlarıyla buluşma fırsatı sunuyor.

Ankara'nın ihtiyaçlarını çok iyi bilen TEPE ve MESA, Yaşamkent'te inşaatına devam ettikleri PARK MOZAİK projesinden ev almak isteyenlere; hem peşinatı hem de banka kredisi taksitlerini teslimden sonra ödeyebilecekleri bir kampanya hazırladı.

Birinci etap teslimleri Aralık 2016'da gerçekleştirilecek PARK MOZAİK'ten konut almak isteyenler, peşinatı ve banka kredisi taksitlerini teslimden sonra, Ocak 2017'de ödeyebilecekler. Böylelikle Ankaralıları, PARK MOZAİK'te yaşama ayrıcalığını yakalarken, ödeme kaygısı yaşamadan yeni evlerine kolaylıkla yerleşebilecekler.

PARK MOZAİK, TEPE ve MESA'nın güçlü yapısı sayesinde, bulunduğu bölgenin hızla artan değeri ile sağlam bir yatırım şansına da dönüşmüş olacak.



PASİFİK, NEXT LEVEL ÇAYYOLU İLE KONUT ANLAYIŞINI DEĞİŞTİRECEK!



Türkiye'nin yenilikçi gayrimenkul şirketi Pasifik İnşaat, Ankara'nın en prestijli konut bölgesi Çayyolu'nun tam merkezinde yeni bir NextLevel'a imza atıyor. Pasifik İnşaat güvencesi ve kalitesi, Next Level tasarım anlayışı, sıra dışı mimarisi ve detaylardaki inceliğiyle Ankara'ya değer katacak olan Next Level Çayyolu, her zevke uygun 429 konut ve altı mağazadan oluşuyor. Toplam arsa alanı 42 bin 184 metrekare, inşaat alanı ise 166 bin metrekare olan Next Level Çayyolu, 500 milyon TL'lik yatırımla hayata geçiyor. Mart 2016'da inşaatına başlanan Next Level Çayyolu'nun 2018'in son çeyreğinde tamamlanması planlanıyor.

Pasifik İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Erdoğan, Next Level Çayyolu'nda sadece bir konut projesi değil, her detayı düşünülmüş bir hayat tasarladıklarını söyledi. Çayyolu'nun Ankara'nın en hızlı gelişen ve değer kazanan önemli konut bölgelerinden biri olduğunu hatırlatan Fatih Erdoğan, sözlerini şöyle sürdürdü: "Next Level Ankara'nın başarısı sonucunda gelen yoğun istek üzerine Next Level tarzını bir konut projesine taşıma fikri ortaya çıktı. Ardından, konut projesi talep edenlerin beklentilerine cevap verebilecek ve aile yaşamına uygun en iyi araziye araştırdık. Ankara'nın en önemli konut bölgesi Çayyolu'nda, Çayyolu Rekreasyon Vadisi'nin içindeki arazide projeyi geliştirmeye karar verdik. Hem

şehrin olanaklarının içinde hem de şehrin karmaşasının dışında, doğayla iç içe bir yaşam vaat eden Next Level Çayyolu, pek çok üniversiteye, özel okula, sosyal yaşam alanlarına ve alışveriş merkezlerine yakınlığıyla öne çıkıyor."

Next Level Çayyolu'nda 429 konutta 92 farklı konut tipi olduğunu belirten Fatih Erdoğan, projenin kendi içinde farklı yaşam alanları barındırdığını ifade etti. Next Level Çayyolu'nda villa, loft, penthouse ve birbirinden farklı birçok daire tipi bulunduğu dikkat çeken Fatih Erdoğan, "Farklı mimarilerdeki alternatiflerle genç çiftlerden çocuklu ailelere, geniş ve ferah yaşamı sevenlerden fonksiyonelliğe önem verenlere kadar her zevke uygun yaşam tarzını 3+1'den 7,5+2'ye kadar değişen seçeneklerle sunuyoruz" dedi.



KIBRIS'IN İLK VE TEK EMLAK HABER SİTESİ

KIBRIS EMLAK MERKEZİ'NDE NELER VAR ?

Markalı konut projeleri
İnşaat ve emlak firmalarından haberler
Sektörden sıcak gelişmeler
Kazançlı yatırım fırsatları

Güçlü erişim ağı ve bilgilendirici içeriğiyle Türkiye'de inşaat/emlak sektörünün önünü açan, markalı konut projelerinin oluşmasını ve hızla büyümesini sağlayan emlak haberciliği, artık Kıbrıs'ta..

Kıbrıs'ın ilk ve tek emlak haber portalı Kıbrıs Emlak Merkezi, yatırım ve yatırımcıyı bir araya getiriyor. Cazip fırsatlarla yüzlerce seçenek sunuyor bu site.

Bir projenin fikir aşamasından başlayıp, inşaatından satışına kadar her aşamasını sizlerle paylaşıyor. Yatırım yapmayı düşündüğünüz projeyi veya markayı daha iyi tanımanızı sağlıyor.

Bir de şöyle düşünün; Belki siz yatırım düşünürken aklınıza sadece birkaç marka geliyor, kısır döngüye giriyorsunuz.. Ama Kıbrıs Emlak Merkezi, bu ülkede kaliteli iş yapan tüm markaları her an sizin bilgisayarınıza, telefonunuza, tabletinize getiriyor. Ve her defasında yatırım düşüncenize uygun alternatifler sıralıyor.

Güncel haber başlıklarıyla, profesyonel yatırım danışmanlarının köşe yazılarıyla, çarpıcı ekonomi analizleriyle sektöre ışık tutuyor.

Sadece emlak ve inşaat değil, bankacılık, sigortacılık ve turizm sektörüyle de direkt temasında Kıbrıs Emlak Merkezi, Bütçenizi ilgilendiren en taze haberleri sizlerle buluşturuyor.

Bir özelliği daha var bu haber portalinin; Kıbrıs'ın emlak haberlerini, Türkiye'nin en güçlü haber portallarından her gün on binlerce yerli ve yabancı yatırımcıya ulaştırıyor.

