

İŞ'te Aile

Capital DERGİSİ'NİN ÜCRETSİZ EKİDİR.

AİLEDE BİRLİK, İŞLETMEDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

AİLE ŞİRKETLERİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM



TAİDER AKADEMİ
AİLE İŞLETMELERİNE
ÖZEL MENTORLUK
PROGRAMI DEVAM EDİYOR

TARİHİ MARKALAR
OSMANLI SARAYINDAN
GÜNÜMÜZE ULAŞAN
MARKA: HAFIZ MUSTAFA

**9. ULUSAL AİLE
İŞLETMELERİ ZİRVESİ**
AİLE ŞİRKETLERİNİN
GELECEĞİ KONUŞULDU

ilk yaş günü için
hazırlanan
ilk yemek...

HER CAMIN ARKASINDA BİR HİKAYE,
O CAMIN ARKASINDA YORGLASS UZMANLIĞI VAR.
HAYATINIZDA NEREDE BİR İLK VARSA,
ORADA BİZ VARIZ. 1974'DEN BERİ.

#hayatadevam

YENİLENEBİLİR ENERJİYİ TEŞVİK ETMEYE DEVAM

Yaptığımız yeni anlaşmalarla yenilenebilir enerji konusunda hepimizin hayatını pozitif etkileyecek adımları attık. Yenilenebilir enerji kullanımını mümkün kılan işletmelerin kredi faiz oranlarını düşürecek yeni ürünlerle, dünyayı iyileştirmeye devam.



TEB

İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü Sedef Seçkin Büyük (Sorumlu)
Yayın Yönetmeni Ebru Fırat Tayman
Yazı İşleri Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel
Haber Müdürü Nilüfer Gözütok Ünal
Yazı İşleri Müdür Yardımcısı Özlem Aydın Ayvacı
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Editörler Elçin Çirik, Aslı Sözbilir, Ayçe Aksakal, Nil Dumansızoğlu (Muhabir)
Sayfa Yapımcısı Ozan Gürel
Fotoğraflar Gökhan Çelebi, Hüseyin Öngen
Etkinlik ve Proje Direktörü Ali Erman İleri
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen Tel: 0 312 207 00 71
Katkıda bulunanlar Yaman Tetik

capital@capital.com.tr www.doganburda.com

Yönetim

Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kuruç
Üretim ve Planlama Direktörü
(Tüzel Kişi Temsilcisi) Yakup Kurtulmuş
Etkinlik ve Proje Direktörü Ali Erman İleri

Reklam

Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokça
Grup Başkan Yrd. Seda Erdoğan Dal, Işıl Baysal Turan
Satış Koordinatörü Burcu Acavut, Neyran Çınar, Burcu Kevsir Karaçam
Satış Müdürü Maya Yılmaz
Bölgeler Reklam Müdürü Hülya Erdoğan
Tel: 0 212 336 53 72 Faks: 0 212 336 53 91
Ankara Reklam Satış Koordinatörü Sezinur Balıkcıoğlu
Ankara Reklam Satış Müdürü Beliz Balıbey
Tel: 0 312 577 31 56
Hedef Sayfalar Reklam Koordinatörü Aysel Şener
Hedef Sayfalar Tel: 0 212 336 53 70 Faks: 0 212 336 53 91
Proje Müdürü Selçuk Ergenç
Teknik Müdür Ayfer Kaygun Buka Tel: 0 212 336 53 61 - 62

Rezervasyon

Tel: 0 212 336 53 00-57-59 Faks: 0 212 336 53 92-93

Uluslararası Reklam Satış Temsilcilerimiz

ALMANYA: Michael Neuwirth
T. +49 89 9250 3629 / michael.neuwirth@burda.com
AVUSTURYA/İSVİÇRE: Christina Bresler
T. +43 1 230 60 3050 / Christina.Bresler@burda.com
FRANSA/LUKSEMBURG/BELÇİKA /HOLLANDA: Marion Badolle-Feick
T. +33 1 72 71 2524 / marion.badolle-feick@burda.com
İNGİLTERE/İRLANDA: Jeannine Soeldner
T. +44 20 3440 5832 / jeannine.soeldner@burda.com
ABD/KANADA/MEKSİKA: Salvatore Zammuto
T. +1 212 884 4824 / salvatore.zammuto@burda.com
YUNANİSTAN/PORTEKİZ /İSPANYA/HİNDİSTAN /ASYA: Jessica Loose
T. +49 89 92 50 2468 / jessica.loose@burda.com
İSKANDINAV ÜLKELERİ: Ulrik Brostrom
T. +45 23 28 9769 / ubr@jbmedia.dk

Yönetim Yeri

Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12 TrumpTowers Kule 2
Kat: 21 (34387) Şişli / İstanbul Tel: 0212 4103200 Faks: 02124103581

Baskı Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.

Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad. No:16 Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 Fax: (0216) 365 99 07-08
www.bilnet.net.tr / Sertifika No: 42716

Dağıtım Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

Yayın Türü Yerel, süreli, aylık **FİPP** üyesidir.

Copyright © 2008 by G+J International Magazines GmbH, Hamburg
This magazine is published under license from G+J International Magazines GmbH. All rights to the licensed title/trademark and concept are owned by G+J International Magazines GmbH. Reproduction whether in whole or in part without permission of G+J International Magazines GmbH is prohibited. The title CAPITAL and the logo thereof are registered trademarks of or in trust of G+J International Magazines GmbH.

Copyright © 2008 G+J International Magazines GmbH, Hamburg
Bu dergi G+J International Magazines GmbH tarafından yayımlanmaktadır. Her türlü isim, marka ve konsept hakları G+J International Magazines GmbH'ye aittir. Herhangi bir metin ya da bölüm G+J International Magazines GmbH'nin izni olmaksızın alınmaz. Capital Dergisi'nin isim ve logosuna ait tüm ticari marka hakları G+J International Magazines GmbH'a aittir.

© CapitalDergisi Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.
tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Capital Dergisi'nin isim ve yayın hakkı Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00

okurhizmetleri@doganburda.com

DB Abone Hizmetleri hattı

Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13 abone@doganburda.com

Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

**İÇİNDEKİLER**

SAYI 10
HAZİRAN
2022

- 06 BAŞKAN'DAN**
- 08 BAŞLARKEN**
- 10 TAİDER'DEN HABERLER**
- 18 ÜYELERİMİZDEN HABERLER**
- 44 KAPAK KONUSU**
- 52 KUZAY YILDIZI:**
AİLE ŞİRKETLERİ 'KUZAY YILDIZI' OLACAK
- 56 MURAT ÖZYEGİN: "YENİ NESİL FARKLI"**
- 58 ULUSLARARASI FBN**
- 60 TAİDER AKADEMİ:**
"ALİŞİLAGELMİŞİN DIŞINA ÇIKTIK"
- 64 NESİLDEN NESİLE: COŞKUNÖZ HOLDİNG**
- 68 GELECEK NESİL**
- 70 TAİDER SANAT:**
MÜHENDİSLİKTE ÇIĞIR AÇAN FİLLİ
SU SAATİ'YLE GENÇLERE İLHAM OLACAK
- 74 TARİHİ MARKALAR: HAFIZ MUSTAFA**
- 76 KONUK YAZAR: SİNAN ERAYDIN**
- 78 "AİLE ŞİRKETLERİ HALKA ARZ**
İLE YAŞAM SÜRELERİNİ UZATIYOR"
- 80 MAKALE: YILMAZ ARGÜDEN**
- 82 ÖZEL RÖPORTAJ:**
PETROYAĞ YÖNETİM KURULU ÜYESİ
SERRA SOYSAL KOYUNCU
- 84 ULUSAL AİLE İŞLETMELERİ ZİRVESİ:**
PEKİ YA BUNDAN SONRA?
- 90 KONUK YAZAR: SERRA HAVİYO**

iş'te Aile

AİLEDE BİRLİK, İŞLEMEDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

10
TAIDER'DEN
HABERLER



KAPAK KONUSU 44

AİLE ŞİRKETLERİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Pandemi döneminde iş dünyasında büyük kırılmalar yaşanmış. Bu değişimin büyük çoğunluğu dijitalleşme oldu. Şirketler yeniden yapılandırılarak sürecinde dijital dönüşümün önemi giderek arttı. Bu günümüzün öncelikli konularından biri haline gelen dijitalleşme, işletmelerin rekabet gücünü artırarak gelecekteki başarıya ulaşmalarını sağlıyor.

Aile işletmelerinde dijital dönüşümün önemi giderek arttı. Şirketler yeniden yapılandırılarak sürecinde dijital dönüşümün önemi giderek arttı. Bu günümüzün öncelikli konularından biri haline gelen dijitalleşme, işletmelerin rekabet gücünü artırarak gelecekteki başarıya ulaşmalarını sağlıyor.

TAIDER KUZEY YILDIZI 52

AİLE ŞİRKETLERİ'NİN PUSULASI 'KUZEY YILDIZI' OLACAK

KATILIM KOŞULLARI

TAIDER Aile İşletmeleri Derneği tarafından gerçekleştirilen Kuzey Yıldızı Aile İşletmeleri Derneği Programı kapsamında her yıl bir aile işletmesi 'Kuzey Yıldızı' olarak seçilir. Bu yılın kazananı ise 'Kuzey Yıldızı' olarak seçildi. Kazanan aile işletmesi, TAIDER tarafından düzenlenen ödül töreninde ödülünü aldı.

NESİLDEN NESİLE 64

"GLOBAL BİR OYUNCU OLMA HEDEFİYLE ÇALIŞIYORUZ"

Global bir oyuncu olma hedefiyle çalışan aile işletmeleri, teknolojiyi kullanarak pazarlarını genişletiyor. Özellikle dijital pazarlama ve e-ticaret alanlarında aktif olarak çalışıyorlar. Bu sayede uluslararası pazarlara ulaşabiliyorlar ve rekabet gücünü artırabiliyorlar.

TAIDER SANAT 70

MÜHENDİSLİKTE ÇIĞIR AÇAN FİLİ SU SAATİ İLE GENÇLERE İLHAM OLACAK

Bir su saati, bir sanat eseri. Filo Su Saati, mühendislik ve sanatın birleştiği bir projedir. Bu saatin tasarımı ve üretilmesi, gençlere ilham vermektedir. Özellikle mühendislik alanındaki öğrenciler için büyük bir ilham kaynağıdır.

TARİHİ MARKALAR 74

158 YILLIK LEZZET DURAĞI

Tarihi markalar, bir ülkenin kültürünü ve değerlerini yansıtır. 158 yıllık lezzet durağı, geleneksel tatları modern tekniklerle birleştirerek, tüketicilere kaliteli ve lezzetli ürünler sunmaktadır. Bu markaların sürdürülebilirliği, geleneksel değerlerin korunmasına bağlıdır.

ZİRVE 84

ULUSAL AİLE İŞLETMELERİ ZİRVESİ PEKİ Y BUNDAN SONRA...

Geleceğin dünyasında aile işletmeleri nasıl ayakta kalacak? Bu soruların yanı sıra, aile işletmelerinin sürdürülebilirliği ve büyümesi için alınacak adımlar da konuşuldu. Zirve, aile işletmelerine yönelik değerli bilgiler ve networking fırsatları sağladı.



TEKİN URHAN YÖNETİM KURULU BAŞKANI TAİDER AİLE İŞLETMELERİ DERNEĞİ

Değerli TAİDER Üyelerimiz ve Dostlarımız,

Pandemi, iklim krizi, sürdürülebilirlik, iş birliği ve dijital dönüşüm; birbirinden çok farklı gibi görünen bu kavramlar aslında ister ekonomik ister sosyal alanda olsun yaşanan her değişimin diğerini etkilediğini, tetiklediğini ve ivmelendirdiğini gösteriyor. Bundan iki yıl öncesine kadar bırakın günlük hayatta bu kadar yaygınlaşmasını pandemi kelimesini kullanmamızın bile gerekmediği günler yaşıyorduk. Bir virüsün tüm dünyada böylesine büyük bir değişim yaratması ve bu değişimin etkisinin sonraki yüzyıllarda dahi gözlemlenebilir olmasını beklemiyorduk. Ancak Covid-19 virüsü ve ardından yaşanan gelişmeler bizim dünyanın geleceği, iklim krizi, sürdürülebilirlik gibi konulara daha çok kafa yormamız gerektiğini hatırlattı.

Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları arasında yer alan "Amaçlar için Ortaklıklar" başlığı, dernek olarak önümüzdeki dönem iş daha fazla gündemimizde olacak. Bu çerçevede gerek sanayi alanında gerekse sosyal alanda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları ile ortak projelerde daha çok bir araya geleceğiz. Bu iş birliklerinin örnek çıktılarla ülkemiz gündeminde yer alacağına inanıyorum.

Pandeminin sosyal hayatı en çok etkileyen yönlerinden biri ise hayatımızın dijitalleşmesine yönelik etkisi oldu. Bu nedenle işin sanayi ve üretim kısmında uzunca bir süreden bu yana insan-robot iş birliğine odaklanan dijital dönüşümün toplumun daha geniş kesimlerinin de ilgi alanına girdiğini söylemek mümkün. Dergimizin kapak konusu olarak ele aldığımız "Aile Şirketlerinde Dijital Dönüşüm" başlığı ile farklı sektörlerde faaliyet gösteren aile şirketlerinin bu süreci nasıl ele aldığını sizlerle paylaşıyoruz.

Her yıl aile şirketlerini bir araya getirdiğimiz zirvemizi geçen yıl pandemi nedeniyle çevrim içi gerçekleştirmiştik. "Peki Ya Bundan Sonra..." temasıyla gerçekleştirdiğimiz bu zirvenin bilgi notu çıktılarına bu sayımızda yer verdik. Bu yılki zirvemize yeniden yüz yüze bir araya gelebilecek olmanın heyecanı ile hazırlanmaya başladık. 4-5 Kasım 2022 tarihlerinde İstanbul'da düzenleyeceğimiz TAİDER 10. Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesinde "Dünden Bugüne Değerlerimizle Değişim" teması altında var olan değerlerimizi, kültürümüzü koruyarak değişime ayak uydururken dönüşmeyi, dönüşürken ayakta kalmayı konuşacağız. Birbirinden değerli konuşmacılarımız dünya genelinde yaşanan gelişmelerin altını çizirken ülke

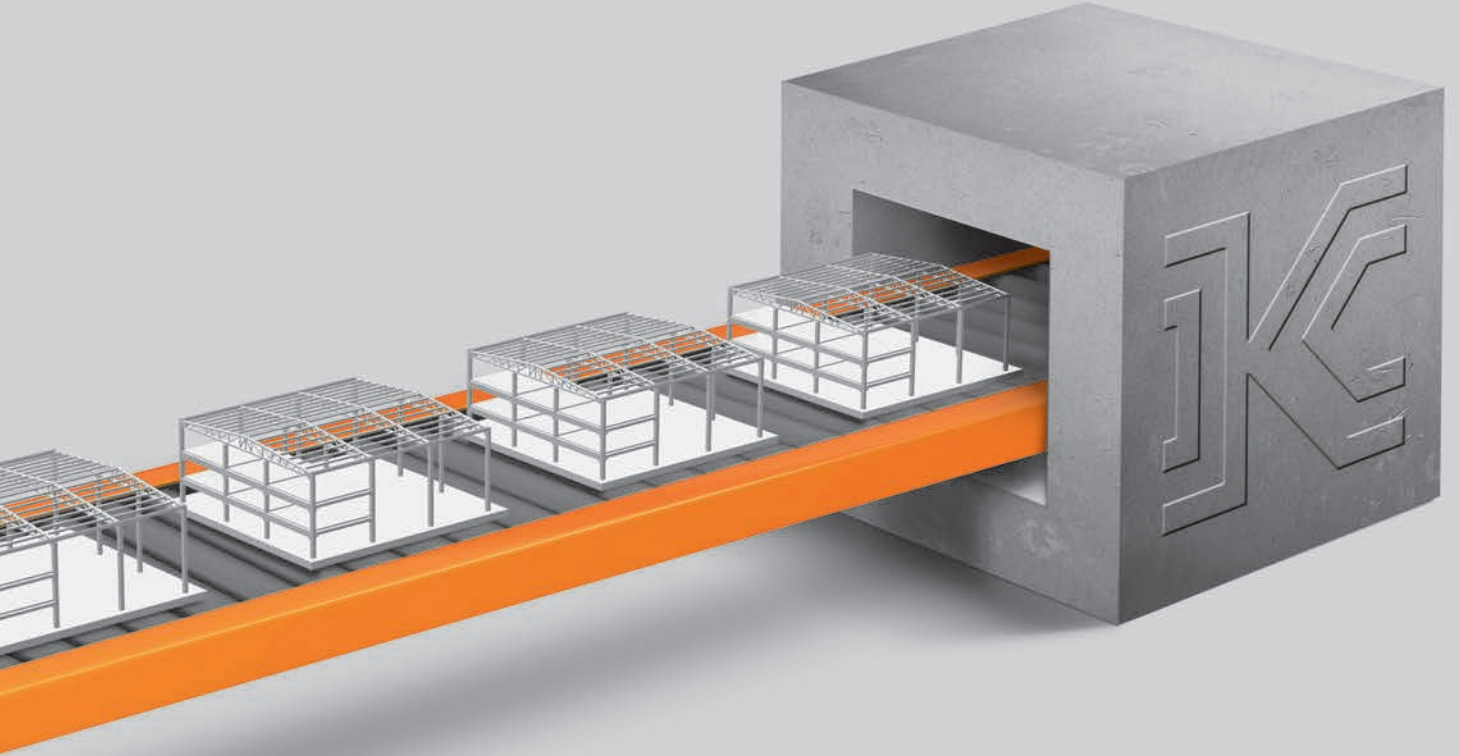


olarak geçmişten gelen deneyimlerimizden yararlanarak kendi kültürümüzle geleceğe uyum sağlamanın önemi hakkında ilham verici paylaşımlarda bulunacağız. Bu yıl TAİDER Kuzey Yıldızı Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Programı'na katılan aile şirketlerimize farklı kategorilerde ödülleri Q1 Haziran tarihinde İstanbul'da takdim edeceğiz. Ödül töreni programımız içinde farklı açılardan sürdürülebilirlik kavramını masaya yatırmak ve en iyi uygulamaları katılımcılarımızla paylaşmak istiyoruz.