İmza attığınız projenin kalitesine güveniyorsanız, sizi de Kıbrıs Emlak Merkezi'ne bekliyoruz.

www.kibrisemlakmerkezi.com

A YAZ
Medya Grubu

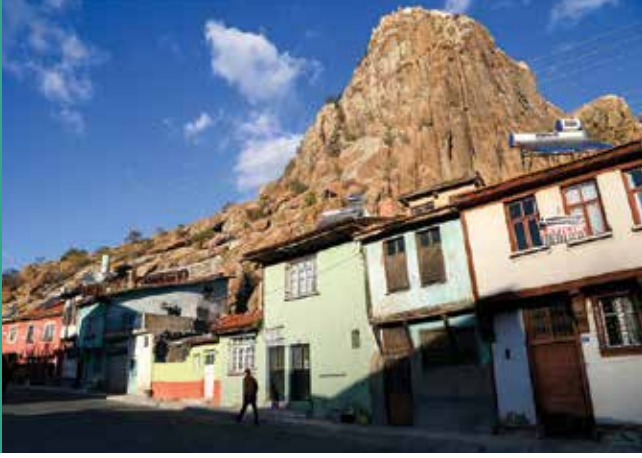


EKONOMİ KIBRIS
PRESTIGE



KEYİFLİ VE SAMİMİ BİR ŞEHİR: AFYONKARAHİSAR

Adını yüzyıllardır topraklarında yetiştirilen afyon/haşhaş tohumundan ve Karahisar Kalesi'nden alan Afyonkarahisar, kelimenin tam anlamıyla geleneksel bir Türk şehri.



Eski şehrin oyma işlemlerle bezeli ahşap evlerinden kentin Kurtuluş Savaşı'ndaki rolünü vurgulayan Zafer Anıtı'na dek Afyonkarahisar; hem tarihten izler taşıyor hem de bugünü yaşıyor. Afyonkarahisar'ın tarihinden bahsedeceksek en başa kaplıcaları yazmak gerek çünkü bu şehrin şifalı suları binlerce yıldır biliniyor ve kullanılıyor.

Afyonkarahisar'ın termal tesisleri, merkezdeki Gecek ve Ömer ile çevre ilçelerden Sandıklı - Hüdai, İhsaniye- Gazlıgöl ve Bolvadin-Heybeli olmak üzere 5 bölgede bulunmaktadır. Yeni otellerin açıldığı, eskilerin de yenilendiği bu merkezlerde beş yıldızlı otellerden ekonomik fiyatlılara, apart otellerden villalara kadar her bütçeye uygun konaklama imkânı var. Otellerin bazıları termal tesislerindeki terapi merkezlerinde uzman personeller çalışıyor. Termal havuz, Türk hamamı, çamur banyoları, buhar odası, SPA merkezi, fitness center ve masaj tedavisinin yanı sıra sinema, bilardo, bowling salonu gibi farklı üniteleri de bünyelerine ekleyen ve sayıları giderek artan modern



tesisler sayesinde termalin başkenti Afyonkarahisar, hem şifa hem de güzel bir tatil fırsatı sunuyor.

Termal tesislerde yer alan havuzlarda 40oC dereceye kadar yükselen su sıcaklığı vücuda keyifli bir rahavet veriyor. Şehirdeki kaplıca sularında bulunan minerallerin kireçlenme, sindirim sistemi bozukluğu, jinekolojik rahatsızlıklar, kas ve sinir hastalıkları ve yorgunluk gibi pek çok rahatsızlığı tedavi ettiği söyleniyor. Bu tesislerden çıkıp şehrin sokaklarına daldığınızda Afyonkarahisar'ın en az kaplıcalar kadar alemetifarıkası olan ürünlere rastlarsınız. Mesela sucuklar... Şehrin her yanında, vitrinlerinde sıra sıra dizilmiş sucukların sergilendiği dükkânlar görebilirsiniz. Sucuk, Afyonkarahisar'da yaygın bir ürün. Uzunçarşı'daki sucukçular şehirdeki en leziz seçeneği sunuyor. Afyonkarahisar Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan fabrikalarının kapısından içeri adım atar atmaz sucuk yapımı için kullanılan baharat karışımının kokusu kendini hissettiriyor. Koyu kırmızı rengini iki günlük fermantasyonun sonunda kazanan 500 gramlık sucuklar, dana etinden hazırlanıyor.





İzmir - Ankara çevreyolu üzerindeki lokumcular, Afyonkarahisar'ın bir başka şanlı lezzeti olan kaymaklı lokum ile tanışmak için ilk adım. Kaynamış sütün yüzeyinde oluşan kıvamlı tabakanın toplanmasıyla elde edilen kaymak, çocukluğumuzdan beri her fırsatta tadını çıkardığımız lezzetlerden. Kahvaltıda balın en yakın dostu olan kaymak, ekmek kadayıfı gibi geleneksel tatlılara da karakteristik lezzetini verir.



Meşhur kaymaklı lokum imalatını görmek için Organize Sanayi Bölgesi'ne uğramak gerek. İmalathanenin önünden geçenler, önlüklü ve kâğıt maskeli ustaların lokumları kaymağa sürdükten sonra Hindistan cevizine bulamalarını izleyebilir. Manda kaymağından yapılan bu lezzetli ve şeker deposu lokumlar, tatlıya düşkün damaklara hitap ediyor.



Şehir merkezinde, Eski Çarşı civarında bulunan keçeciler, uçuşan koyun yünü artıkları arasında kozalanmışlar. Yünler, yağmur ve soğuğu geçirmeyecek bir yoğunluğa ulaşana kadar büyük bir makinede



"pişiriliyor". En eski Türk zanaatlarından biri olan keçecilik, ustalarının sayısı gitgide azaldığından kaybolma tehlikesiyle karşı karşıya. Giyimden ev tekstiline pek çok alanda sade ya da desenli olarak kullanılan keçe, Afyonkarahisar'da hemen her evin bir parçası.



ATLANTA "HOŞ GELDİNİZ" DİYOR!

Birçok şirketin genel merkezinin, üniversitelerin, film ve müzik stüdyolarının şehri Atlanta oldukça hareketli bir yer.



Buna rağmen herkes kısa bir sohbet için vakit ayırabiliyor. İnsanlar kapılarda önceliği karşıdakine veriyor, yabancıları tebessümle karşılıyor ve şehrin kültürel çeşitliliğinden gurur duyuyorlar. Burada hip hop yıldızları, bilim adamları, öğrenciler ve göçmenler bir arada yaşıyor. Atlanta birçok rengin misafirperverlik ve sıcakkanlıklarda bulunduğu bir şehir olmuş hep.

Kalabalık olmasına karşın güzel bir şehir burası.. İlman iklimi sayesinde yetişen bitki türleri şehri yeşile bürüyor. Pilotlar Atlanta'ya uçmanın yemyeşil



bir ormana inmeye benzediğini sık sık söyler. Engabeli tepeler ve parklardan oluşan şehir silüetinde cadde ve bahçeler çiçek açmış açelya, kızcık, manolya ağaçları ve ormangülleriyle kaplı. Yalnızca benim bahçemde bile sıcak yaz aylarında gölgesinin serinliğinde oturabildiğimiz geniş yapraklı on ağaç var. Bölgenin botanik görkemini tam anlamıyla kavramak için Atlanta Botanik Bahçesi'ni gezmenizi tavsiye ederim. Birkaç farklı bahçeden oluşan bu mekânda ziyaretçiler, yerli bitkilerin yanı sıra bölgenin bereketini gözler önüne seren ekili sebze bahçesini de görme fırsatını yakalıyor.





Yenilenerek yazı hazırlanan çocuk bahçesi de hem çocukların hem de yetişkinlerin katılabilecekleri özgün deneyimler sunuyor.

Sıcakkanlı ve kucaklayıcı doğaya rağmen Atlanta sakinlerinin en çok övündükleri şey, şehirlerindeki bireysel çeşitlilik.. Amerika'nın Yurttaşlık Hakları Hareketi'nin lideri Rahip Martin Luther King Jr.'ın doğduğu şehir olan Atlanta gerçekten de çeşitlilik ve mirasın bir arada var olabildiği bir yer. Bu miras bugün pek çok film ve dizide de konu ediliyor.



Popüler kültürde eşitlik ve adalet mücadelesine dair söz söyleyen hemen her eserin saygı dolu bir selam yolladığı ilham verici yaşam öyküsüyle Martin Luther King'in Atlanta'nın tarihinde özel bir yeri var. Martin Luther King Tarihî Alanı'na yapacağınız bir ziyaretten ilham almamanız neredeyse imkânsız. Birleşik Devletler'de Afrika kökenli vatandaşların eşit haklar mücadelesi, hem verdiği ders hem de doğruluğun karşısında hiçbir gücün duramayacağını göstermesi bakımından ilham verici. Uluslararası Dünya Barışı Gül Bahçesi ve Ebezener Vaftiz Kilisesi'ni geçtikten sonra Doktor King'in mezarını ve doğduğu evi göreceksiniz. Muhteşem bir hayatı her detayıyla kavramak için eşsiz bir fırsat. Bu geleneksel güney şehri artık farklı ulusal kültürleri bir potada eriten bir merkez ve bu küresel dinamiği en iyi deneyimleyebileceğiniz yerlerden biri de Buford Otoyolu koridoru. Geçtiğimiz yaz çocuklarımızı farklı kültürlerin mutfaklarıyla tanıştırmak istediğimde uçağa binmemiz gerekmedi. Arabayla birkaç kilometrelik bir yolculuktan sonra, şehrin diğer ucunda bulunan Buford Otoyolu'ndaki uluslararası restoranlara varmıştık bile. Tay, Karayip, Kore, Çin ve Meksika menülerinden dilediğimiz her şeyi denedik.

Bunca atıştırmanın üzerine biraz hareket etmek şart! Muhteşem parkların ve yeşil alanların hakkını iyice verebilmek için şehirdeki göz alıcı mahallelerin içinden geçen 22 mil (yaklaşık 35,5 kilometre) uzunluğundaki bisiklet ve yürüyüş yolu Beltline'da sakin bir yürüyüşe çıkın. Yine acıkırsanız, öğleden sonranızı ayırıp yol üstündeki restoranlardan birinde enerji toplamanızı tavsiye ederiz. Burada nasıl vakit geçirirseniz geçirin Atlanta, zihninizde nezaket ve misafirperverliğin yanı sıra sofistike bir uluslararası yönü de olan tipik bir güney şehri olarak yer edecek.

FIAT EGEA HATCHBACK YOLA ÇIKTI!



Tofaş'ın 1 milyar dolarlık yatırımla hayata geçirdiği otomobil projesinin ikinci kompakt sınıfı modeli Fiat Egea Hatchback, Mayıs 2016 itibarıyla, 53 bin 900 TL'den başlayan anahtar teslim satış fiyatıyla Fiat showroom'larında yerini aldı. Genişliği, bagaj hacmi, konforu ve sınıfından ayrıştıran teknolojisi ile yine ezber bozan Egea Hatchback, 5 yıl/100 bin kilometre garantili olarak müşterilerin beğenisine sunuluyor. Sınıfında ilk kez standart olarak sunulan üstün teknolojik donanımlarıyla dikkat çeken Fiat Egea Hatchback, ilk etapta manuel şanzımanlı olarak 1.4 litre 95 HP ve 1.4 litre T-Jet 120 HP benzinliyle, 1.3 litre 95 HP ve 1.6 litre 120 HP Multijet dizel motor seçenekleriyle sunuluyor.