Bu sayıda derginin ana teması pandemiyle tüm dünyanın gündemine oturan dijital dönüşüm oldu. Kapak haberimizde uzmanlara aile şirketlerinde dijital dönüşümü sorduk. Nesilden Nesile bölümünde Coşkunöz Yönetim Kurulu Başkanı Oya Coşkunöz Aktaş, şirketin kuruluş hikayesini anlattı. Sanatçı İskender Giray'ın yorumuyla yeniden hayat bulan Filli Su Saati Projesi'ni HKTM Yönetim Kurulu Başkanı Tunç Atıl'dan dinledik. Türkiye'nin önemli markalarından Mustafa Hafız, yeniden doğuş hikayesini anlattı. Özel röportaj bölümünde Petroyağ yer aldı. Üyelerimizden sayfalarında çok sayıda aile şirketimizin yeni projelerine yer verdik. Sinan Eraydın hazırladığı yazısında siber güvenlik konusunda önemli bilgilere yer verirken Dr. Yılmaz Argüden ise dergimiz için 'Bilgi Emekçilerini Yönetebilmek' başlıklı bir makale yazdı. Dergimizin bu 10. sayısını Capital Dergisi özel eki olarak ülkemiz genelinde 20.000 kişiye ulaşmasını hedefledik. İş'te Aile dergimizin hazırlanmasında emeği geçen öncelikle Tanıtım ve Kurumsal İletişim Komite Eş Başkanlarımıza ve komitemize, Capital ve TAİDER ekibine, dergimize sağladıkları değerli içerikler ve destekleri için tüm katılımcılarımıza ve üyelerimize şükranlarımı sunarım.

Keyifli okumalar dileklerle,

Fabrika Fabrikası



Türkiye'nin en büyük prekast betonarme yapı üreticisi KAM A.Ş.'nin üstün kalitesiyle ilgili ayrıntılı bilgi için kam.com.tr adresini ziyaret edebilirsiniz.



ASLI EKİZ MORAL

MORAL & PARTNERS İCRA KURULU ÜYESİ & SMART CORPORATE COMMUNICATIONS KURUCUSU

Değerli Okurlar,

Taider İşte Aile Dergisi'nin çok keyifli bir sayısını sizlerle bir araya getiriyoruz.

10'uncu sayımızı Capital Dergisi işbirliği ile meydana getirirken Türkiye ve dünya ekonomisi için önemi büyük aile şirketleri hakkında konuları gündeme taşımayı hedefledik.

Derginin ana konusu globalde de her şirketin gündemi olan ve uzun bir süre daha gündeminde kalacak "Dijital Dönüşüm". Araştırmalara göre pandemi, şirketler için dijital dönüşümü en az 5 yıl daha hızlandırdı. Dünyada ve ülkemizde şirketler bu yönde adımlarını aksiyon planlarını farklı seviyelerde gerçekleştiriyor. Bu sayıda aile şirketlerinde dijital dönüşümü inceleyerek deneyimlerini öğrenme fırsatı yakaladık.

Aile şirketlerinde sürdürülebilirlik her zamanki gibi odaklandığımız konulardan birisi. Dergimizin "Nesilden Nesile" bölümünde ilham veren sürdürülebilirlik hikayelerine yer veriyoruz. Bu sayıda ikinci nesil olan Coşkunöz Yönetim Kurulu Başkanı Oya Coşkunöz Aktaş, şirketin kuruluş hikayesini anlattı.

Son dönemde sanatın iyileştirici gücünü hepimiz hayatlarımızda hissettik, sanatı daha derinden anlamaya çalıştık. Bu sayımızda HKMT'nin önemli projesi sanatçı İskender Giray'ın yorumuyla yeniden hayat bulan Filli Su Saati Projesi'ni HKTM Yönetim Kurulu Başkanı Tunç Atıl'dan dinledik.

TAİDER kuruluşundan bu yana sürdürülebilirlik kavramına önem veriyor ve bu konuda derinleşerek bir çok proje üretiyor. Bu projelerden birisi de aile şirketlerinde bir çok yönü ile sürdürülebilirliğe odaklanan Kuzey Yıldızı Projesi. Ülkemiz değerli aile şirketlerinin bu projeye katılımını da artırması ümidi ile detaylı olarak Kuzey Yıldızı Projesine yer verdik. TAİDER Akademi, aile şirketlerinin gündemlerinde yer alan konuları uzmanları ile inceleyen değerli bir deneyim ve bilgi paylaşım platformu. Bu sayıda TAİDER Akademi uzmanları ile projeleri konuştuk.

Yüzyıllık markalar bölümümüzde 1864'den bu yana nefes tatlı lezzetler sunan Mustafa Hafız'ın değerli hikayesinde yer verdik.



Dergimizin özel röportaj bölümünde hem Anadolu'nun en büyük 500 şirketi arasında yer alan, sektörünün öncüsü, vizyoner ve çok değerli Petroyağ'ın ikinci kuşak temsilcisi Serra Soysal Koyuncu'dan şirketi ve gelecek planlarını dinledik.

Her zaman mutlulukla üyelerimizin başarılarına yer verdiğimiz Üyelerimiz'den bölümümüzde güncel haberler paylaştık. Uzman görüşünde de Info Yatırım'dan "Halka Arzın Aile Şirketlerinde Önemi" konusuna değindik.

Siber Güvenlik dünyada önümüzdeki en büyük tehditlerden birisi. Konuyu uzmanından dinleyerek Siber Zincir Kurucusu Sinan Eraydın'dan siber güvenlik ve bu konuda eğitimin önemini dinledik ve Dr. Yılmaz Argüden ise dijital dönüşümün kilit oyuncularını mercek altına alan "Bilgi Emekçilerini Yönetebilmek" konulu bir makaleye yer verdik.

Bu sayının hazırlanmasına her zaman tam destek veren TAİDER Başkanı Sn. Tekin Urhan ve Yönetim Kurulu'na, değerli üyelerimize, TAİDER Kurumsal İletişim ve Tanıtım Komite'mize ve çok değerli Capital ekibine teşekkürlerimi sunarım.

DOĞA DOSTU BİR DEFTER



GELECEĞİMİZİ
ŐEKİLLENDİRİR



MOPAK

www.mopak.com.tr



TAİDER ve BUSİAD'dan sürdürülebilir Türkiye için yeni adımlar

TAİDER Aile İşletmeleri Derneği ve Bursa Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (BUSİAD), sürdürülebilirlik için somut adımlar atmaya karar verdi. İki organizasyon bu kapsamda ortak farkındalık çalışmalarına ve eğitim faaliyetlerine imza atacak. TAİDER Yönetim Kurulu Başkanı Tekin Urhan'ın yanı sıra Temel Ayca Şen, Gülfem Yorgancılar Perçin, Yavuz Kazangil, Vehbi Varlık, Nuri Cem Erbak ve Elif Akdemir Cigal'dan oluşan heyet, BUSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Ergun Hadi Türkay'ı makamında ziyaret ederek, fikir alışverişinde bulundu.



HKTM tesisine ziyaret

TAİDER Aile İşletmeleri Derneği, 'üye işyeri ziyaretleri' kapsamında HKTM'nin Kocaeli'nde bulunan fabrikasını ziyaret etti. Fabrika tanıtım sunumunu HKTM Yönetim Kurulu Başkanı Tunç Atıl gerçekleştirdi. Atıl, konuşmasının ardından sektöründeki ilk yeşil bina sertifikalı tesislerini TAİDER üyelerine anlatarak bilgilendirme gezisini tamamladı. Bilgilendirme gezisinin ardından düzenlenen törende TAİDER Kuzey Yıldız Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Programı Ödül Töreni'nde 'Çalışanlar' kategorisinde ödül almaya hak kazanan HKTM'yi temsilen Tunç Atıl'a ödüllü TAİDER Yönetim Kurulu Başkanı Tekin Urhan tarafından takdim edildi.

Aileler Buluşması'nda Arkas Ailesi konuştu

TAİDER İzmir İl Temsilciliği ve Sanat Komitesi iş birliğinde, 7 Nisan 2022 Perşembe günü düzenlenen Aileler Buluşması İzmir etkinliğinde Arkas Ailesi akşam yemeğine konuşmacı olarak katıldı. Programa, İzmir'de bulunan Arkas Sanat Merkezi ve Arkas Deniz Tarihi Müzesi ziyaretleri ile başladı. Müze ziyaretlerinin ardından Aileler Buluşması akşam yemeği için Lucien Arkas Bağları'nda bulunan LA Mahzen Restaurant'ta bir araya gelindi.



TAİDER üyelerini ağırladı



TAİDER üyeleri tekstil ve hazır giyim sektörlerinde faaliyet gösteren Sun Şirketler Grubu'nun İzmir'de bulunan tesislerini 09 Aralık 2021 Perşembe günü ziyaret etti. Dünyadaki tüm teknolojik gelişmeleri yakından takip eden Sun Şirketler Grubu, üretim ve yönetim süreçlerine entegre ederek, grup şirketleri ile 'İnovasyon Yaşam Döngüsü' kavramını ortak paydada geliştirerek tasarlıyor. Ziyarete TAİDER üyeleri son teknoloji tesisleri gezme imkanı buldu.

Gelecek nesil Ayvalık'ta buluştu

TAİDER 8. Gelecek Nesil ve NowGen ortak Zirvesi 15-17 Ekim 2021 tarihlerinde Ayvalık'ta gerçekleşti. Katılımcılar aile şirketlerinin nesilden nesile geçiş yolculuklarında bilgi paylaşımında bulundular.



Tarih: 15-17 Ekim 2021

Yer: Marmaris Yolu, Ayvalık

*Tarih ve yer değişiklikleri konusunda bildirimler yapılabilir.

**Tarih ve yer değişiklikleri konusunda bildirimler yapılabilir.

Not: Çarşamba günü öğleden sonra saat 13:00'te öğle yemeği düzenlenmektedir.

Performans: Lütfen katılımcılarınızın katılımını önceden bildirmenizi rica ederiz.

Agenda Özet:

2 Eylül saat 14:00: Konuşmalar: #0001,

2 Eylül saat 15:00: Konuşmalar: #0002,

2 Eylül saat 16:00: Konuşmalar: #0003,

2 Eylül saat 17:00: Konuşmalar: #0004,

2 Eylül saat 18:00: Konuşmalar: #0005,

2 Eylül saat 19:00: Konuşmalar: #0006,

2 Eylül saat 20:00: Konuşmalar: #0007,

2 Eylül saat 21:00: Konuşmalar: #0008,

2 Eylül saat 22:00: Konuşmalar: #0009,

2 Eylül saat 23:00: Konuşmalar: #0010,

2 Eylül saat 00:00: Konuşmalar: #0011,

2 Eylül saat 01:00: Konuşmalar: #0012,

2 Eylül saat 02:00: Konuşmalar: #0013,

2 Eylül saat 03:00: Konuşmalar: #0014,

2 Eylül saat 04:00: Konuşmalar: #0015,

2 Eylül saat 05:00: Konuşmalar: #0016,

2 Eylül saat 06:00: Konuşmalar: #0017,

2 Eylül saat 07:00: Konuşmalar: #0018,

2 Eylül saat 08:00: Konuşmalar: #0019,

2 Eylül saat 09:00: Konuşmalar: #0020,

2 Eylül saat 10:00: Konuşmalar: #0021,

2 Eylül saat 11:00: Konuşmalar: #0022,

2 Eylül saat 12:00: Konuşmalar: #0023,

2 Eylül saat 13:00: Konuşmalar: #0024,

2 Eylül saat 14:00: Konuşmalar: #0025,

2 Eylül saat 15:00: Konuşmalar: #0026,

2 Eylül saat 16:00: Konuşmalar: #0027,

2 Eylül saat 17:00: Konuşmalar: #0028,

2 Eylül saat 18:00: Konuşmalar: #0029,

2 Eylül saat 19:00: Konuşmalar: #0030,

2 Eylül saat 20:00: Konuşmalar: #0031,

2 Eylül saat 21:00: Konuşmalar: #0032,

2 Eylül saat 22:00: Konuşmalar: #0033,

2 Eylül saat 23:00: Konuşmalar: #0034,

2 Eylül saat 00:00: Konuşmalar: #0035,

2 Eylül saat 01:00: Konuşmalar: #0036,

2 Eylül saat 02:00: Konuşmalar: #0037,

2 Eylül saat 03:00: Konuşmalar: #0038,

2 Eylül saat 04:00: Konuşmalar: #0039,

2 Eylül saat 05:00: Konuşmalar: #0040,

2 Eylül saat 06:00: Konuşmalar: #0041,

2 Eylül saat 07:00: Konuşmalar: #0042,

2 Eylül saat 08:00: Konuşmalar: #0043,

2 Eylül saat 09:00: Konuşmalar: #0044,

2 Eylül saat 10:00: Konuşmalar: #0045,

2 Eylül saat 11:00: Konuşmalar: #0046,

2 Eylül saat 12:00: Konuşmalar: #0047,

2 Eylül saat 13:00: Konuşmalar: #0048,

2 Eylül saat 14:00: Konuşmalar: #0049,

2 Eylül saat 15:00: Konuşmalar: #0050,

2 Eylül saat 16:00: Konuşmalar: #0051,

2 Eylül saat 17:00: Konuşmalar: #0052,

2 Eylül saat 18:00: Konuşmalar: #0053,

2 Eylül saat 19:00: Konuşmalar: #0054,

2 Eylül saat 20:00: Konuşmalar: #0055,

2 Eylül saat 21:00: Konuşmalar: #0056,

2 Eylül saat 22:00: Konuşmalar: #0057,

2 Eylül saat 23:00: Konuşmalar: #0058,

2 Eylül saat 00:00: Konuşmalar: #0059,

2 Eylül saat 01:00: Konuşmalar: #0060,

2 Eylül saat 02:00: Konuşmalar: #0061,

2 Eylül saat 03:00: Konuşmalar: #0062,

2 Eylül saat 04:00: Konuşmalar: #0063,

2 Eylül saat 05:00: Konuşmalar: #0064,

2 Eylül saat 06:00: Konuşmalar: #0065,

2 Eylül saat 07:00: Konuşmalar: #0066,

2 Eylül saat 08:00: Konuşmalar: #0067,

2 Eylül saat 09:00: Konuşmalar: #0068,

2 Eylül saat 10:00: Konuşmalar: #0069,

2 Eylül saat 11:00: Konuşmalar: #0070,

2 Eylül saat 12:00: Konuşmalar: #0071,

2 Eylül saat 13:00: Konuşmalar: #0072,

2 Eylül saat 14:00: Konuşmalar: #0073,

2 Eylül saat 15:00: Konuşmalar: #0074,

2 Eylül saat 16:00: Konuşmalar: #0075,

2 Eylül saat 17:00: Konuşmalar: #0076,

2 Eylül saat 18:00: Konuşmalar: #0077,

2 Eylül saat 19:00: Konuşmalar: #0078,

2 Eylül saat 20:00: Konuşmalar: #0079,

2 Eylül saat 21:00: Konuşmalar: #0080,

2 Eylül saat 22:00: Konuşmalar: #0081,

2 Eylül saat 23:00: Konuşmalar: #0082,

2 Eylül saat 00:00: Konuşmalar: #0083,

2 Eylül saat 01:00: Konuşmalar: #0084,

2 Eylül saat 02:00: Konuşmalar: #0085,

2 Eylül saat 03:00: Konuşmalar: #0086,

2 Eylül saat 04:00: Konuşmalar: #0087,

2 Eylül saat 05:00: Konuşmalar: #0088,

2 Eylül saat 06:00: Konuşmalar: #0089,

2 Eylül saat 07:00: Konuşmalar: #0090,

2 Eylül saat 08:00: Konuşmalar: #0091,

2 Eylül saat 09:00: Konuşmalar: #0092,

2 Eylül saat 10:00: Konuşmalar: #0093,

2 Eylül saat 11:00: Konuşmalar: #0094,

2 Eylül saat 12:00: Konuşmalar: #0095,

2 Eylül saat 13:00: Konuşmalar: #0096,

2 Eylül saat 14:00: Konuşmalar: #0097,

2 Eylül saat 15:00: Konuşmalar: #0098,

2 Eylül saat 16:00: Konuşmalar: #0099,

2 Eylül saat 17:00: Konuşmalar: #0100,

2 Eylül saat 18:00: Konuşmalar: #0101,

2 Eylül saat 19:00: Konuşmalar: #0102,

2 Eylül saat 20:00: Konuşmalar: #0103,

2 Eylül saat 21:00: Konuşmalar: #0104,

2 Eylül saat 22:00: Konuşmalar: #0105,

2 Eylül saat 23:00: Konuşmalar: #0106,

2 Eylül saat 00:00: Konuşmalar: #0107,

2 Eylül saat 01:00: Konuşmalar: #0108,

2 Eylül saat 02:00: Konuşmalar: #0109,

2 Eylül saat 03:00: Konuşmalar: #0110,

2 Eylül saat 04:00: Konuşmalar: #0111,

2 Eylül saat 05:00: Konuşmalar: #0112,

2 Eylül saat 06:00: Konuşmalar: #0113,

2 Eylül saat 07:00: Konuşmalar: #0114,

2 Eylül saat 08:00: Konuşmalar: #0115,

2 Eylül saat 09:00: Konuşmalar: #0116,

2 Eylül saat 10:00: Konuşmalar: #0117,

2 Eylül saat 11:00: Konuşmalar: #0118,

2 Eylül saat 12:00: Konuşmalar: #0119,

2 Eylül saat 13:00: Konuşmalar: #0120,

2 Eylül saat 14:00: Konuşmalar: #0121,

2 Eylül saat 15:00: Konuşmalar: #0122,

2 Eylül saat 16:00: Konuşmalar: #0123,

2 Eylül saat 17:00: Konuşmalar: #0124,

2 Eylül saat 18:00: Konuşmalar: #0125,

2 Eylül saat 19:00: Konuşmalar: #0126,

2 Eylül saat 20:00: Konuşmalar: #0127,

2 Eylül saat 21:00: Konuşmalar: #0128,

2 Eylül saat 22:00: Konuşmalar: #0129,

2 Eylül saat 23:00: Konuşmalar: #0130,

2 Eylül saat 00:00: Konuşmalar: #0131,

2 Eylül saat 01:00: Konuşmalar: #0132,

2 Eylül saat 02:00: Konuşmalar: #0133,

2 Eylül saat 03:00: Konuşmalar: #0134,

2 Eylül saat 04:00: Konuşmalar: #0135,

2 Eylül saat 05:00: Konuşmalar: #0136,

2 Eylül saat 06:00: Konuşmalar: #0137,

2 Eylül saat 07:00: Konuşmalar: #0138,

2 Eylül saat 08:00: Konuşmalar: #0139,

2 Eylül saat 09:00: Konuşmalar: #0140,

2 Eylül saat 10:00: Konuşmalar: #0141,

2 Eylül saat 11:00: Konuşmalar: #0142,

2 Eylül saat 12:00: Konuşmalar: #0143,

2 Eylül saat 13:00: Konuşmalar: #0144,

2 Eylül saat 14:00: Konuşmalar: #0145,

2 Eylül saat 15:00: Konuşmalar: #0146,

2 Eylül saat 16:00: Konuşmalar: #0147,

2 Eylül saat 17:00: Konuşmalar: #0148,

2 Eylül saat 18:00: Konuşmalar: #0149,

2 Eylül saat 19:00: Konuşmalar: #0150,

2 Eylül saat 20:00: Konuşmalar: #0151,

2 Eylül saat 21:00: Konuşmalar: #0152,

2 Eylül saat 22:00: Konuşmalar: #0153,

2 Eylül saat 23:00: Konuşmalar: #0154,

2 Eylül saat 00:00: Konuşmalar: #0155,

2 Eylül saat 01:00: Konuşmalar: #0156,

2 Eylül saat 02:00: Konuşmalar: #0157,

2 Eylül saat 03:00: Konuşmalar: #0158,

2 Eylül saat 04:00: Konuşmalar: #0159,

2 Eylül saat 05:00: Konuşmalar: #0160,

2 Eylül saat 06:00: Konuşmalar: #0161,

2 Eylül saat 07:00: Konuşmalar: #0162,

2 Eylül saat 08:00: Konuşmalar: #0163,

2 Eylül saat 09:00: Konuşmalar: #0164,

2 Eylül saat 10:00: Konuşmalar: #0165,

2 Eylül saat 11:00: Konuşmalar: #0166,

2 Eylül saat 12:00: Konuşmalar: #0167,

2 Eylül saat 13:00: Konuşmalar: #0168,

2 Eylül saat 14:00: Konuşmalar: #0169,

2 Eylül saat 15:00: Konuşmalar: #0170,

2 Eylül saat 16:00: Konuşmalar: #0171,

2 Eylül saat 17:00: Konuşmalar: #0172,

2 Eylül saat 18:00: Konuşmalar: #0173,

2 Eylül saat 19:00: Konuşmalar: #0174,

2 Eylül saat 20:00: Konuşmalar: #0175,

2 Eylül saat 21:00: Konuşmalar: #0176,

2 Eylül saat 22:00: Konuşmalar: #0177,

2 Eylül saat 23:00: Konuşmalar: #0178,

2 Eylül saat 00:00: Konuşmalar: #0179,

2 Eylül saat 01:00: Konuşmalar: #0180,

2 Eylül saat 02:00: Konuşmalar: #0181,

2 Eylül saat 03:00: Konuşmalar: #0182,

2 Eylül saat 04:00: Konuşmalar: #0183,

2 Eylül saat 05:00: Konuşmalar: #0184,

2 Eylül saat 06:00: Konuşmalar: #0185,

2 Eylül saat 07:00: Konuşmalar: #0186,

2 Eylül saat 08:00: Konuşmalar: #0187,

2 Eylül saat 09:00: Konuşmalar: #0188,

2 Eylül saat 10:00: Konuşmalar: #0189,

2 Eylül saat 11:00: Konuşmalar: #0190,

2 Eylül saat 12:00: Konuşmalar: #0191,

2 Eylül saat 13:00: Konuşmalar: #0192,

2 Eylül saat 14:00: Konuşmalar: #0193,

2 Eylül saat 15:00: Konuşmalar: #0194,

2 Eylül saat 16:00: Konuşmalar: #0195,

2 Eylül saat 17:00: Konuşmalar: #0196,

2 Eylül saat 18:00: Konuşmalar: #0197,

arnica™

BOL KÖPÜKLÜ

Bİ' TÜRK KAHVESİ DENEYİMİ



3 TARAFLI
CEZVE AĞZI



4 FİNCAN
KAHVE
KAPASİTESİ



İŞIKLI VE SESLİ
UYARI SİSTEMİ



TEK TUŞLA
KOLAY KONTROL



ELDE
YIKANABİLİR
CEZVE

YENİ

5 Farklı
Renk
Seçeneği



Arnica
Köpüklü

Güzel sohbetlerin tamamlayıcısı *Bol Köpüklü* bi' *Türk Kahvesi* için;

Yeni Arnica Köpüklü

3 yıl
garanti





TAİDER'den Atatürk'e ziyaret

TAİDER Aile İşletmeleri Derneği, kuruluşunun 9'uncu yılında 2021-23 dönem Yönetim Kurulu Üyeleri'nden oluşan geniş katımlı bir delegasyonla Anıtkabir'i ziyaret ederek, Anıtkabir Özel Defteri'ni imzaladı. TAİDER Yönetim Kurulu Başkanı Tekin Urhan başkanlığındaki heyette Feyyaz Ünal, Temel Ayçan Şen, Gülçağ Gencer, Şerife İnci Eren, Meral Ekmekçioğlu, Aysu Dalan Benlioğlu, Murat Kolbaşı, Serra Koyuncu, Fatma Olten, Mehmet Nuri Kanat, Meral Toraman, Tunç Atıl, Mehmet Özcan, Günseli Ünlütürk, Yavuz Kazangil, Gülesin Atalay, Mustafa Güres, Kevser Kanat, Berkan Baykam, Çağla Baykam, Gülseren Özcan, Özgür Nalçakar, Ebru Yakupoğlu, Tuğçe Dümen ve Emre Sefer yer aldı.

Akademi eğitimleri devam ediyor

TAİDER Akademi eğitimleri kapsamında 09 Kasım 2021, Salı günü Dr. Yusuf Soner, "Sürdürülebilir ve Güçlü Büyüme: Müşteri İhtiyacına Odaklanmak" konulu çevrimiçi bir seminer gerçekleştirdi. Program TAİDER Üye Profil ve

TAİDER AİLE İŞLETMELERİ AKADEMİSİ
Eğitim
Sürdürülebilir ve Güçlü Büyüme: Müşteri İhtiyacına Odaklanmak
Tarih: 09.11.2021 Salı
Saat: 09.30-12.30
Etkinlik Gerçekleştirildi: 1500 TL (Hük. KDV Dahil)
Eğitmen: Dr. YUSUF SONER
Sakarya Üniversitesi Akademisyeni

Eğilimler Araştırması sonrası ortaya çıkan "aile şirketlerinde büyüme" kavramına dikkati çekmek üzere hazırlandı. 13 Aralık 2021, pazartesi günü ise Dr. Yankı Yazgan ile "Aile Kalmak, Şirket Olmak: Değişim ve Belirsizliğin Sarsıcı ve Dönüştürücü Etkileri" konulu çevrim içi eğitim gerçekleştirildi. TAİDER Akademi ve TKYD ortak iş birliği çalışmaları kapsamında 25-26-27 Kasım 2021 tarihlerinde "Hissedarlara Özel Yönetim Kurulu Üyeliği İhtisas Programı" düzenlendi.



Boğaz'da tekne gezisi

TAİDER üyeleri 17 Eylül 2021'de Boğaz'da tekne gezintisinde biraraya geldi. Etkinlik TAİDER İstanbul İl Temsilciliği tarafından gerçekleştirildi.

İklim krizi konuşuldu

TAİDER Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Komitesi'nin Kuzey Yıldızı Programı kapsamında 25 Ocak 2022 Salı günü saat 14.00'da Sürdürülebilirlik Uzmanı Barış DOĞRU ile "26. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansı (COP26) ve İklim Krizi" konulu çevrim içi etkinlikte Paris İklim Anlaşması sonrası insanlık için COP26'nın nasıl bir iz bıraktığını konuşuldu.

TAİDER KUZEY YILDIZI AİLE İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PROGRAMI
26. BM İklim Değişikliği Konferansı (COP 26) ve İklim Krizi
Tarih: 25 Ocak 2022, Salı
Saat: 14.00-15.00
Konuk Konuşmacı: Barış DOĞRU, ÖKO ve İleriYatırım Yatırım Yönetmeni, Sürdürülebilirlik Uzmanı

TAİDER GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON KOMİTESİ İLE FBN VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER KOMİTESİ ORTAK ETKİNLİĞİ
Slush Nedir?
Tarih: 27 Aralık 2021, Pazartesi
Saat: 18.30-20.00
Oturum Yöneticisi: Gökçe GÜLCÜLER, FBN ve Uluslararası İlişkiler Komitesi Eş Başkanı
Konuşmacılar: Ayşem ERGİN, FBN ve Uluslararası İlişkiler Komitesi Eş Başkanı; Cavit GÜNDÜZ, FBN ve Uluslararası İlişkiler Komitesi Üyesi; Gülçin ATALAY TUNÇ, FBN ve Uluslararası İlişkiler Komitesi Üyesi; Nuri Cem ERBAK, FBN ve Uluslararası İlişkiler Komitesi Eş Başkanı; Şelale ZAIM GORTON, FBN ve Uluslararası İlişkiler Komitesi Üyesi

"Slush Nedir?"

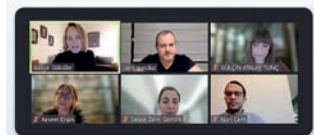
27 Aralık 2021
Pazartesi / 18.30

OTURUM YÖNETİCİSİ

Gökçe GÜLCÜLER
TAİDER Girişimcilik ve İnovasyon Komitesi Eş Başkanı

KONUŞMACILAR

Ayşem ERGİN
TAİDER FBN ve Uluslararası İlişkiler Komitesi Eş Başkanı
Cavit GÜNDÜZ
TAİDER Girişimcilik ve İnovasyon Komitesi Üyesi
Gülçin ATALAY TUNÇ
TAİDER Girişimcilik ve İnovasyon Komitesi Üyesi
Nuri Cem ERBAK
TAİDER FBN ve Uluslararası İlişkiler Komitesi Eş Başkanı
Şelale ZAIM GORTON
TAİDER Üyesi





GELECEK BEKLEMEZ

1950'den BUGÜNE DÜŞLÜYOR, ÇALIŞIYOR VE
GELECEĞİ BEKLEMEDEN YARINI İNŞA EDİYORUZ.

Otomotivden savunma ve havacılığa, enerji,
bilgi ve çevre teknolojilerinden lojistiğe tüm
sektörlerde ülkemize ve dünyaya uluslararası
standartlarda hizmet veriyoruz.



OTOMOTİV



SAVUNMA &
HAVACILIK



ENERJİ & ÇEVRE
TEKNOLOJİLERİ



BİLGİ
TEKNOLOJİLERİ



LOJİSTİK

coskunozholding.com.tr

 **COŞKUNÖZ
HOLDİNG**



Türetim ekonomisini anlattı

TAİDER Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Komitesi'nin Kuzey Yıldızı Programı kapsamında organize ettiği bilgilendirme toplantısı 01 Mart 2022 Salı günü saat 14.00'de gerçekleşti. Çevre Bilimci Çevre Bilimci Dr. Uygur Özemesi "Türetim Ekonomisi" konulu çevrim içi etkinlikte içerisinde tüketici yerine üretici bulunduran yeni bir ekonomik sistem olan türetim ekonomisini anlattı.



Aile buluşmaları Ankara'da

TAİDER üyelerine özel düzenlenen kahvaltılı Aileler Buluşması Ankara etkinliği 08 Ocak 2022 Cumartesi günü gerçekleşti. Bekişoğlu Ailesi 2'inci ve 3'üncü nesil üyelerinin konuk konuşmacı olduğu "Doğru Yoktur, Şartlar Vardır" başlıklı etkinlik Ankara İl Temsilciliği tarafından düzenlendi.