Fiat markasının, Tofaş tarafından geliştirilip üretilen Egea model ailesiyle, Avrupa'da en büyük pazar payına sahip kompakt sınıfa güçlü bir geri dönüş yaptığını dikkat çeken Fiat Marka Direktörü Altan Aytaç, "Egea Sedan ile pazara çok hızlı bir giriş yaptık; ürün ve konumlandırma açısından benzeri olmayan bir model oluşturduk. Egea Sedan satışta olduğu ilk 6 ayda 16 bin adetlik satış rakamına ulaşarak otomobil pazarında en çok satılan modellerden biri haline geldi. Şimdi yeni Fiat Egea Hatchback ile bu başarıyı taçlandıracağız. Easy Plus, Urban Plus ve Lounge Plus adı verilen üç zengin donanım seçeneğiyle kompakt hatchback müşterilerinin de gönlünü kazanacağız. Fiat Egea Hatchback, daha iyi bir otomobile sahip olmak isteyen müşterilere, ekonomik fiyatlarla, gerçekten ihtiyaç duydukları donanımlarla hitap eden, yine 'ezber bozan' bir model oldu" dedi.



YENİ NISSAN NAVARA TEKRAR LİDER OLMAYA GELİYOR!



SUV segmentinin lideri Nissan'ın 80 yıllık Pick-Up deneyiminin yansıması niteliğinde olan yeni Navara, Pick-Up sınıfına tamamen yeni standartlar getiriyor. Yeni nesli geliştirirken, Navara'nın üstün off-road yeteneklerini, dayanıklılığını korumanın yanında konfor özelliklerini artırmak en önemli öncelik oldu. Sağlam ve güçlü bir şasiye sahip olan yeni model kullanım kolaylığı ve pratikliği daha da artıran bir dizi yeni mühendislik çözümlerini bünyesinde barındırıyor. Qashqai, X-Trail ve Juke gibi geniş kitlelere ulaşan SUV modellerle aynı DNA'yı paylaşan yeni Navara, bünyesinde barındırdığı otomobil benzeri stil, konfor ve kalite özelliklerinin yanı sıra sınıfında ilk olan teknolojilerle Pick-Up pazarına tamamen yeni standartlar getiriyor. Yeni Navara ile birlikte sunulan 3 yıl veya 100 bin km üretici garantisi, Nissan'ın araçlarına olan güveninin kanıtı niteliğini taşıyırken, aynı zamanda tüketicinin içinin daha rahat olmasını sağlıyor.

Nissan, yeni Navara'yı geliştirirken kendini kanıtlamış olan üstün off-road yeteneklerinden ödün vermeden



Navara'nın konfor özelliklerini daha da artırmayı öncelikli hedef olarak belirledi. Söz konusu hedefi hayata geçirmek üzere Nissan tamamen yeni helezon yay ve amortisörlü beş bağlantılı bir arka aks geliştirdi. Navara söz konusu yeni arka süspansiyonun da katkısıyla son derece konforlu olduğu kadar üstün yol tutuş dinamikleri de sergiliyor. Yeni helezon yaylı süspansiyon daha önce kullanılan yaprak yaylı süspansiyon ile kıyaslandığında 20 kg daha hafif olmasıyla da önemli bir avantaj sunuyor. İyileştirilen arka süspansiyon tasarımı sayesinde daha yüksek bir manevra kabiliyeti sunan yeni Navara, 50 mm daha kısa dingil mesafesinin de katkısıyla 12,4 metrelik dönüş çapına imza atıyor. Yeni Navara, bir dizi araç içi yeni teknolojiyi kullanıma sunuyor. En güncel konfor ve güvenlik donanımlarının gecikmeli olarak devreye alındığı bir sınıfta Nissan, Navara'da sunduğu araç içi teknolojileriyle yeni standartlar belirliyor.



HUAWEI P9 SERİSİ LITE MODELİYLE TAMAMLANDI!



Huawei, zarif tasarımı, üstün kamera performansı, kullanıcı dostu özellikleri ve işlevselliği ile "P9" ailesinin en yeni ve en minimal üyesi P9 Lite'ı duyurdu. "P" serisinin tasarım ve teknolojiyi ön planda tutan üstün özellikleriyle, birçok göz alıcı işlevi bir arada sunan Huawei P9 Lite, hem şık hem de gerçekten akıllı bir mobil cihaz arayışında olanları mutlu edecek.

Huawei P serisinin değişmez unsurlarından biri olan minimalist tasarım yaklaşımı, P9 Lite'da da hissediliyor. İnce gövde yapısı, yeni sürümde daha detaylı hale getirilerek; renkler, pürüzsüz yüzey dokusu ve kullanılan farklı materyallerle birlikte, göz alıcı bir uyum içinde tasarlandı. P9 Lite'ın 7,5 mm gövde ve 2,02 mm ekran kenar kalınlığı, ince bir matematiksel işçiliğin ürünü olarak ortaya konulurken, ergonomi de ön planda tutuldu.

Üründe ekran-gövde oranı %76,4 ile bir önceki sürüme göre artırılırken, NTSC renk skalası da yine bir önceki sürüme göre %70 oranında iyileştirildi. P9 Lite'ın 5,2 inç Full HD ekranı tüm görsel ihtiyaçlar için ideal. 7,5 mm x 146,8 mm x 72,6 mm kasa ölçüsüyle oldukça hafif ve kompakt bir akıllı telefon P9 Lite, segmentinin en iyi tasarım deneyimini kullanıcılarına yaşatmak için hazır.

LENOVO VIBE P1M!



VIBE P1m, günlerce süren pil ömrüyle büyük beğeni kazanan P serisinin devamı olarak Nano Teknolojisi ile üretildi. VIBE P1m'nin ekranındaki özel Nano kaplaması zırh görevi görürken, yağmura ve su sıçramalarına karşı koruma sağlıyor. Bu dayanıklı telefon 4000 mAh'lık uzun pil ömrüyle diğer cihazları da Yolda Şarj (On-The-Go) fonksiyonuyla şarj edebiliyor.

VIBE P1m'nin hızlı şarj fonksiyonu ile birkaç dakikalık şarjınız saatlerce konuşmaya dönüşebiliyor. Üstelik telefonunuzu tek tuşta güç tasarrufu moduna aldığınızda

SMS, telefon görüşmesi ve saat gibi temel kullanımlar dışında tüm özellikleri kapatarak şarjınızın daha da uzun süreler dayanmasını sağlayabilirsiniz. 5 inçlik HD ekranı olan Lenovo VIBE P1m, 8MP arka ve 5 MP selfie kamerası kullanıyor ve microSD desteği ile 32 GB'a kadar çıkarılabilir bir hafızaya sahip. Android Lollipop 5.1 işletim sistemi kullanan Lenovo VIBE P1m'nin 4G LTE desteği ve çift sim kart özelliği ön plana çıkıyor.

TP-LINK NEFFOS C5 TÜRKİYE'DE!

Akıllı telefon pazarının yeni oyuncusu TP-LINK'in merakla beklenen ilk modeli Türkiye'de satışa sunuldu. Neffos C5 model akıllı telefon, kolay kullanım özellikleri, çift SIM kart desteği ve uygun fiyatı ile telefon pazarına yeni bir soluk getirecek.

"Eğlenceye hazır mısınız?" sloganıyla satışa sunulan Neffos C5, kullanıcılara farklı bir telefon deneyimi sunmak üzere tasarlandı. Dört çekirdekli, 64 bit işlemciye sahip olan telefon, 4G LTE teknolojisini destekliyor. Birden fazla uygulama arasında kusursuz geçiş yapmayı; dosyaları, fotoğrafları rahatlıkla depolamayı sağlayıcı belleği (2GB RAM-16GB ROM kapasiteli); ayrıca SD kart desteği (32GB'a kadar) olan Neffos C5, 5 inç'lik HD IPS ekrana sahip. Daha parlak, daha keskin, daha belirgin renkler sunan telefon ile mükemmel görüntü deneyimi yaşıyor.

Çift SIM kart ve çift bekleme özellikli Neffos C5, iş ve kişisel telefon numaralarını ayrı tutma, aynı anda farklı mobil paketlere abone olma gibi konularda kullanıcılara özgürlük sağlıyor. Android 5.1 işletim sistemine sahip olan Neffos C5, kullanımı kolaylaştıran ve kişiselleştiren ara yüzü ile farklı bir mobil deneyim sunuyor. Akıllı Ekran Görüntüsü özelliği sayesinde birden fazla ekran görüntüsü yakalamak ve geniş, uzun bir ekran görüntüsü kaydetmek mümkün oluyor. Ayrıca çekilen fotoğraflara şekiller (kalp, çiçek, daire vb serbest şekil) çizme özelliği ile istenen fotoğraflar çok daha kişisel ve sevimli hale getirilebiliyor.



Dünyanın önde gelen akıllı telefon üreticilerinden ZTE tarafından geliştirilen 4.5G uyumlu ZTE Blade V6 dikkat çeken donanım özellikleri ve fiyat avantajıyla, Babalar Gününde babasına etkileyici bir sürpriz yapmak isteyenler için özel bir alternatif olacak.

5.02 Android işletim sistemi, dört çekirdekli işlemci ve 2 GB RAM ile donatılan ZTE Blade V6, en güncel uygulama ve oyunlara destek veriyor. 13 MP arka, 5 MP ön kamerasıyla fotoğraf meraklısı babalara yüksek çözünürlüklü çekim imkanı sunan ZTE Blade V6, 5 inç ve 720x1280 piksel çözünürlüklü ekranı ile de üst düzey görüntü kalitesi sunuyor. Şık tasarımı ve sağlam gövdesiyle zevk sahibi babaların kalbini çalacak olan ZTE Blade V6 modeline online ve fiziksel teknoloji marketlerden ulaşabilirsiniz.

ZTE, tüketicilere, telefon operatörlerine, şirketlere ve kamu sektöründen müşterilere yönelik gelişmiş telekomünikasyon sistemleri, mobil cihazlar ve işletme teknolojileri çözümleri sunan bir tedarikçidir. ZTE'nin M-ICT stratejisinin bir parçası olması sebebiyle şirket; telekomünikasyon ve bilişim teknolojisi sektörleri aynı noktaya yöneldiklerinden mükemmeliyet ve değer katma açısından müşterilerine baştan sona bütünlüğe ulaşmış yenilikler sunmaya kendini adanmış bulunmaktadır. Hong Kong ve Shenzhen borsalarında (H tipi hisse senedi kodu: 0763. HK/ A tipi hisse senedi kodu: 000063.SZ) kote edilmiş ZTE ürünleri ve hizmetleri 160'tan fazla ülkede, 500'ü aşkın operatöre satılmaktadır. ZTE, yıllık gelirinin yüzde 10'unu araştırma ve geliştirme faaliyetlerine aktarmakta ve uluslararası standart oluşturma kuruluşlarında liderlik rolünü üstlenmektedir. ZTE kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmakta olup Birleşmiş Milletler Küresel İşbirliği Sözleşmesinin bir üyesidir.

ZTE BLADE V6!



ERKEKTE SIRA DIŞI TONLAR!



Sıradışı tonlar, cesaretinden vazgeçmeyen erkekler için Cacharel'in yeni sezon tasarımlarında su yüzüne çıkıyor. Doğadan alınan ilhamın yoğun izlerini taşıyan koleksiyonda gül kurusu, moka, deniz ve gökyüzündeki mavi tonlar, su yeşili, çikolata, kum rengi ön planda. Fransız ekolü, sokağın ritmi ve doğanın dinginliğini bir araya getiren tasarımlar ile bahara göz kırıyor.



Doğada bulunan renk ve desenleri giyilebilir hale getiren Cacharel, iş hayatından hafta sonu kaçamaklarına, rahat mekanlardan davetlere kadar yine yer ve zamana göre evrilebilen ve şıklığı rahatlıkla yansıtabildiği farklı tasarım seçenekleri sunuyor. Farklı tonlardaki pantolon, gömlek, takım elbise, ceket ve yelekleri; ayakkabı, kemer, fular ve kravat gibi aksesuarlarla harmanlayarak çeşitli stillerde kullanmak mümkün.