TAİDER Mentorluk Programı anlatıldı

TAİDER Akademi Mentorluk Programı'nın anlatıldığı tanıtım toplantısında mentor ve mentinin rolleri, programın aile şirketlerine, işin sürdürülebilirliğine, ailenin birliğine faydaları, sürecin ayrıntıları özel bir toplantıda tartışıldı. 17 Mart 2022 Perşembe günü gerçekleşen etkinlikte önceki dönem mentor ve mentilerden Candan Çilingiroğlu, Civan Sözkese, Gülferm Yorgancılar Perçin, Meryem Dilşad İpbaş, Neşe Gök, Şükrü Ünlütürk ve Türkmen Türkmenoğlu program hakkında deneyimlerini aktardı. Sentinus Danışmanlık Kurucusu, Mentor, Eğitimci ve Aile Şirketleri Danışmanı, TAİDER Üyesi Sezin Sivri, etkinliğe oturum yöneticisi olarak katıldı.

"TAİDER Akademi Mentorluk Programı" Tanıtım Toplantısı



TAİDER
AİLE ŞİRKETLERİ BİRLİĞİ



Aile Şirketlerinde Girişimcilik Sermayesi ve Yatırım Fonu

01 Nisan 2022, Cuma / 11.00

Aile Şirketlerinde Girişimcilik Sermayesi ve Yatırım Fonu Etkinliği



TAİDER
AİLE ŞİRKETLERİ BİRLİĞİ

OTURUM YÖNETİCİSİ

Gökçe GÜLCÜLER,
Sigorta Yönetim Kurulu Üyesi,
TAİDER Üyesi

KONUŞMACILAR

Cengiz AYDEMİR,
Sistem Global Mevzuat, Uyum
ve Risk Yönetimi Başkanı,
Civan SÖZKESEN,
Funika Holding Yönetim Kurulu
Başkan Yrd., TAİDER Üyesi
Şelale ZAIM GORTON,
Vinci Girişim Sermayesi Yatırım
Komitesi Başkanı

TAİDER Kuzey Yıldızı 2022 Tanıtım Toplantısı



KONUŞMACILAR

08 Şubat 2022, Salı / 14.00

Ece Elbirlik ÜRKMEZ
Dr.İzel Levi COŞKUN

Osman AYTAMAN
Yaman ALKAN

Simge AYDIN
Filiz Morova İNELER
Müge ALŞAN



TAİDER
AİLE ŞİRKETLERİ BİRLİĞİ

İNCI AKÜ®

Dünyanın Enerji Uzmanı

JAPON TEKNOLOJİSİ İLE DAHA ÇOK ENERJİ DAHA ÇOK GÜÇ

Kurmuş olduğumuz Japon ortaklığının gücüyle yeni açılan fabrikalarımız, son teknolojimiz ve ilk günkü enerjimizle dünyanın dört bir yanındaki milyonlarca araca enerji vermeye devam ediyoruz.





Aile Şirketlerinde Ortaklık Yolu ile Sürdürülebilirlik

10 Şubat 2022, Perşembe

KONUŞMACILAR

Ali NALBANTOĞLU
Turkven Direktörü

İbrahim ROMANO
Ünlü Yatırım Holding
Yönetim Kurulu Üyesi

M. Can ERTÖZ
Vansan Genel Müdürü

Reşat MORAL
Moral & Partners Birleşme
ve Devralmalar Sorumlu
Ortak, TAİDER Üyesi

TAİDER
Aile Şirketlerinde Ortaklık Yolu ile Sürdürülebilirlik

Tarih: 10 Şubat 2022, Perşembe
Saat: 16.00 - 17.00

Konuşmacılar:

Ali NALBANTOĞLU
Turkven, Direktör

İbrahim ROMANO
Ünlü Yatırım Holding
YK Üyesi, Yönetici Direktör,
Kurumsal Finansman

M. Can ERTÖZ
Vansan A.Ş. Genel Müdür

Ortuum Yöneticisi:

Reşat MORAL
Moral & Partners,
Birleşme ve Devralmalar Sorumlu Ortak,
TAİDER Üyesi

TAİDER
Aile İşletmeleri
AKADEMİSİ

Eğitim
Sürdürülebilirlik Raporu Hazırlama
Kurumsal Sürdürülebilirlik
Temel Sürdürülebilirlik Kavramları
Raporlama

Eğitmen
Dr. İzzet LEVİ COŞKUN
Kurumsal Üst Düzey
Kurumsal Sürdürülebilirlik Uzmanı,
TAİDER Üyesi

Eğitmen
Yaman ALKAN
Muzen Enerji Kurumları
Sürdürülebilirlik Kurumları
Ortak

25 Mart 2022 Cuma - Saat: 14.00-16.30
Etkinlik ücreti: 2.000 TL (10 kişi KDV dahil)
Eğitim TAİDER üyeleri için %30 indirimli olarak KDV dahil 1.400 TL'dir

Akademi eğitimlerine yoğun ilgi

TAİDER Akademi eğitimleri kapsamında 15 Şubat 2022, Salı günü Murat Peksavaş ile "Aile İçi Girişimcilik ve İnovasyon Yönetim" konulu çevrim içi eğitim gerçekleştirildi. 18 Ocak 2022, Salı günü Polat Doğru ile "Kendime, İşe ve Aileye Liderlik Etmek" konulu çevrim içi eğitim gerçekleştirildi. TAİDER Akademi Eğitim Programı kapsamında düzenlenen eğitimlerden bir diğeri de 25 Mart 2022'de düzenlenen "Sürdürülebilirlik Raporu Hazırlama" konusunda oldu. Dr.İzzet Levi Coşkun ve Yaman Alkan eğitimde sürdürülebilirlik, raporlama ve temel sürdürülebilirlik kavramlarını anlattılar.

TAİDER
Aile İşletmeleri
AKADEMİSİ

Eğitim
Kendime, İşe ve Aileye Liderlik Etmek

Eğitimde aşağıdaki konular üzerinde çalışmalar yapılacaktır.
"Lider kimdir?" - Kendime liderlik etmem? - Aileye liderlik etmem? - Liderlik nasıl yapılır? - Benim liderlik etmem?"

Tarih: 18 Ocak 2022, Salı
Saat: 9.30 - 15.30

Eğitim ücreti: 1.500 TL (10 kişi KDV dahil)
TAİDER üyeleri için %30 indirimli olarak KDV dahil 1.050 TL'dir.

Aynı gün uygulamalı olarak ve kendi rakiplerine ek 100 indirimli olacaktır.
Eğitim 25 kişi kapasite ile sınırlıdır.
Kıvrak katılımlara göre yer verilmeyecektir.

Eğitmen
Polat DOĞRU
Eğitmen, Danışman,
Kurumlar

9. Aile İşletmeleri Kongresi

14 Nisan 2022, Perşembe / 10.30

TAİDER
agm'er

AİLE İŞLETMELERİNE GENEL BAKIŞ

TEKİN URHAN
CRYOCAN YÖNETİM KURULU BAŞKANI
TAİDER YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Perşembe
14 Nisan 2022
10:30 - 11:00

9 AİLE İŞLETMELERİ KONGRESİ
AİLE İŞLETMELERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE GENEL BAKIŞI ÜZERİNE

10.30 - 11.00

Aile İşletmelerine Genel Bakış

Tekin TURHAN
TAİDER Yönetim Kurulu Başkanı

11.45 - 12.30

Nesilden Nesile Geçiş:

Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Deneyimleri

OTURUM YÖNETİCİSİ

Fatma OLTEN, Oltan Sanat
Yönetim Kurulu Başkanı,
TAİDER Üyesi

KONUŞMACILAR

Gülferm YORGANCILAR PERÇİN, Yorglass Yönetim Kurulu
Başkan Yardımcısı, TAİDER Üyesi

Civan SÖZKESEN, Funika
Holding başkan Yardımcısı,
TAİDER Üyesi

Serra SOYSAL KOYUNCU,
Petroyağ Yönetim Kurulu Üyesi,
TAİDER Üyesi

TAİDER
agm'er

NESİLDEN NESİLE GEÇİŞ: AİLE ŞİRKETLERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DENEYİMLERİ

ÖZLEM YORGANCILAR PERÇİN
Serra SOYSAL KOYUNCU
Civan SÖZKESEN

Perşembe
14 Nisan 2022
11:45 - 12:30

9 AİLE İŞLETMELERİ KONGRESİ
AİLE İŞLETMELERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE GENEL BAKIŞI ÜZERİNE

Tarım ve Sanayide Kalkınma Doğru Su Tüketimi

15 Mart 2022
Salı, 16.00

OTURUM YÖNETİCİSİ

Sumer TÖMEK BAYINDIR
TETA Teknik Tarım Genel Müdürü
ve TAİDER Üyesi

KONUŞMACILAR

Enis BURKUT
Burkut Su Tekniği Kurucusu

Ömer YULUĞ
Yuluğ Mühendislik Genel Müdürü

Yüksel SOYUBELLİ
Pınar Et Kalite Güvence Direktörü



9'uncu Genel Kurul Gerçekleştirildi

TAİDER Aile İşletmeleri Derneği 9'uncu Genel Kurul Toplantısı 16 Nisan 2022 tarihinde, İzmir'de gerçekleşti. 9'uncu Genel Kurul toplantısının ardından gerçekleşen hizalanma çalıştayında ise TAİDER üyeleri dernekte kalıcı ve sürdürülebilir bir çalışma metodolojisi kurulması hakkında görüş birliğine vardılar.

Gelenekten gelen güç ile geleceğe koşuyoruz.

Bugün birçok sektörde,
yüzlerce çalışanımızla
birlik ve beraberliğin gücü ile
geleceğe hazırız.





BURCU FİLİZ GÜNGÖR KİMPAZ GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

“2022 yılı bizim için oldukça önemli bir sene”

KRİTİK EVRE

1967 yılında ticari faaliyetlerine başlayan ve kurulduğu günden bu yana Türk Kimya Sanayisinin en önemli markalarından bir tanesi olan Kimpaz'ın kilometre taşlarında dijital dönüşüm çalışmaları önemli ve kritik bir evreyi oluşturuyor.



Yani 2022 yılı bizim için oldukça önemli bir sene. Bu konu tüm iş süreçlerimizi direkt etkilemenin yanında iş ortaklarımızla olan süreçlerimize de güçlü katkılar sağlayacak. Dijital dönüşüm çalışmaları Kimpaz'ın her kademesinde benimsemiş durumda.

YENİ PROJELER DEVREDE

WMS, BPM ve Business Intelligence projelerini dijital dönüşüm projeleri kapsamında hayata geçirmek üzereyiz. BPM projesi ile amacımız kağıt üzerinde yürüyen bütün süreçleri dijital evrene taşıyarak hem iş akışlarını hızlandırmak hem de kağıt üzerinde kalan bilgilerin dijital olarak kayıt edilmesini sağlamak. BPM sistemi ile artık süreci yeniden oluşturuyoruz. Manuel işlemlerin hepsini ortadan kaldırıyoruz.

VERİMLİLİĞİ ARTIRMA HEDEFİ

Şu an hem satış ekibinin verimliliğini hem de müşteri memnuniyetini arttırmak için çabalıyoruz. CRM çalışmalarımız ile satış ekiplerinin tüm süreçlerini tek bir noktadan takip edebilecek, görevler atayabilecek ve müşteri bazlı performansları takip edebileceğiz. Business Intelligence projesi ile dataları kurumsal sistemlerde tutmaya başladıktan sonra ilgili dataların değerlendirilmesi ve şirket yönetiminin bilgisine en kısa sürede sunulmasını da hedefliyoruz. Bu proje ile şirket yönetimine anlık, günlük, haftalık ve aylık satışlar, maliyetler, tahsilat durumları gibi bilgileri anlık olarak gösterilir durumda olacak.

İSA TAMER ÇELİK ÇELMAK YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Gündemde dijital dönüşüm ve GES yatırımları var”

ÜÇ ÜRETİM TESİSİ

40'a yakın ülkede ihracat faaliyetlerini üstün ürün ve hizmet standardı kalitesi ile devam ettiren Çelmak Tarım Makinaları'nın temelleri yarım yüzyıl önce atıldı. Üretim kalemlerimize ve teknolojimize yıllar içinde sürekli yatırım yaptık. Tesislerimize yaptığımız makine ve teknoloji yatırımlarıyla Balıkesir'in sanayi üretim kapasitesine ve teknolojisine de katkıda bulduk. Bugün üç ayrı üretim tesisinde, üretimin tüm prosesleri ve idari birimleri ile 200 civarındaki nitelikli çalışanımızla ülke üretimine katkı yapmak ve nitelikli katma değer üretmek için çalışıyoruz.



2022 PLANLARI

Dijital dönüşüm, endüstri 4.0 ve güneş enerjisi santrali (GES) yatırımları, 2022 gündemimizdeki ana başlıkları oluşturuyor. Dijital dönüşümde, üretim bantlarına dijital dönüşüm aşamasında gerekli sistemleri sağlamayı hedefliyoruz. Artan enerji maliyetlerine karşı yıl içinde mevcut fabrikamızda GES yatırımı planlıyoruz. AR-GE çalışmalarını sürdürdüğümüz ve seri üretime geçirmek üzere olduğumuz yeni tip silaj makinesinin öncelikle Batı Avrupa pazarına satışını gerçekleştireceğiz. Yeni ürünümüzün Batı Avrupa sahasında aranılır bir ürün olacağını düşünüyoruz. Cironun yüzde 20'sini AR-GE'ye ayırdık. Dijital dönüşüme de beş yılda 250 bin dolarlık yatırım yaptık.

ODAKTA İHRACAT VAR

2021'de ürünlerimizin yüzde 30'unu ihracata kanalize ettik. Bu yıl ihracat oranımızı yüzde 50'ye çıkarmayı hedefliyoruz. Rotamızda Hollanda, Danimarka, Meksika gibi ülkeler var. Avrupa ve Balkan ülkelerinde artan talebi karşılamak ve ihracattaki maliyetleri azaltmak için 2023'te Makedonya'da yaklaşık 3 milyon Euro tutarında yeni fabrika yatırımımızı hayata geçireceğiz.

+100 ülkedeki gölgemiz —

ROTA markası ile ticari araçlar, zirai araçlar, iş makinaları ve bazı diğer sektörler için direksiyon, süspansiyon, hidrolik ve dövme parça üretimi yapıyoruz. Ürettiğimiz ürünleri 100'den fazla ülkeye ihraç ediyoruz.



14.000+
referans ürün



18.300m²
toplam kapalı
üretim alanı



70+ yıl
üretim tecrübesi



7.500.000+
üretim kapasitesi
adet/yıl



500+
çalışan



R. ÇAĞLA BAYKAM KAM A.Ş. YÖNETİM KURULU BAŞKAN YRD.

“Fabrika fabrikası olarak anıyoruz”

200 FABRİKA TESLİMİ



Şirketimiz 1980 yılında rahmetli babam Mahir Baykam tarafından kuruldu. Yıllardır prekast betonarme yapı sektörünün lideri konumundayız ve betonda markayız. Çevre düzenleme ürünleri, enerji dağıtım ürünleri ve üst yapı ürünleri olmak üzere üç ana alanda hizmet veriyoruz. Özellikle üst yapı

ürün grubunda her yıl 200'den fazla fabrika teslim ettiğimizden 'fabrika fabrikası' olarak anıyoruz.

ANALİZ GEREKLİ

2022 yılında neredeyse her hafta maliyetlerin artışı nedeniyle yatırımcıların bir an önce yatırıma başlamak ve bitirmek istediklerine şahit oluyoruz. Bu da iş sayısında ve ciroda artış anlamına gelse de bazı zorlukları da beraberinde getiriyor. Biz işin sözleşmesi imzalandığı anda ödemenin tamamını almış olsak bile bazı hammaddeleri önceden almak söz konusu olmadılarından, tüm bu maliyetler değişen şartlara göre bizim sorumluluğumuzda oluyor. Piyasa koşullarının öngürülebilirlik seviyesinin böyle düşüşü anlarda, çok ciddi bir araştırma ve analiz ve de açıklığı biraz da şans gerekiyor.

YAZILIM İHRAÇ EDECEK

2013 yılından beri var olan yazılım şirketimiz KAM İnovasyon tarafından geliştirilen OPLOM (Organizational Planning for Lean and Optimized Management) adında bir yönetsel yaklaşımımız ve bunun kolayca ilerleyişini sürdürmek için benzer isimle Oplom.com adlı bir yazılımımız bulunuyor. Şirketin tüm işleyişi bu bulut tabanlı yazılımla ilerliyor. Bu yazılımı tüm diğer sektörlerdeki şirketlerin de kullanımına açtık. Ayrıca bir de en yeni yazılımımız olan Actividi var. Bu bir aktivite paylaşım ağı ve hızla yayılıyor. Bu yıl hizmet ihracatına başlamayı hedefliyoruz. Şimdiden Ankara'nın dışında Dubai, Milano, Londra, Boston, New York, Miami merkezleri devreye alındı.