Sıra dışı renk tonları kullanmakla sınırlı kalmayan marka, sahildeki şemsiyelerin uydu görüntüsü, yine uydu yoluyla elde edilen dalga motifleri, balık kılçıkları, Latin Amerika çini motifleri gibi sıra dışı desenlerle de dikkatleri üzerine çekiyor. Palmiyelerin ferah gölgesinden sokak ışıklarına kadar her an sizinle olacak, rafine şıklık ve rahatlığı bir arada bulunduran özgün tasarımlar ile alışılmış kalıpların dışına çıkıyorsunuz.



GIZIA'DA AKDENİZ ESİNTİSİ!



Gündüzden geceye uzanan özgün tasarımların yaratıcısı GIZIA, 2016 ilkbahar yaz koleksiyonunda Akdeniz esintisini gardırobunuza taşıyor. Modern şehir kadınına doğal, rahat aynı zamanda şık ve gösterişli kombinler sunuyor.

Akdeniz'in sıcak atmosferine serinlik katan minimal ve yalın çizgilerin grafik formlarla bulunduğu koleksiyonda, ipek şifonların desen ve renkleriyle yazın sıcaklığı hissediliyor.

Yalınlığın şık ve rahat detaylarla bütünleştiği tasarımlarda turuncu deri ceketler, desenli elbiseler, beyaz ve kırmızının uyumu koleksiyonunun ana unsurlarını oluşturuyor. Femin formların yoğun kullanıldığı koleksiyondaki ipek gömlekler, elbiseler, farklı kalıplarda etek ve pantolonlar viskon, krep, şifon kumaşlar yalın, akıcı detaylarda modern silüetler sunuyor.



YAZA ÖZEL LEZZETLER, LE PAIN QUOTIDIEN SPESİYAL MENÜSÜNDE!



Yaz mevsimine girdiğimiz şu günlerde kışın aldığımız kilolardan kurtulmanın telaşı içindeyiz. Le Pain Quotidien'in sezona özel spesiyal menüsüyle sağlıklı beslenip, yaza kilolarınızı arkada bırakarak girebilirsiniz.

Taptaze, doğal lezzetleri sıcak atmosferinde buluşturan Le Pain Quotidien, sağlıklı ve hafif yepyeni yaz menüsü ile yaza fit girmek isteyenlere leziz seçenekler sunuyor.

Le Pain Quotidien'in "Zeytinyağlı Enginar"ını, "Fırında Etlü Yaz Türlüsü"nü taze domates, Akdeniz sos ve



rokayla servis edilen "Karides Spagetti"si gibi bir çok hafif lezzetini öğle ve akşam yemeklerinde tercih edebilirsiniz. Doyurucu ve hafif lezzetleriyle Le Pain Quotidien de hem dengeli hemde sağlıklı beslenip formunuzu koruyabilirsiniz.

Şeker katkısız Chia Puding ve Reyhanlı Limontası da Le Pain Quotidien'in menüsünün olmazsa olmazları arasında yerini alıyor.



OUZO ROOF RESTAURANT'IN MENÜSÜ YENİLENDİ!



Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel'in terasında hizmet veren Anadolu Yakası'nın lezzet noktası "OUZO Roof Restaurant" yenilenen menüsü ve sınırsız eğlencesi eşliğinde misafirlerini ağırlamaya devam ediyor.

Akdeniz kıyılarının, Ege'nin ve Yunan Adaları'nın özgün lezzetleri Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel ve OUZO Roof Restaurant'ın başarılı şefi Mehmet Yalçınkaya'nın mutfağında yeniden yorumlandı. OUZO yenilenen menüsünde başlangıç olarak Konya'dan getirtilen Obruk Peyniri, Ege Denizi'nden getirtilen midyelerle hazırlanan Midye Pilaki, ve sadece Kalamış'ta tadına bakabileceğiniz Firik ve Manca sunuluyor. Ana menüde ise 7 çeşit otlarla zenginleştirilen "Ege otlarıyla karides", sadece Santorini Adası'nda tadılabilecek "fava üzerinde ahtapot", biberiye, fesleğen, tarhanayla mayalanmış, zeytintığı baharatla tatlandırılan ev

yapımı ekmekler, geleneksel tekniklerle tatlandırılmış "sakızlı ahtapot", confi tekniğiyle pişirilmiş yerel ördek, arıtılmış deniz suyuyla yapılmış çorbalar ve daha birçok lezzetin tadına bakmak mümkün. OUZO'nun tatlı menüsünde ise dikkat çeken lezzetlerin başında lavantalı muhallebi ve bal & tarçınla tatlandırılarak viski enjekte edilen keçiyoynuzu mousse geliyor. Ödüllü şef tüm sunumlarını ise özel olarak hazırladığı, el yapımı taş tabaklarda yapıyor.

OUZO Roof Restaurant sadece lezzetleriyle değil eğlencesiyle de misafirlerini Ege kıyılarına renkli bir serüvene çıkartıyor. Sahne şovları ile izleyenlere eğlenceli dakikalar yaşatan Grek müzisyen YORGO Cuma ve Cumartesi akşamları Atina'dan İstanbul'a uzanan bir köprü görevi üstlenmeyi sürdürüyor.



AZ KALORİ ÇOK LEZZET!



Güneşin güzel yüzünü göstermesiyle, hem enerjimiz hem de tatil planlarımız tüm hızıyla başladı. Kışın aldığımız kilolar ise başımıza dert oldu. Böylelikle, fazlalıklarını saklamak zorunda kalanlar beslenme düzenlerine "acil yaz alarmı" getirdi. Alıştığımız lezzetlerden çok uzaklaşmadan daha sağlıklı beslenmemiz hem kilo vermeye hem de fit bir görünüme kavuşmamıza yardımcı olacaktır. Son anlara



bırakılan zorlu diyetler yerine, bugünlerde damak tadınızdan ödün vermeden yemek seçimlerinize dikkat etmek daha sağlıklı bir kilo kontrolünün garantisi..

Pesto İtalyana, kısa sürede Zekariyaköy Ormanadının en iddialı İtalyan Restoranı oldu. İtalyan lezzetleri denince ilk akla gelen pizza ve makarnalara, kendilerine özgü pişirilme süreçleri ile lezzet ve farklılık katmayı başardı. Şimdi sıra sağlıklı yaşamı tercih edenlere geldi. Pesto İtalyano Kurucu ve işletmecisi Serkan Torun: " Bize özel üç farklı odun ateşinde pişirilen ve kepekli yulaf ile hazırlanan pizza hamurunu, özel keçi peyniri ve seçtiğiniz zengin sebzeler ile zenginleştirecek ve pişman olmadan yiyeceksiniz" diyor. Torun; aynı zamanda kendi pizzanızı kendinizin de açık fırında pişirebileceğinizi hem de eğlenceli bir tecrübe yaşayabileceğinizi belirtiyor. Spor yapanlar ise harşlanmış tavuk ve et ile hazırlanan seçeneklerini denemelisiniz! Yanında ise size özel hazırlanan, içeriği bizde saklı detox içeceğinizi istemeyi de unutmayın..

Doğru besinlerle hazırlanan salataların sağlık açısından faydaları saymakla bitmiyor. Uzun süre tok kalmanızı sağlayan aynı zamanda enerjinizi kesmeyen salata önerileri ile menüsünü zenginleştiren Pesto aynı zamanda sunumu ile gözlerimize de hitap ediyor. Bayanların korkulu rüyası göbük yağlarının, doğru yeşillik ve baharatların birleşmesi ile kolayca yok olabileceğini kısa zamanda da formunuzu kavuşabileceğinizi burada deneyimleyebilirsiniz. Farklı tat ve aromaları buluşturan salatalar ile lezzete ve sağlığa doyabileceksiniz. Pestoya özel sunumları ile bol tahıllı salata ve ızgara somon salatası deneyimlemeniz için sizleri bekliyor.



BİLİNMEYEN ASYA LEZZETLERİ!



Dünya genelinde 20 ülkede, 275 restoranıyla gerçek Asya lezzetleri sunan P.F. Chang's "Asya'nın Gizemleri" özel menüsüyle bilinmeyen Asya lezzetlerini keşfetmenizi sağlıyor.

P.F.Chang's 'in en sevilen lezzetlerinden biri olan Mongolian Beef' ten yola çıkılarak; tavuk, et ve karidesin mükemmel kombinasyonu ile hazırlanan Mongolian Trio, menünün keşfe değer lezzetlerinden. Asya'nın en iyi birleşimlerinden oluşan The Ultimate Combo ise herkesin favorisi olan Dynamite



Shrimp'in yanında; Pirzola Dilimleri, Edamame, Chicken Dumplings ve Crab Bites ile muhteşem bir kombinasyon oluşturularak hazırlandı. Ayrıca Asya'nın Gizemleri menüsü sadece yemekleri ile değil Alkolsüz kokteylleri ile de yazın serin bir başlangıç yapmanızı sağlayacak. Çilek ve salatalık parçalarının taze sıkılmış misket limonu suyu ile birleşiminden oluşan Strawberry Limeade favori yaz lezzetiniz olmaya aday.

P.F.Chang's, ana misyon olarak benzersiz Asya mutfağı deneyimini misafirlerine yaşatmayı amaçlıyor. Bu yüzden, yemeklerin pek çoğu "wok hay" ya da "wok'un nefesini" oluşturan 900 derecelik bir alev ile ısıtılan kuzey tarzı bir Çin wok'unda, en iyi Asya ürünleri ve sebzeleri günlük olarak hazırlanarak pişiriliyor. Paket servis yöntemiyle de size en lezzetli haliyle en çabuk şekilde ulaştırılıyor.



MODERN YAŞAM ASTIMI KÖRÜKLÜYOR!



Liv Hospital Göğüs Hastalıkları Uzmanı
Prof. Dr. Ferah Ece

3 Mayıs Dünya Astım Günü. Sıklıkla görülen solunum yolu hastalıklarının başında astım geliyor. Çevresel faktörler, sigara dumanı, alerjenler, hava kirliliği, mesleksi uyaran maruziyeti gibi modern hayatın risk faktörleri, astım görülme olasılığını artırıyor.

Liv Hospital Göğüs Hastalıkları Uzmanı Prof. Dr. Ferah Ece astımın tedavi edilebilir bir hastalık olduğuna dikkat çekiyor. Prof. Dr. Ferah Ece "Düzenli tedavi gören hastaların büyük çoğunluğunda, astım yaşamı olumsuz

yönde etkilemez. Buna karşılık eksik ya da düzensiz tedavi; astım hastalığının giderek ağırlaşması ile hava yollarında ve çevresinde oluşan geriye dönüşümsüz yeniden yapılanmaya neden olur" diyor.

Astım nedir? Neden olur?

Astım, solunum yollarının mikrobik olmayan bir iltihap sonucu aşırı derecede duyarlı olmasına ve bazı etkenlerle ataklar halinde daralmasına neden olan bir solunum yolu hastalığıdır. Toz, duman, koku gibi uyaranlar öksürük, nefes darlığı ve göğüste sıkışma hissi gibi yakınmalara yol açar. Krizde hava yollarını saran kaslar kasılır, hava yollarının yüzeyleri iltihaplanıp şişmeye başlar, balgam oluşur. Tüm bu tepkimeler hava yollarının daha daralıp tahriş olmasına neden olur ve hırıltı, hışıltı ile kendini gösterir. Kalıtım, cinsiyet ve şişmanlık gibi kişisel risk faktörleri ve alerjen maruziyeti, sigara dumanı, hava kirliliği, mesleksi uyaran maruziyeti gibi çevresel risk faktörleri astım görülme olasılığını artırır. Ayrıca soğuk hava, mikrobik hastalıklar, aşırı yorgunluk ve psikolojik bozukluklar da astım şikayetlerini artırabilir.