ERCÜMENT RUHİ MOLAY MOPAK CEO'SU

“2022 yılı için önceliğimiz sürdürülebilirlik”

GLOBAL REKABET

Dalaman ve Kastamonu'daki üç entegre tesisi- simizde 18 gramdan 500 grama uzanan geniş kağıt çeşitliliğine sahibiz. 2021'i yüzde 83'lük büyüme hedefimizi gerçekleştirerek kapattık. 2022 hedefimiz, tonaj bazında yüzde 52 büyümek. 2022 için 40

milyon dolarlık yatırım planlıyoruz. Farkımızı; her ülkede kullanılabilen, niş ürünleri üretebilmemiz. 50'yi aşkın ülkeye ihracat kabiliyetine sahibiz ve yüksek büyüme hızımızla bu sayıyı artırıyoruz. Taşköprü fabrikamızda üretilen termal kağıt, sigara kağıtları ve Dalaman'da üretilen düşük gramaj oluklu mukavva kağıtlarımızla global oyuncularla rekabet halindeyiz.



DOĞA DOSTU ÜRETİM

2022 için önceliğimiz, sürdürülebilirlik. Fabrikalarımızdaki atık su geri kazanım, atık su arıtma tesisleri ve enerji santrallerimizle sektöre liderlik ediyoruz. Kâğıt sektöründe, gönüllülük esasına dayalı olarak karbon ayak izini ölçtüren ve A sınıfında olduğunu belgeleyen, fotokopi kâğıdı ambalajlarını doğada 2-6 hafta arasında çözünür kılan ilk ve tek şirketiz. 2019'dan bu yana fotokopi kâğıdı ambalajlarımızı 'doğada iz bırakmaz' şekilde üretiliyoruz. 2022'de ambalajlarımızın doğa dostu üretimi konusunda patent başvurumuzu sonuçlandırarak dünyada bir ilke imza atacağız. 2022 Defter Koleksiyonu'muzdan da plastik kapak defter grubunu çıkardık.

GÜÇLÜ IT ENTEGRASYONU

Teknolojiye istikrarlı şekilde yatırım yapıyoruz. Altyapımızı güçlü bir IT entegrasyonu ile geliştirdik. Fabrikalarımızdaki üretim süreçlerimizde gelişen teknolojiye faydalıyoruz. Veri yönetimi, veri operasyonları ve veri koruma stratejilerini uyumlu hale getirmek için yeni çözümler üretiliyoruz.



**PETROYAĞ
GROUP**

DAMLA DAMLA BÜYÜDÜK...

28 yıl önce başlayan yolculuğumuzu artık Petroyağ Group olarak sürdürüyoruz. Grubumuz çatısı altında yer alan 5 şirketimizle, emin adımlarla büyümeye, sanayi kuruluşlarının tüm ihtiyaçlarına uygun yenilikçi çözümler üretmeye devam ediyoruz!



petroyağ
LUBRICANTS

Proil

Coral
INNOVATIVE SOLUTIONS

serchem industrial
LUBRICANTS LLC

SOYPET



MÜGE KARAHAAN / ÇOBANTUR BOLTAS TÜRKİYE İCRA KURULU ÜYESİ

“Lojistikte geleceği inşa ediyoruz”

İKİ KAT DAHA İYİ LOJİSTİK

Çobantur Boltas olarak lojistiğin tüm alanlarında entegre çözümler sunan Türkiye ve Almanya merkezli güçlü geçmişe sahip bir şirkettiz. Başta Avrupa olmak üzere dünyanın birçok noktasına profesyonel lojistik çözümleri sunabilmekteyiz. Bini aşkın öz mal araç ve ekipman filomuz, 50 bin metrekareyi aşan depolama alanımız, uzman lider kadromuz ve 500'ü aşkın deneyimli çalışanımızla



müşterilerimize en iyi hizmeti veriyoruz. Taşıma operasyonlarımız her yıl katlanarak büyüyor. Stratejik konumlardaki ofislerimiz ve güçlü iş ortaklarımız ile müşterilerimize iki kat daha iyi hizmet sunuyoruz.

DÜNYANIN HER NOKTASINDA

Şirketimizin bir ayağı Almanya'da olduğu için bu ülke en yoğun hizmet verdiğimiz noktalardan biri. Onun dışında İtalya, Fransa, Romanya'da ofis ve şirketlerimiz bulunuyor. Türkiye'nin dışında ağırlıklı olarak Avrupa ülkeleri ve Orta Asya ülkelerinde yoğun faaliyetlerimiz olsa da, dünyanın her noktasına taşımacılık hizmeti sunuyoruz. Aynı zamanda dünyanın birçok noktasında güçlü iş ortaklarımız var. Bu sayede her yerde Türkiye'deki gibi hizmet verebiliyoruz. Özellikle hava ve deniz yolu taşımalarımızla dünyanın her noktasına ulaşabilecek operasyonel kabiliyete sahibiz. Bu da global anlamda her türlü lojistik operasyonu yapabilmemizi sağlıyor.

GELECEK 40 YIL VİZYONU

Mottomuz olan 'İki Kat Daha İyi' yaklaşımıyla taşıma hacmimizi, hizmet kalitemizi ve yapılanmamızı daha iyi noktalara taşıyacağız. Ayrıca, 2022 yılında gelecek 40 yıl vizyonumuz çerçevesinde lojistik merkezi yatırımımızın temellerini atmaya planlıyoruz. Lojistik üssü, 2022'deki en önemli yatırımlarımızın başında geliyor. İnsan kaynağımıza da önemli yatırımlar yapmaya devam edeceğiz.

BİLGE KALPAKLIOĞLU EYİLİK PINARONLINE DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE E-TİCARET DİREKTÖRÜ

“PınarOnline, Türkiye'nin yeni D2C platformu”

ONLINE ALIŞVERİŞ PLATFORMU

Pandeminin de etkisiyle e-ticaret faaliyetlerindeki artışla direkt tüketiciye ulaşan (D2C-Direct to Consumer) iş modelleri önemli hale geldi. Tüketiciler, ihtiyaçlarına hızla ulaşmak amacıyla deneyimlemeye ve geri bildirimlere ağırlık vermeye başladı. Biz de PınarOnline platformunun altyapı hazırlıklarını başlattık. PınarOnline, Pınar'ın iş birliği yaptığı zincir marketlerde dahi bulunmayan ürünleri, tüketicilere ulaştıran bir online alışveriş platformu haline geldi.



450'YE YAKIN ÜRÜN

PınarOnline; Pınar'ın et, süt, su ve içecek ürün grupları, sadece platforma özel olarak üretilen ürünler ve tamamlayıcı çok çeşitli markanın bulunduğu 450'ye yakın ürünü tüketicilerine ulaştırıyor. 'Pınar Kasap' ile platforma özel hazırlanan taze et ve gurme lezzetleri tüketicinin beğenisine sunarken, 'Pınar Box' ile pratik bir alışveriş deneyimi yaşıyor. 'Pınar Chef' ile lezzetli tariflerle mutfak sırları veriyor. 'Pınar Select' ise PınarOnline'a özel tamamlayıcı ürünleri içinde barındıran bir ürün seçkisi sunacak. PınarOnline, Pınar'ın dijital kanallardaki varlığını güçlendirecek, her kanaldan tüketicilere ulaşmamızı sağlayacak.

ÇEVREYE DUYARLI SEÇENEKLER

PınarOnline'dan sipariş edilen ürünler, PınarOnline'a ait araçlarla İstanbul, Ankara ve İzmir'in belli ilçelerine ulaştırılırken, sınırlı ürün gruplarında tüm Türkiye'ye kargoyla teslim ediliyor. PınarOnline'ın hayata geçme sürecinde de sürdürülebilirliği ana stratejimizin merkezine koyduk. Çevre dostu ambalajlardan lojistik çözümlere kadar tüm operasyonlarında çevreye duyarlı seçenekler sunan PınarOnline, 2025'e kadar yüzde 100 elektrikli araçlarla teslimat yapmayı hedefliyor.



#dahasıvaronda

İlk siparişe özel fırsatlar

200 TL ve üzeri
siparişlerinizde

30 TL
indirim

300 TL ve üzeri
siparişlerinizde

50 TL
indirim

400 TL ve üzeri
siparişlerinizde

75 TL
indirim



online.com

GET IT ON
Google Play



MEHMET KAZANGİL NSK GROUP İCRA KURULU BAŞKANI

“Hidrolik ürün grubu için yeni fabrika kurmayı planlıyoruz”

İKİ ÜRETİM TESİSİ NSK

Group olarak ROTA markası ile ticari araçlar, zirai araçlar, iş makineleri ve bazı diğer sektörler için direksiyon, süspansiyon, hidrolik ve dövme



parçaların üretimini yapıyoruz. Şirketimizin Karacabey, Bursa'da iki üretim tesisi; İstanbul, Sao Paulo ve New Jersey'de üç satış ve pazarlama ofisi var. Son iki yıldır ciromuzu yaptığımız yatırımlar ile ciddi oranda artırdık. 2021'de ciroda Euro bazında yüzde

29 büyüme gerçekleştirdik ve bu yıl da yüzde 25 seviyesinde büyüme öngörüyoruz. 2022'in ilk çeyreği itibari ile bu hedefimize yakın bir performans gerçekleştirdiğimizi söyleyebilirim.

ÜÇ YILLIK AR-GE

100'ün üzerinde ülkeye ihracat gerçekleştirmiş olan şirketimizin ROTA markası ile dünyanın hemen hemen her noktasına bir ayak izimizin olduğunu söyleyebiliriz. Üç yıllık bir AR-GE çalışması ile 2021 yılında hidrolik parçaların üretimine başladık. Bu ürün grubunda başta Türk Traktör olmak üzere hali hazırda uzun yıllardır çalıştığımız traktör fabrikalarından yeni projelerde çalışmaya başladık. 2022 yılı itibari ile ticari araçlar için direksiyon silindiri siparişlerini de almaya başladık. 2022 yılında üretimine başladığımız bu ürün grubunda ciromuzu arttırmak istiyoruz. İlerleyen yıllarda hidrolik ürün grubu için yeni fabrika kurmayı da planlıyoruz.

YATIRIMA DEVAM

2020-2026 yılları için toplamda 17,1 milyon Euro'luk bir yatırım planı yaptık. Bir fabrikamızın çatısında GES (Güneş Enerji santrali) kurulumu için anlaşma ve proje çalışmalarını tamamladık. Haziran 2022'de GES'in devreye almayı planlıyoruz. Bu santral, fabrikamızın toplam enerji ihtiyacının yüzde 53'ünü karşılayacak ve kendi enerjisini üreten bir fabrika olacaktır.

SUMER TÖMEK BAYINDIR TETA TEKNİK TARIM GENEL MÜDÜRÜ

“Hayvancılık canlandırıcı tarımın anahtarıdır”

CANLANDIRICI TARIM

Günümüzde değeri çok daha iyi anlaşılan sürdürülebilirlik kavramının, aslında Anadolu'nun kadim değerlerinin yeniden doğuşu olarak görüyoruz. Sürdürülebilir gıda arzı, dolayısıyla tarımın öneminin artması ile sürdürülebilir tarım kavramı da öne çıktı. Son 70 yılda yapılan yanlış uygulamaların olumsuz sonuçlarını daha iyi anladıkça, dünyada canlandırıcı tarım yükseliyor.



SÜRDÜRÜLEBİLİR HAYVANCILIK

TETA, kurucumuz Doç. Dr. Ömer Tömek'in ilkelere doğrultusunda 1989'dan beri bilgi, deneyim ve teknoloji ile hayvancılıkta sürdürülebilirlik ve kazanç sunuyor. Kuruluşundan beri hayvan ve çiftçi refahı, çevresel etkiler ve döngüsellik gözetilerek işletmeler projelendirir ve bilim ve teknolojinin ışığında geliştirdiği patentli teknolojiler ile kazançlı ve uzun ömürlü olmalarını sağlar. Amacımız sağlıklı hayvan, sağlıklı ürün, kazançlı ve verimli işletmeler, mutlu çiftçi ve sağlıklı tüketicidir. TETA, hayvancılık yatırımlarını bir bütün olarak projelendirir, dünyada hayvancılık adına en gelişmiş ve ekonomik üretim sağlayan teknolojiler ile donatır. Sürdürülebilir ve kazançlı işletmeler için en doğru ve uygulanabilir bilgi ile değer sunar.

GELECEĞİN PARLAK SEKTÖRÜ

Ülkemizde son dönemde her ne kadar ekonomik olarak zor bir dönem yaşansa da hayvancılık yatırımı geleceğin hala en parlak sektörlerinden biri olarak yerini korumaktadır. TETA'nın hedefi, ülkemize ve çiftçimize katma değer yaratarak ülkemizde ve dünyada hayvancılığı kalkındırmada en güçlü iş ortaklarından biri olmak. TETA yurt içinde sağlamış olduğu tüm profesyonel ürün ve hizmetleri, yurt dışı çiftlikler için de LAKTO markası altında sunuyor.

S

SARIGÖZOĞLU



GELENEK
GÜVEN
TEKNOLOJİ



www.sarigozoglu.com.tr • info@sarigozoglu.com.tr



ELVAN ÜNLÜTÜRK SUN TEKSTİL YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Halka arz sürecini tamamladık”

BÜYÜME DEVAM EDECEK

1987 yılında kurulan Sun Tekstil, hazır giyim perakende sektöründe faaliyet gösteren global markalar için hazır giyim koleksiyonları tasarlıyor, üretiyor, satış ve tedarikini gerçekleştiriyor. Türkiye'nin en büyük tekstil sanayi kuruluşlarından biriyiz. 2022'de geçtiğimiz yıllardaki performansla büyüme ve karlılık bekliyoruz. Ayrıca yaşanan döviz kuru değişimleri, şirketin satış fiyatlarının euro, dolar



ve sterlin üzerinden olması dolayısıyla şirkete olumlu olarak yansımakta. Hedeflerimiz arasında yeni müşteriler, yeni pazarlar ve yeni ülkelere giriş yapma stratejisi ile müşteri portföyünü çeşitlendirmek, başta Avrupa ve Amerika olmak üzere dünyadaki bilinirliğimizi artırmak yer alıyor.

HALKA ARZ

Mayıs ayı itibarıyla talep toplama dönemini kapatarak, son birkaç aydır üzerinde yoğunlukla çalıştığımız halka arz sürecimizi tamamlamış olduk. Bunun dışında 2022 Ocak ayında ERP sistemlerinden SAP'ye geçişimizi tamamladık. Tüm şirket departmanlarının ve iş süreçlerinin SAP'ye aktarılması bizim için önemli bir dönüm noktası oldu.

YENİ YATIRIM

2020 yılında 32 milyon TL'lik yatırım gerçekleştirirken, 2021 yılında 61,1 milyon TL'ye ulaşan yatırımlarla şirketimizin büyümesini destekledik. Planlarımız içinde yeni makine alımları, dijitalleşme süreçlerinin geliştirilmesi, daha az su ve enerji tüketimine yönelik teknolojilerin kullanılması, İtalya ve/veya Almanya'da da tasarım ofislerinin ve İzmir Torbalı'da yeni bir üretim tesisinin kurulması var. Ayrıca yeni müşteriler, yeni pazarlar ve yeni ülkelere giriş yapma stratejisi ile müşteri portföyünü çeşitlendirmeyi, dünyadaki bilinirliğimizi artırmayı hedefliyoruz.

MURAT KOLBAŞI ARZUM YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Dijitale sürekli yatırım yapıyoruz”

HALKA ARZ

55 yıllık geçmişe sahip, Türkiye'nin kendi alanında en köklü oyuncularından biri olarak yenilikçi yaklaşımımızla Küçük Ev Aletleri (KEA) sektöründe yeni ürün geliştirmede birçok ilke imza attık. Yapı Kredi Yatırım liderliğinde, 24 Aralık 2020'de halka açıldık. Borsa İstanbul'da yapılan törende çalan gongun ardından Arzum hisselerimiz, ARZUM kodu ile işlem görmeye başladı. Çok yoğun yatırımcı ilgisi eşliğinde halka açıldık ve hisselerimize talep toplama sürecinde, bireysel yatırımcıdan 53,6 kat, kurumsal yatırımcıdan ise 18,7 kat talep geldi.