Astımın en sık görülen belirtileri nelerdir?

Astımın belirtileri, nefes darlığı, hırıltılı nefes alıp verme, göğüs kafesinde sıkışma hissi, normal insanlara göre daha çabuk yorulma, hareket mesafesinde kısımla, bazen de öksürüktür. Astımda belirtilerin aniden ortaya çıkmasına astım atağı veya astım krizi adı verilir. Bu durumda hastalarda ağır bir nefes darlığı olur.

Astım tanısı nasıl konur?

Astım ataklar halinde gelen bir hastalıktır ve hasta atak aralarında normal olabilir. Atak sırasında astım





tanısı koymak hekim için kolaydır çünkü hastalığın karakteristik muayene bulguları vardır. Atak dışında ise hastalığın öyküsü hekimi astım tanısına yönlendirir. Tanı için hastadan akciğer grafisi, solunum fonksiyon testleri, alerji testi, bazı kan tetkikleri istenilir. Genellikle, atak dönemi dışında akciğer grafisi ve solunum fonksiyon testleri normaldir. Bu durumda hastanın yanında taşıyabileceği, basitçe soluk verme hızını ölçen PEF metre adı verilen aletler kullanılır. Hasta sabah ve akşam bu aletle hava akımını ölçer ve kaydeder. Hekime verdiği bu kayıt listesindeki sabah akşam farkı hesaplanarak tanı konabilir.

Astım tedavisi nasıldır?

Astım tedavisinde; belirtilerin kontrol altına alınması, kişilerin normal aktivitelerini sorunsuz yapabilmeleri, astım ataklarının önlenmesi, akciğer fonksiyonlarının normal ya da normale yakın seviyelerde tutulması hedeflenir. Bu da tetikleyici risk faktörlerine maruziyetin ortadan kaldırılması ve astım tedavisinin düzenlenerek belirli aralıklarla takibi ile mümkün olur. Astım tedavisinde kullanılan ilaçlar kontrol edici ve nefes açıcı olmak üzere iki gruba ayrılır. Kontrol edici ilaçlar mikrobik olmayan iltihapı iyileştirir, etkileri uzun dönem düzenli kullanıldığında ortaya çıkar. Kortizon içeren ilaçlar, lökotrien sistemini etkileyen ilaçlar, uzun etkili beta agonist ilaçlar, teofilin ve anti-IgE bu grupta sayılır. Nefes açıcı ilaçlar ise kullanımdan hemen sonra etkilerini gösterir ve nefes darlığı, hırıltılı solunum gibi şikayetlerde rahatlatma sağlar. Bu grup ilaçlar, kısa etkili

beta agonist ilaçlar, antikolinergik ilaçlar ve teofilindir. Düzenli tedavi gören hastaların büyük çoğunluğunda, astım yaşamı olumsuz yönde etkilemez. Buna karşılık eksik ya da düzensiz tedavi; astım hastalığının giderek ağırlaşması ile hava yollarında ve çevresinde oluşan geriye dönüşümsüz yeniden yapılanmaya neden olur.



ABONE FORMU

Okuyucunun Adı: Soyadı:

Mesleği:

Çalıştığı Kurum:

Görevi:

Kurum Faaliyet Alanı:

Posta Adresi:

Posta Kodu: Semt: İl:

Telefon: Faks:

e-mail: web:

 Yeni abone oluyorum Aboneliğimi yeniliyorum 6 aylık abone olmak istiyorum 120 TL 1 yıllık abone olmak istiyorum 210 TL

Aboneliğiniz ne zaman bağlansın?

Ay / Yıl Başvuru Tarihi:

Ödeme Bilgileri Banka havalesiyle gönderdim.
İlgili belge ektedir.**• Vakıfbank Mimaroba Şb. Bayram Tavşan**
Hesap No: 00158007301313225
IBAN: TR11 0001500158007301313225**Fatura Bilgileri** Faturayı adıma kesiniz.

Firma Adı / İsim:

 Firmaya kesiniz.

Adresi:

VD V.No

İmza/Kaşe

BT MEDIA GROUPBatıköy Mah. Mustafa Kemal Bulvarı Belen Sok. Kent Plus Sitesi B2 Blok No: 2Y / 30
Mimaroba – Büyükçekmece / İSTANBUL Tel : (212) 337 36 56 pbx Fax: (212) 337 36 10
Büyükçekmece VD. 13571672248

www.businessnewstr.com info@businessnewstr.com

JENERATÖR BİR KERE ALINIR AKSA'DAN ALINIR!

Jeneratör konusu asla risk kabul etmez. Bu yüzden üretime, kazanca ve hayata kaldığınız yerden devam etmek için Türkiye'de pazarın açık ara lideri **Aksa**'yı tercih edin. 7/24 servis hizmetiyle sınırsız müşteri memnuniyeti sunan **Aksa**; aynı zamanda 3 kıtada 160 ülkeye jeneratör satışı gerçekleştiren global bir oyuncu konumunda... Jeneratör bir kere alınır, **Aksa**'dan alınır ve ömür boyu sorunsuz şekilde kullanılır.



— www.aksa.com.tr —
— 444 4 630 —





TEMSA
Smart Mobility



Ürün çeşitliliğinde ve yakıt ekonomisinde lider.



AVENUE PLUS/LF18



TOURMALIN



MARATON



OPALIN



AVENUE PLUS/LF12



MD 9 LE



MARATON VIP



PRESTIJ SX



AVENUE PLUS/LF12 CNG



PRESTIJ SX CITY



SAFİR PLUS



AVENUE IBUS/LF12 IBUS



SAFİR PLUS VIP



MD9 ELECTRICITY

Her segmentte ürünü bulunan TEMSA, tüm araçlarında kullanıcılarına yüzde 10'un üzerinde yakıt tasarrufu ile konfor ve kalitenin yanında ekonomik katkı sağlıyor.

temsa.com