KADIN ÇALIŞAN ORANI

Halka arz sonrası şirketimizi dört yönetim kurulu üyesi, iki bağımsız yönetim kurulu üyesinden oluşan bir yapıya doğru şekillendirdik. Yönetim kurulundaki kadın oranımız yüzde 33. Toplumsal fırsat eşitliğini benimseyen bir marka olarak şirket genelinde kadın çalışan oranımız ise yüzde 40.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Dijital teknolojilerin gelişimi ve bu teknolojilere adaptasyon, tüm dünyada ekonomik büyümedeki en kritik faktör olarak görülüyor. Günümüzde şirketler müşteri memnuniyetini sağlamak, operasyonlarını daha verimli hale getirmek için teknolojiden faydalanıyor. Biz de dijitale sürekli yatırım yapan bir şirketiz. Dijital dönüşüm alanında attığımız önemli adımlarla ihtiyaçlara yönelik hızlı çözümler ve memnuniyet ölçümü konularında başarı grafiğimizi üst seviyelere taşıyarak hem müşterilerimiz hem de işbirlikçilerimizle uzun vadeli ilişkiler ağımızı günden güne genişletiyoruz. Dijital dönüşüm yatırımları ile gerek yurtiçi gerek yurt dışında taleplere anında ve interaktif şekilde cevap vererek müşteri deneyimini en üst seviyeye ulaştırmayı hedefliyoruz.

SUN

TEKSTİL

**Hayallerimizi tasarlayarak, geliştirerek,
değer vererek, sevgiyle, en iyisini yaparız!**

1987 yılında kurulan, Türkiye konfeksiyon üretim ve ihracat sektörünün liderlerinden Sun Tekstil'de 1700+ kişilik bir aileyiz. Global pazarda önde gelen hazır giyim markalarının çözüm ortağı olmanın yanında ülkemizin en büyük 500 şirketi arasında bulunmanın gururunu yaşıyor, 2018 yılından beri her sene Ege bölgesi hazır giyim ve konfeksiyon ihracat şampiyonu olarak sektöre liderlik ediyoruz.





TEMEL AYCAN ŞEN ŞENTAŞ A.Ş. YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“Doğal zenginliğimizi ekonomiye kazandırıyoruz”

DEDE MESLEĞİ

Büyük dedelerin sektöre adım attığı, dedemizin önceleri yalnız, sonra üç oğlu ile birlikte çalışarak kurduğu bir aile şirketiyiz. 1983 yılında dördün-



cü neslin katılımı ile kurulan Şentaş A.Ş. ile halen dünyanın dört bir yanındaki birçok ülkeye kuru incir, kuru kayısı, çam fıstığı, kestane, kuru domates gibi ürünlerin ihracatını yapıyoruz. İç pazarda ise İncir Evi markası altında ihracat kalitesinde hazırlanan ürünleri

şık sunumları ile tüketiciye İzmir merkezdeki satış yeri, web sitesi ve online satış mağazaları kanalı ile buluşturuyoruz.

İNOVATİF ÜRÜNLER

Ticaretimizin yüzde 90'dan fazlası ihracat üzerine. Dünya ticaretinde ilk sırada olan kuru meyvelerimizi, başta Avrupa ülkeleri olmak üzere en batıdaki kıtalardan en doğuya gönderiyor, ülkemizin doğal zenginliği olan bu ürünlerimizi birer döviz kaynağı olarak ekonomimize kazandırma çabamızı 60 yılı aşkın süredir olduğu gibi devam ettirmek için çalışıyoruz. Bu yıl sektörümüzdeki inovatif ve farklı ürünlerle, sağlık ve doğallık konsepti ile gelişmeye ve bunun için yeni bir yapılanmayı gerçekleştirmeye yönelik bir projemiz var. Bu süreçte ürün geliştirme, üretim gibi harcamalara dair bir bütçeyi hayata geçirmek için çalışmalarımız sürüyor.

ONLİNE TARAFTA BÜYÜYOR

Pandemi dönemi dijitalleşen ticari hayattaki geçişi çok hızlandırdı. Biz de yurt içi satışlarımızı yaptığımız İncir Evi ürünlerini dijitalde daha kolay ulaşılır hale getirecek adımlar atıyoruz. www.incirevi.com web satış sayfamızı geliştirirken, ülkemizde yoğun kullanımı olan online satış sitelerinde birer satış yeri oluşturduk. Tüm bunların sosyal medya tanıtımlarının sürekliliği ve etkinliği için bir çalışma ekibi oluşturduk.

SEMAVİ YORGANCILAR YORGLASS YKB & CEO'SU

“Yakında yeni büyük yatırımımızı açıklayacağız”

YEDİ TESİSİ VAR

Endüstriyel cam işleme sektöründe faaliyet gösteriyor, beyaz eşya camları alanındaki etkin ilerleyişimizi sürdürüyoruz. Biz, güvenilir ve global bir tedarikçiyiz. ISO 500'te konumlanıyoruz. Türkiye'nin beş şehrinde kurulu yedi tesisimiz bulunuyor. İnovasyon ve sürdürülebilirlik merkezli



çalışmalar ise faaliyetlerimizin tam kalbinde yer alıyor. Sektörümüzdeki tek Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi imzacısıyız. Öte yandan 'müşterimiz için varız' bakış açısı iş yapış yöntemlerimizi belirleyen itici güç ve bu da büyüme stratejimize yön veriyor. Yorglass, 2022'de beyaz eşya alanındaki faaliyetlerini artıracak, çok yakında yeni büyük yatırımımızı kamuoyuyla paylaşacağız.

ODAKTA İHRACAT VAR

Ürünlerimiz bugün itibarıyla 60 ülkeye ulaşıyor. Yurt içi pazar payımız yüzde 50'ye ulaştı, Avrupa'daki pazar payımız da yüzde 25 seviyesine çıktı. Global iş ortaklarımız dünyanın dört bir yanında yer alıyor; onların taleplerinin tamamını başarıyla karşılıyoruz. Bu konuda çalışanlarımıza yönelik inancımız sonsuz ki, aynı istikamete uyum içinde ilerleyen çalışanlarla ulaşılamayacak hedefin olmadığını düşünüyoruz.

YENİ NESİL TEKNOLOJİ

Dijitalleşme bizim için bir amaç değil, yalnızca işlevsel bir araç. Yorglass her daim hayata değer katan akılcı ve yeni nesil teknolojik fikirlerin peşinde. Dijitalleşme seviyemiz üç kat, doğru bilgiye ulaşma hızımız da iki kattan fazla arttı. Üçüncü parti yazılımlarla çalışma oranımız yüzde 70 oranında azalırken, lojistik operasyonlarımızda verimlilik yüzde 25 yükseldi. Tüm bu veriler gösteriyor ki, Yorglass 2022'de de dijitalleşme adımlarında çok başarılı devam edecek.

SÜRDÜRÜLEBİLİR İNOVASYON

Yenilikten fazlası...



Geliştirdiği teknoloji ile temiz ve alternatif enerji sistemlerinin kullanımının yaygınlaştırılmasına etki eden, taşıma kapasitesi ile nakliyyede %20'ye kadar tasarruf sağlayan, "Yeşil koridor" için karayoluna alternatif denizyolu ve demiryolu taşımacılığında kullanılacak çevreci ürünler geliştiren Cryocan, sektörüne sürdürülebilir bir dünya için çevreci ve inovatif yaklaşımlarla yön vermektedir.



A.YALÇIN YEŞİLOVA YEŞİLOVA HOLDİNG İCRA KURULU BAŞKANI

“Önümüzdeki üç yılda iki kat büyüme öngörüyoruz”

GLOBAL OYUNCU

Ticari hayatına alüminyum profil satışıyla 1975 yılında başlayan, bugün ise alüminyum sektöründe global bir oyuncu haline gelen Yeşilova



Holding, biri Avrupa'da olmak üzere toplam sekiz şirketi, bin 600 çalışanı ile dünyanın en çevreci metaline hayat vermekte ve dünyamızın sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Grubumuz AR-GE ve tasarım çalışmalarıyla elde ettiği birikim sayesinde katma

değeri yüksek ürünler üretme yetkinliği ile öne çıkmaktadır. Alüminyumun kullanıldığı pek çok sektöre hizmet vermekle birlikte, otomotiv ve raylı sistemler endüstrilerinde uzmanlaşmış durumdadır.

DÖNÜŞÜM PROGRAMI

Bugün yenilikçi bir anlayışla dünyadaki trendleri takip etmeniz çok önemli. Biz de global bir oyuncu olarak yaşanan bu değişim ve dönüşümden kopmamak için strateji, dijitalleşme, inovasyon, marka, iletişim, liderlik ve gelişim konularında 6 ana başlıkta sistematik iyileştirmelerin planlandığı +45 Dönüşüm Programı'nı hayata geçirdik. Geçmişimizden aldığımız güç ve tecrübe ile gelecek hedeflerimizi harmanladığımız bu programla, şirketlerimizi geleceğe taşımak, bugün olduğu gibi yarın da tercih edilen, öncü firmalar olarak yollarına devam etmelerini sağlamak istiyoruz. Aynı zamanda şirketlerimizin daha çevik bir yapıya kavuşmasını öngörüyoruz.

40 PROJE

Grubumuz bünyesindeki profil üretim tesisi ve döküm tesisinde kapasite artışlarına yönelik yatırımlar gerçekleştiriyoruz. Otomotiv ve raylı sistemlerde de iki yıl içerisinde 40'a yakın projeyi devreye alacağız. Bunlar sonucunda önümüzdeki üç yılda iki kat büyüme öngörüyoruz.

SENUR AKIN BİÇER ARNICA YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Yurtdışı payımızı yüzde 50'ye çıkaracağız”

ÜNLÜ MARKALARA ÜRETİM

Arnica, kuruluşu 60 yılına dayanan Senur A.Ş'nin bir markası olarak 2001'de oluşturuldu. Yurt dışına yönelik stratejimiz gereği oluşturduğumuz markamıza isim olarak Senur A.Ş'nin kurucusu babam Hasan Akın'ın doğa sevgisinden esinlenerek papatya anlamına gelen Arnica kelimesini seçtik. Tüketicilerin hayatını kolaylaştıran ürünlerimizle, üretimimize devam ediyoruz. Ayrıca global düzeyde sektörü domine eden dünyaca ünlü markalar için yaptığımız üretim de bizim uluslararası alandaki etkinliğimizi artırıyor.



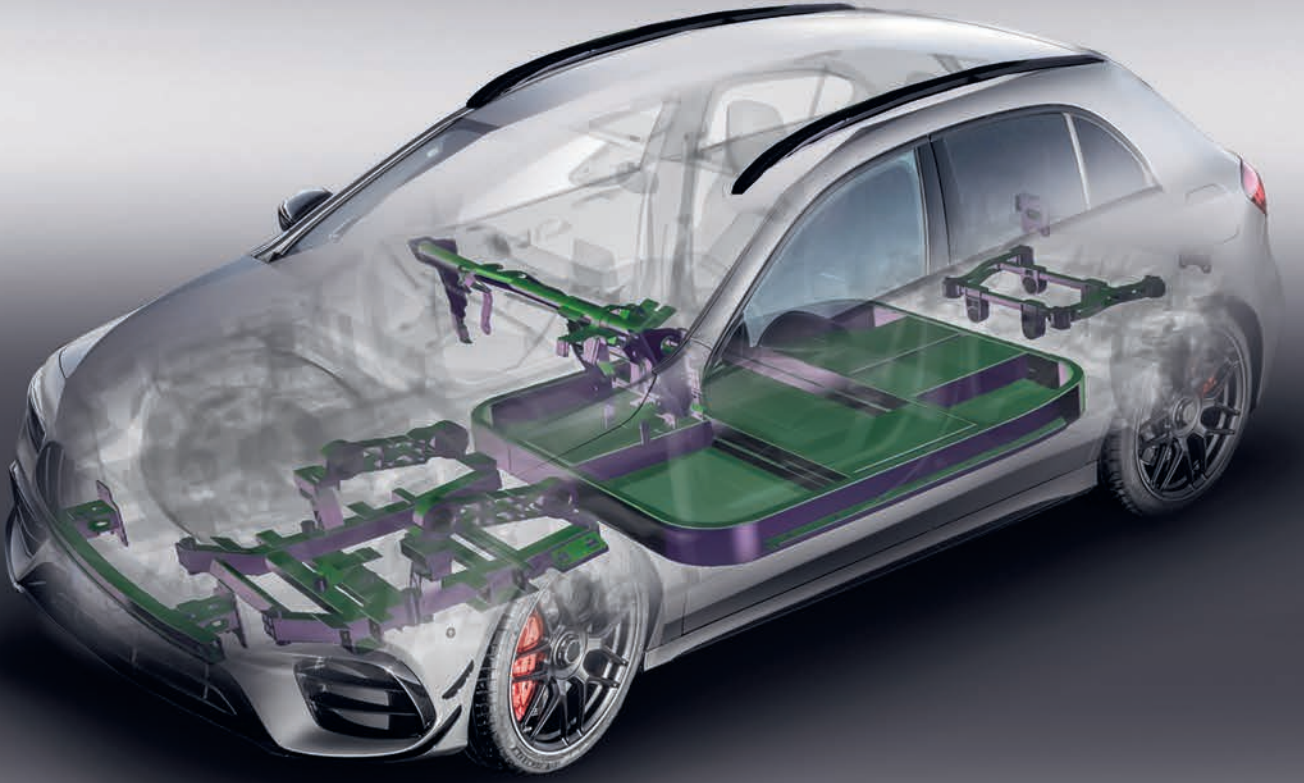
37 ÜLKEYE SATIŞ

Pandeminin ardından yeniden normalleşme sürecinin hızlandığı 2022 yılı Arnica için çok olumlu bir ivmeyle devam ediyor. 2021'de ciro olarak yüzde 50 büyüme hedefimizi yakaladık. 2022'de de ciro ve satış paylarımızı artırarak bu büyümeyi devam ettirmeyi amaçlıyoruz. Dünya genelinde toplam 37 ülkeye satış yapıyoruz. 1998'de Almanya'nın Münih kentinde Senur Europe adıyla bir şirket kurduk. Bu şirketin faaliyet alanında güçlenerek Avrupa'daki satışlarımızı artırmaya yönelik adımlar attık. Üretimde yurt dışı pazar payımızı yüzde 40'tan yüzde 50'ye çıkarmayı hedefliyoruz.

AR-GE'YE YATIRIM

Süpürge ve temizlik, mutfak, sıcak içecek grupları gibi geniş bir alana yayılan ürün çeşitliliğimizi sürekli geliştiriyoruz. Hem kendi markamız için hem de dünyanın önde gelen markaları için üretim yapıyoruz. Sektörümüzde pazar payını korumak ve geliştirmek için sürekli yatırım yapmak gerekiyor. Biz de Arnica olarak ciromuzun önemli bir kısmını yatırımlara ayırıyoruz. İnşaat, AR-GE, dijital dönüşüm gibi başlıklarda ihtiyacımıza göre belirlenen oranlarda yatırım yapıyoruz.

**ALÜMİNYUMDAN
HAFİFLETEN
ÇÖZÜMLERİMİZLE
GELECEĞİN
OTOMOBİLLERİNİ
HAFİFLETİYORUZ**





ALP ÖZKONUK BEZBAND TEKSTİL PAZARLAMA MÜDÜRÜ

"2023 yılında Çin bölgesini hedefliyoruz"

5 ÜRETİCİDEN BİRİ

Firmamız Bezband Tekstil, bir taşıyıcı band üreticisi. Ancak ürettiğimiz bandlar özellikle bisküvi (ve hatta ekme) üretiminde kullanılan, ek yeri



olmayan, know-how çıkışlı, özel bandlar. Ek yeri olmadığı için seri üretimde örneğin kırık bisküvi sorununu önüyor. Dolayısıyla tüm dünya bisküvi üreticilerinin ihtiyaç duyduğu bandlar. Dünya üzerinde bu bandları üreten beş firmadan biriyiz ve Türkiye'de

Bezband Tekstil'den başka sonsuz band üreticisi bulunmuyor.

İNNOVASYON ÇALIŞMALARI

Bu yıl özellikle dış piyasadan gelen siparişlerde bir daralma görüyoruz. Pandemi ile beraber üretim sistemimizde ciddi inovasyon çalışmaları yaptık ve son derece tatmin edici sonuçlar aldık. Öte yandan özellikle pazarlama faaliyetlerimizi hızlandırdık. Umarız ikinci yarıda bu sözünü ettiğimiz daralma durumu da olumlu yönde değişecek. Yine de gerçekçi bakışla, 2022 yılı için bulunduğumuz noktayı koruma bakımımız olduğunu söyleyebiliriz. 2022'de hızlandırdığımız pazarlama faaliyetlerimizin yanı sıra makine yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Makinelerimizi kendimiz tasarlıyor ve üretiyoruz. Ayrıca bu yıl üretimimizin hiç bir noktasının tedarikçiye bağlı kalmaması yolunda bir karar aldık.

GÜNEY AMERİKA'YA ODAKLANDI

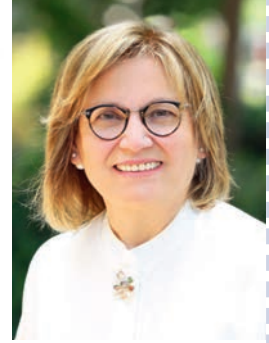
Avrupa, Afrika, Uzakdoğu, Ortadoğu, Rusya ve Türkiye Cumhuriyetleri'nden olmak üzere 30'dan fazla ülkenin bisküvi üreticilerine sonsuz bandlarımız ile hizmet veriyoruz. Bugüne dek sakın ve emin adımlarla, kalıcı, sadık, memnun müşteriler edinme fırsatını gerçekleştirmiş yapabildik. Bu yıl pazarlama faaliyetlerimiz adına özellikle Güney Amerika ülkelerine odaklandık. 2023 yılında Çin bölgesini hedefliyoruz.

MERAL TORAMAN CAN SİGORTA VE REASÜRANS BROKERLİĞİ YKB

"Yeni iş modelleriyle ilgileniyoruz"

YÜZDE 100 YERLİ SERMAYE

Can Sigorta ve Reasürans Brokerliği olarak 1983'ten beri ülkemizdeki her ölçekten kuruma risk yönetim danışmanlığı ve sigorta hizmeti sunuyoruz. 39 yıldır ihtiyaçları doğrultusunda müşterilerimizi, kapsamlı teminat ve uygun prim odağımızı kaybetmeden optimum sigorta teklifleriyle buluşturuyoruz. 100 kişiye varan profesyonel ekibimiz ve yüzde 100 yerli sermayemizle öncü brokerlerimizden biriyiz.



2 BİNİ AŞKIN MÜŞTERİ

Tecrübeli kadromuzla tüm sigorta branşlarında Türkiye'nin her bölgesindeki 2 bini aşkın lokal ve global kurumsal müşterimize hizmet veriyoruz. Sigortanın sürdürülebilirliğine inanan bir aile şirketi olarak en öncelikli amacımız müşteriye ihtiyaçları doğrultusunda doğru teminatla sigortalamak ve verdiğimiz hizmette fark yaratmak. Gerek teknik kapasitemiz ve uzman ekibimiz, gerek her kuruma risk harita ve ihtiyaçlarına yönelik özel çözümler bulmamız, gerekse titizlikle sürdürdüğümüz hasar yönetimimizle bunca yıldır sıcak ilişki geliştirdiğimiz müşterilerimize butik hizmet sunuyoruz.

YENİ İŞ MODELLERİYLE İLGİLENİYOR

2022 yılı bizim için heyecanlı bir yıl. Hedeflerimiz doğrultusunda büyüme amacımızın yanında birtakım yeni iş modelleriyle ilgileniyoruz. Sigortanın önemi yaşadığımız gündemle birlikte gün geçtikçe artıyor. Her branşta büyümeye önem vererek yılı her zamanki gibi sektör ortalamasının üzerinde kapatmayı hedefliyoruz. Pandeminin de özellikle finans sektörlerinde hızlandırdığı dijitalleşmeyle ilgili bazı fikirlerimiz ve projelerimiz var. Önümüzdeki yıllarda ses getirecek farklı projelerde bizleri görebilirsiniz. Bilindik, duyulmuşun yanında sektörde var olan başka ürünlerin farkındalığını artırmayı amaçlıyoruz.



Çevre ve hayvan sağlığı sektörüne
yön vermeye devam ediyoruz.

arion
Arion İlaç San. Tic. A.Ş.

BADE
ECZA DEPOSU
TİC. LİS. SİL.

bavet
Pharmaceutical

ipm
Pharmaceutical

Mia
MIA CASAS PHARMA İLAÇ

sare
İLAÇ VE TIBBİ ÜRÜNLER A.Ş.

LeoCasas



EMRULLAH ARIF KOÇ EGE ULAŞIM TAŞIMACILIK YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“Depo ve aktarma merkezi yatırımı yapacağız”

HİZMETTEN ÖDÜN VERMİYOR

Merkezi İzmir’de bulunan bir aile şirketiyiz.



1998 senesinden beri parsiyel yük taşımacılığı yapıyoruz. Yurt içinde Ege, Marmara, Akdeniz ve İç Anadolu acentelerimizin olduğu il ve ilçelere hizmet götürüyoruz. Soğuk zincir ürünleri hariç diğer tüm ürün gruplarını güvenle taşıyoruz. İlçe bazlı acente ve şube yapılanmamız ile faaliyet gösterdiğimiz

bölgelere daha hızlı ulaşım sağlıyor aynı zamanda müşterilerimize maliyet avantajı da yaratıyoruz.

GES PROJESİ

Şu an yurt dışında faaliyetimiz yok fakat gelecek süreçte yurtdışı açılımlarımız elbet olacak. 2022 yılında ajandamızın ilk sırasında olan ve hayata geçirmeye hazırladığımız güneş enerjisi sistemi projemiz var. İzmir-Işıkent’te olan aktarma merkezimizde uygulanacak olan bu yatırım ile yıllık ortalama 1.650.000 kWh enerji üretimimiz olacak. Ayrıca bu yıl başlamayı planladığımız İstanbul- Esenyurt’ta taşımacılık faaliyetlerimizi yürüteceğimiz 20 bin metrekare kapalı alanı olan üç katlı bir depo ve aktarma merkezi inşaatı projemiz var. İstanbul’da yapacağımız aktarma merkezinde de kendi enerjimizi üretmek hem İzmir hem de İstanbul’daki araç filomuzu tamamen elektrikli araçlarla yenileyeceğiz.

YATIRIMLARLA HEDEF ÇEVREYE KATKI

2022 yılı içinde faaliyetimizde kullandığımız tır, kamyon, kamyonet filo yenileme ve genişletme yatırımlarımızı gerçekleştirdik. Hedefimiz GES projemiz ile birlikte tüm filomuzu tamamen elektrikli hale getirmek. Enerji tüketimimizi yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılayarak gelecek nesillere temiz bir dünya bırakmak en büyük arzumuz. İzmir’de planladığımız güneş enerjisi projesi ile yıllık 1.650.000 kWh yenilenebilir enerji üretimi sağlayarak yıllık ortalama 904 ton Co2 salınımını engelleyerek 75.300 ağaç kurtarmak.

FATİH GÜRES GÜRES GROUP YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“Üretim kapasitemizi yüzde 40 artıracacağız”

ENTEĞRE ÜRETİM TESİSLERİ

Güres Group olarak 1963 yılından bugüne yüksek teknoloji yatırımlarına hız kesmeden devam ediyoruz. Yem ve viyol fabrikasından kuluçka, yarka, damızlık üretim tesislerine, biyokütle enerji tesisinden kafes ve ekipman üretim fabrikasına, ülkemizin tek çatı altında



toplanmış en büyük tam entegre yumurta üretim tesislerine sahibiz. Yıllık 1 buçuk milyar yumurta üretimi gerçekleştiriyoruz. Yeni yatırımlarımızla 2022’de üretimi yüzde 40 artırmayı hedeflerken, aynı oranda pastörize ve kabuklu yumurta satışlarını yükseltmek istiyoruz.

İHRACATTA ZİRVEYE ÇIKTI

2021’de yaptığımız yumurta ihracatıyla Ege Bölgesi’nde zirveye yerleştik. 2022 için hedef, ihracatı yüzde 50 artırmak. Yumurta tozunun da ürün portföyümüze eklenmesiyle, katma değerli ürünlerimizi ihracat pazarlarına sunarak hedeflerimizi ileri taşımayı planlıyoruz. Dubai, Katar, Umman, Bahreyn, Kuveyt’in yanı sıra; Afganistan, Azerbaycan, İran ve Suriye gibi ülkelere ihracatımız devam ediyor. Çin, Hong Kong, Singapur gibi Uzak Doğu ülkelerini de ürün portföyümüz ile tanıştırmak istiyoruz.

YENİLENEBİLİR ENERJİYE YATIRIM

Sürdürülebilir çevre politikasını üretimin her aşamasında benimsiyoruz ve yenilenebilir enerji yatırımlarına devam ediyoruz. Tavuk gübresinden elektrik üretebilen çevreci biyokütle tesisimiz ile saatte 2.3 MW elektrik enerjisi üretebiliyoruz. Ayrıca; 2 MW elektrik enerjisi üretebilen mevcut GES’imizin yanına, 3 MW daha eklemek için gerekli başvurularımız yaptık. Ülkemizin özellikle enerji alanındaki dışa bağımlılığını ortadan kaldıracak, çevreci ve sürdürülebilir enerji yatırımlarına devam edeceğiz.”

HAYATA DEĞER KATAN PROJELERİ İLE TEKİNALP ŞİRKETLER GRUBU

Temelleri 1980 yılında İzmir’de atılan Tekinalp Şirketler Grubu, 37 yılı aşan yolculuğunda; değişimin ve gelişimin hep bir adım önünde giderek sadece İzmir’in değil Türkiye’nin de en başarılı gruplarından biri haline gelmiştir. Yatırım ve İşletme projelerimizin ilki olan Selway Outlet Alışveriş Merkezi, 2006 yılında İzmir’in ilk Outlet ’i olarak hizmete açılmıştır. İzmir – Çeşme Otoyolu’nun her iki tarafına konumlanan Selway Outlet, 100 ün üzerinde ulusal ve uluslararası marka karması ile sadece İzmir’in değil tüm Otoyolun tercih noktası olmuştur. Selway ile birlikte başlayan Alışveriş Merkezi projelerimiz; Ege mimarisinin hakim olduğu açık hava konseptinde pek çok markayı ziyaretçisi ile buluşturan Novada Outlet Akhisar ile Edirne – İstanbul yolu üzerinde bulunan Selway Çatalca Box AVM inşaatı devam ederken, Çeşme’nin kalbi Ilıca’da bulunan Maja Luxury Otelimiz ise, eşsiz manzarası ile tatilcilerin uğrak noktası olmuştur. Bünyemize yeni katılan gözdelerimizden olan Foça Tatil Köyü; eşsiz manzarası ile Ege’nin mavisini ziyaretçileri ile buluşturmak için gün sayıyor. AVM Yatırım ve yönetimi, turizm işletmeleri yatırım ve yönetimi, perakende, inşaat ve gayrimenkul sektörlerinde uluslararası standartlara uyum ve sürekli gelişim amacını gözeterek Tekinalp Grup, aynı zamanda sosyal sorumluluk projelerine büyük önem vererek üniversite öğrencilerine sağladığı burs ve staj imkanları ile deneyimlerini yeni nesil gençlerine aktarmayı ilke edinmiştir.

PROJELERİMİZ

YOLUNUZUN ÜSTÜ SELWAY OUTLET



ŞİMDİ MAJA ZAMANI MAJA LUXURY HOTEL



HERKES ORADA NOVADA AKHİSAR



SELWAY BOX ÇATALÇA



POZANTI OHT



FOÇA TATİL KÖYÜ





MUSTAFA SARIGÖZOĞLU **SARIGÖZOĞLU YÖNETİM KURULU BAŞKANI**

“Elektrikli araçlar için parçalar üreteceğiz”

YÜZDE 50 BÜYÜME



Firmamız 1957 yılında kurucumuz merhum İsmail Sarigözoğlu tarafından kuruldu. Halen üç kentimizde dört tesis ile faaliyet gösteriyoruz. Otomotiv ve beyaz eşya sektörlerine kalıp ve pres metal tedariki yapmaktayız. Başlıca müşterilerimiz Ford Otosan, Mercedes, Fiat, Renault, Bosch, BMW, M.A.N. ve Otokar'dır. Bu yıl döviz bazında yüzde 50 büyüme hedefiyle yola çıktık; ilk çeyrek verilerine göre hedefimizin üzerinde gerçekleşme sağladık.

ÖDÜL ALDI

Müşterilerimize yurt içinde verdiğimiz hizmet artarak devam etmekle birlikte global olarak hâlihazırda dört kıtada ürünlerimiz üstün müşteri memnuniyeti ile talep görmekte. Ford Otosan'ın 'Altın Yıldız' ödülünü ikinci kez alma gururunu yaşıyoruz. Yurtdışı yatırım vizyonumuzda Almanya uzun zamandır önemli bir yer tutuyor. Kalıp ve seri parça üretimini bir arada yapacağımız bir tesisin fizibilite çalışmalarında sona yaklaşmış durumdayız.

FABRİKA YATIRIMI

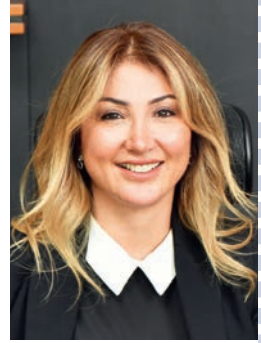
2022 yılının ajandasında en önemli yeri Gölcük'teki yeni başladığımız fabrika yatırımı alıyor. Önümüzdeki yılın ilk aylarında faaliyete geçmesini planladığımız bu yeni tesiste yeni nesil çevreci elektrikli araçlar için özellikle alüminyumdan mamül parçalar üretilecek. Aksaray'daki fabrikamız yine aynı ilde kurulu Mercedes kamyon fabrikasına parça tedariki yapmaktadır. Tam otomasyonlu robotlu pres caddelerinde ağır ticari araçların şasi ve şoför mahalli parçaları üretilmekte olup bu parçalar başta Almanya olmak üzere Brezilya'dan Çin'e her coğrafyadaki Mercedes kamyon üretiminde kullanılıyor. Bu yıl için yatırım öngörümüz 15 milyon Euro'dur. Bu rakam Gölcük'te başladığımız komple yeni yatırımın ilk faz yatırım bütçesidir.

MİNE NERGİZ KENT **ZEKNER HOLDİNG CEO'SU**

"Ortadoğu'nun en büyüğü olacağız"

BÜYÜME SÜRÜYOR

Veteriner ilaç sektörünün lider markalarından Arion İlaç, Bavet İlaç ve IPM İlaç'ı bünyemizde bulunduruyoruz. Nergiz Ailesi şirketleri; hayvan ve çevre sağlığı alanlarında 2000 yılından bu yana faaliyetlerini başarıyla sürdüren Bavet İlaç, Türkiye'de sektörün en büyük ilaç üreticilerinden Arion İlaç, 2014 yılında bünyeye katılan IPM İlaç, Bade Ecza Deposu, Sare İlaç ve Turizm, Mia Casas ve Leo Casas ile birlikte büyüme ivmesini sürdürüyor. Grup şirketleri, 2021 Ekim ayından itibaren Zekner Holding çatısı altında bir araya geldi.



ÜRETİM TESİSLERİ

2022 yılına büyük bir iddia ile girdik. Sektör verilerine baktığımızda, sahada tüketicileriyle buluşan markalarımız sayesinde, Türkiye pazarında iddialı bir paya sahibiz. Ve elbette, yeni yıla da hedef büyüterek giriyoruz. Önceliğimiz, çözüm ortaklarımızla birlikte var olan pazarımızı korumak ve AR-GE gücümüz ile yakalamış olduğumuz kalitemiz sayesinde oluşan yurtiçi satışlarımızı ve ihracatımızı arttırmak. Bu nedenle 2022 yılında satın almış olduğumuz üretim tesisimizi hızlı bir şekilde faaliyete geçirmeyi planlıyoruz.

İHRACAT ARTACAK

Üretimimizdeki ihracat payını arttırmayı planlıyoruz. Şu anda 30 ülkeye ihracat yapıyoruz. Bu sayıyı en kısa sürede 40'a çıkarmayı hedefliyoruz. Türkiye pazarındaki konumumuzu, başlangıçta Ortadoğu, ardından da Avrupa'da yakalamak bizler için ulaşılmaz bir hedef değil. Deneyimli ve dinamik insan kaynağımız ve güçlü markalarımızdan aldığımız güçle 2022 yılında çok daha büyük hedefler bizleri bekliyor. Bir dünya markası olma hedefimize emin adımlarla ilerliyoruz. Yeni pazarlara ulaşma, pazardaki mevcut kalite algısını geliştirme ve krizleri fırsata çevirme becerisine sahip genç bir ekiple 2022 yılı bizim yılımız olacak.

İnfo Yatırım'da Görüntülü Hesap Açma İmkânı ile Yatırımcı Olmanın Mekânı Yok!

infoyatirim.com | 444 46 36





ROJDA TEKİNALP TEKİNALP ŞİRKETLER GRUBU YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“Çatalca ve Foça projelerine büyük bir bütçe ayırdık”

İKİ YENİ PROJE

Temelleri 1980 yılında atılan aile şirketimiz Tekinalp Şirketler Grubu; yatırım, işletme, perakende, inşaat, gayrimenkul ve turizm sektörlerinde faaliyet gösteriyor. Bün-yemizde olan projelerimiz arasında; Selway Alışveriş Merkezi, Novada Alışveriş Merkezi, Pozantı Otoyol Hizmet Tesisi, Maja Luxury Otel ve Foça Tatil Köyü bulunmaktadır. Uzmanlık alanız otoyol hizmet tesisleri ve alışveriş merkezleri olmasına rağmen birçok sektörde faaliyet gösteriyoruz.



ÜLKEYE KATKI

Tekinalp Şirketler Grubu olarak tamamen ülkemize katkıda bulunmaya gayret gösteriyoruz. Fakat yakın zamanda ülkemize de katkı sağlayacak bir projemiz mevcut, zamanı geldiğinde mutlaka açıklayacağız. Selway, Pozantı, Novada gibi projelerimizin üzerinde sürekli çalışıyoruz tabii ki fakat bu projeler artık düzene girmiş durumda. Bizler de diğer projelerimizde ki eksikleri tamamlamaya gayret gösteriyoruz. Örneğin şu an Maja Luxury Otel'i sezona yetiştirmeye çalışıyoruz. Ayrıca sözleşmesini yeni imzaladığımız Foça Tatil Köyü'nü yine sezona hazırlıyoruz. Şu an için ağırlığımız bu iki projede.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM

2022 yılında yeni başlayacağımız Çatalca ve Foça projelerimize büyük bir bütçe ayırdık. Bunun dışında mevcut projelerimiz olan Selway ve Maja Luxury Otel'de yenileme ve iyileştirme çalışmaları için yeterli bütçeler ayrılmış durumdadır. Hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu imkanlar ve değişen toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda Tekinalp Şirketler Grubu olarak organizasyonların daha etkin, verimli hizmet vermek ve faydalanıcı memnuniyeti sağlamak üzere tüm iş süreçlerimizde dijital dönüşüme önem vermekteyiz.

ÇİHAN ELBİRLİK

İNCİ GS YUASA İCRA KURULU DİREKTÖRÜ

“Bu sene 13 milyon Euro'luk ilave yatırım yapacağız”

YÜZDE 60 YURTDIŞI

Türkiye'de otomotiv tedarik sanayinin köklü firması İnci Holding ile dünya akü devi Japon GS Yuasa'nın iştiraki olan İnci GS Yuasa, faaliyet gösterdiği otomotiv ve endüstriyel alanlardaki kapsamlı yatırım ve AR-GE çalışmaları sayesinde büyümeye devam ediyor. İnci GS Yuasa, gelirinin yüzde 60'ını dış pazarlardan karşılıyor. 2021 yılında pandemi koşullarına rağmen bir önceki yıla oranla net satışlarımızı yüzde 70 arttırdık. Ayrıca bir sene öncesine göre otomotiv akülerinde yüzde 30, endüstriyel akülerde ise yüzde 50'lik bir büyüme gerçekleştirdik.



13 MİLYON EURO

Ortaklıktan bu yana son altı yılda gerçekleştirdiğimiz yatırımlara, bu sene de 13 milyon Euro'luk ilave yatırım ile devam edeceğiz. Kritik başarı faktörünün teknoloji yatırımları ve müşteri odaklı yaklaşım olduğunu söyleyebilirim. 2022 yılında da bunları sürdürmeye devam edeceğiz. Toplam satış gelirlerinin yüzde 60'tan fazlasını 6 kıtada 80'in üzerinde ülkeye yaptığımız ihracat ile yurt dışı satışlardan geliyor.

PAZAR BÜYÜYOR

Türkiye akü pazarı son beş yılda her yıl ortalama yüzde 3 civarında büyüyor. 2021 yılında büyüklük ise yaklaşık 4 milyon adete ulaştı. Bu artışın sebebinin özellikle pandemide toplu taşıma yerine bireysel araç kullanıma yönelim olmasına bağlıyoruz. Pazardaki talep artışını karşılamak için Akümgelsin hizmetini İnci Akü'nün uzman hizmet anlayışı ve deneyiminden güç alarak hayata geçirdik. Akümgelsin, tüketicilerin en doğru ürünle ve en hızlı çözümlerle buluşabilmelerini, zaman kaybı yaşamadan, ekstra efor sarf etmeden mobil olmalarını mümkün kılıyor.

nesilden nesile
“Sağlıklı Lezzetler”

Bu, dalından yeni kopmuş hali...



www.incirevi.com

Türkiye'nin her köşesine
kargo ile aynı gün içinde
gönderi yapılır.

Siz, onu bir de evinde görün...

Kuru İncir • Kesilmiş Kuru İncir • İncir Ezmesi • Kesilmiş İncir • İncir Reçeli • İncir Tatlısı
Kükürtlü / Naturel Kuru Kayısı • Organik Kuru Kayısı • Siyah Üzüm • Kuru Üzüm • Ceviz • Çam Fıstığı



Halit Ziya Bulvarı No:72 (35210) İZMİR
Tel: 0232 483 71 20 - 483 15 61 • Faks: 0232 489 26 60

www.incirevi.com • info@incirevi.com



İNCİR EVİ



incirevi



incirevi





FIRAT FİDAN FDN GRUBU YÖNETİM KURULU ÜYESİ

Kadın Dostu Markalar Farkındalık Ödülü aldı

OTOMOTİV SEKTÖRÜ

Sektörünün öncü şirketlerini bünyesinde barındıran FDN Grubu; yaklaşık 34 senedir otomotiv sektörüne hem sektörel başarıları hem de son zamanlardaki toplumsal farkındalık projeleri ile yön veriyor. Sadece sektörel olarak başarı ve ödülleri ile değil, toplumsal konularda oluşturdukları sosyal sorumluluk projeleri ile de başarılı bir profil çizen FDN Grubu, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda sürdürülebilir projeler oluşturarak fark yaratıyor.



FARKINDALIK ÖDÜLÜ

Kadın Dostu Markalar Platformu'nun bu yıl ikincisini düzenlediği Kadın Dostu Markalar Farkındalık Ödülü kapsamında; 11 Ekim Dünya Kız Çocukları Günü'nde hayata geçirdiği Kalıplara Sığmayan Kızım Var Benim! projesi ile, kız çocuklarının kalıplara sığdırılmadan, eşit özgür ve adil bir şekilde yetiştirilmesi gerektiği, toplumsal bir sorun olan cinsiyet eşitsizliği konusunun temelden çözülmesine katkı sağlamak adına sosyal medyada ses getiren bir farkındalık projesi oluşturduk. Sosyal medyada binlerce kişiye ulaşan "Kalıplara Sığmayan Kızım Var Benim!" projesi ile "Toplumsal Cinsiyet Eşitliği" kategorisinde "Kadın Dostu Markalar Farkındalık Ödülü"nü aldık. Aynı zamanda WEPs imzacısı olarak, Kadın Dostu Marka unvanını da almış olduk.

STK'LARLA İŞ BİRLİĞİ

Otomotiv sektörünün erkek egemen bir sektör olması algısını kırmak istiyoruz. Bu sebeple her alanda sürdürülebilir projeler üreterek farkındalık oluşturmak hedefimiz. FDN Grubu bu amaçlarla sürdürülebilir toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda birçok farklı STK ile iş birliği içerisinde projeler üretiyor. Kadın Dayanışma Vakfı, KIZÇEVDER, YenidenBiz Derneği gibi dernekler ile toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda çalışmalar yapıyoruz.

CELAL KADOOĞLU KADOOĞLU YAĞ CEO'SU

"Uzakdoğu'da da büyüme ivmesini devam ettireceğiz"

55 ÜLKEYE İHRACAT

Kadooğlu Yağ, Türkiye'nin önde gelen şirketlerinden Kadooğlu Holding bünyesinde faaliyet gösteriyor. Fabrikamızı teknolojinin son imkanlarını kullanarak 2007 yılında Gaziantep'te faaliyete geçirdik. Üretim kapasitemizi her geçen yıl arttırarak ayçiçek, mısır, pamuk yağı ve endüstriyel ürünlerimizle Bizce, Mutfakların Şefi, Mayra, Brinto, Elianto, Azime ve kısa bir süre önce dış pazara sunduğumuz Kadoo markalarımız ile 55'i aşkın ülkeye ihracat gerçekleştirmekteyiz. İç piyasada ise Bizce markamız ile zincir ve gross marketlerde müşterilerimiz ile buluşuyoruz. Türkiye'de de beş bölge müdürlüğümüz ve yayın distribütörlük ağıımız bulunuyor. Profesyonel ekibimiz ve bayilerimiz ile ülkemizin dört bir yanında hizmet vermekteyiz. Kadooğlu Yağ olarak Anadolu 500 gibi Türkiye'nin önde gelen araştırmalarında her yıl üst sıralarda yer alıyoruz.



KAPASİTE ARTIRDI

2021 yılında yatırımlarımıza pandemi koşullarına rağmen ara vermeden devam ettik. Talepleri karşılayabilmek adına fabrikamızda 250 ton/gün rafineri yatırımı gerçekleştirip tesis kapasitemizi 900 ton /gün'e çıkarttık. Dolum ünitesinde ise gerçekleştirdiğimiz yatırımlarla kapasitemiz 1.550 ton /gün'e ulaştırdık. 2022'de de yatırımlarımızı sürdürmeyi planlıyoruz.

AFRİKA OFİSİ AÇILDI

Tüm kıtalara yayılmış olan bayi ağıımız ile 55 farklı ülkeye ihracat yapmaktayız. Ana ihracat bölgelerimiz için ise Afrika ve Ortadoğu bölgesi diyebiliriz. Nitekim özellikle Doğu Afrika'daki yoğun talebe daha hızlı cevap verebilmek ve bu bölgedeki bilinirliğimizi daha da arttırmak adına Aralık 2021'de Afrika ofisimizi açtık. Afrika'da yakaladığımız hızlı büyüme ivmesini Uzakdoğu'da da devam ettirmek istiyoruz.



cıvcıv



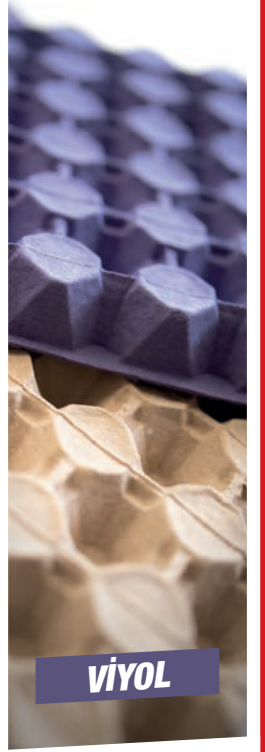
YARKA



YUMURTA



**PASTÖRİZE
YUMURTA**



VIYOL



**BILDIRCIN
YUMURTASI**



**BILDIRCIN
ETİ**



TEKNOLOJİ



ENERJİ



TARIM-YEM



TEKİN URHAN CRYOCAN YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Birçok projeyi ve ürünü 66 ülkeye ihraç ediyoruz

İNOVATİF ÜRÜNLERE ODAKLANIYOR

Cryocan ile dünyada sürekli büyüyen enerji sektörü için taşıma ve depolama tankları üretiyoruz.



Sürekli yeni ve inovatif ürünlerle ürün gamımızı genişletiyoruz. Özel bir alan olan enerjinin farklı yöntemlerle taşınması ve depolanması ile ilgili ürün ve proseslere odaklanmış durumdayız. Özellikle kriyojenik tanklarda dünyada sayılı firmalardan biriyiz. Fabrikada ürettiğimiz ürünler dışında bir kolumuz

da anahtar teslim petrol&gaz tesisleri yapmak. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ndeki toplamda 6 bin 500 metreküp hacimli bir LPG depolama tesisi, Bangladeş'te LPG depolama tesisiyle birlikte, tüp dolum tesisi ve LPG gemi tankları imalatı gibi birçok projeyi ve ürünü 66 ülkeye ihraç ediyoruz.

ÇÖZÜM ORTAĞIYIZ

2020-2021 yılında yaşadığımız pandemi süreci birçok firmayı durma noktasına getirirse de bu bizim için böyle olmadı. Bu dönemde şehir hastanelerine medikal oksijen tesisleri kurduk. Değeri minimum 10 milyon dolar olan her bir projede müşterilerimizin sadece tedarikçisi değil, çözüm ortağı olarak ilerlemekteyiz. Irak'ta petrol taşımacılığını karayolundan demiryoluna kaydırmak üzere çözüm ortağı olarak çalışmaya devam ediyoruz.

AKADEMİ KURDU

Cryocan olarak teknoloji odaklı, markamızı geleceğe taşıyacak, yüksek teknoloji, çevreci ve sürdürülebilir projelere yatırım yapıyoruz. Karbon emisyonunu azaltmak amacı ile ağır ticari araçların LNG kullanımı için ihtiyaç duyulan LNG istasyon kurulumları, uzay ve savunma sanayi teknolojileri için hidrojen projesi yaptık. Karayolu taşımacılığına alternatif deniz ve demiryolunda taşınabilen daha çevreci bir taşıma yöntemi olan Türkiye'nin en hafif ISO Tank konteynerini ürettik. Bu yıl hayata geçireceğimiz 'Can Akademi' kapsamında ara ve teknik eleman yetiştireceğiz.



KUZEY YILDIZI 2021 ÖDÜLLERİ

Ödüller 9. zirvede sahiplerini buldu

BU YIL ALT KATEGORİLER EKLENDİ

Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Projesi kapsamında verilen Kuzey Yıldızı Ödülleri, TAİDER 9. Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi'nin ilk gününde sahiplerini buldu. Bu yıl kapsamı genişletilerek alt kategorilerde de ödüllerin verildiği programda, Kuzey Yıldızı Ödülü'nün kazananı Uludağ İçecek olurken, Kurumsal Yönetim Kategorisi Ödülü Sertrans Logistics'e, Toplum Kategorisi Ödülü Cryocan'a, Çalışanlar Kategorisi Ödülü Hidropar Hareket Kontrol Teknolojileri Merkezi'ne, Aile ve Gelecek Nesiller Kategorisi Ödülü ise Kaplanlar Soğutma'ya verildi.

İKLİM KRİZİ GÜNDEMDE

Kuzey Yıldızı Sürdürülebilirlik Ödülleri, TAİDER Aile İşletmeleri Derneği'nin, aile şirketlerinde sürdürülebilirlik bilincinin hem ailede hem de şirkette yaygınlaşması amacıyla sürekli öğrenilen bir platforma dönüştürdüğü Kuzey Yıldızı Programı kapsamında veriliyor. Ödül töreninde yaptığı konuşmasında iklim krizinin endişe verici boyutlarından bahseden TAİDER Yönetim Kurulu Başkanı Tekin Urhan, "Başta ülkemizde olmak üzere tüm dünyada yaşanan aşırı hava olayları; yangınlar, seller, kuraklık, aşırı sıcak veya soğuk hava dalgaları hepimizin canını acıtıyor. Maalesef iklim krizine şimdi dur demezsek, belki de türümüzü devam ettiremeyeceğimiz noktalara geleceğiz" dedi.

DEĞER YARATMAK

Urhan, artık devletlerden şirketlere ve hatta her bir bireye büyük bir sorumluluk düştüğünü vurguladı. Bu noktada aile şirketlerinin sürdürülebilirliğinin, dünyanın sürdürülebilirliğinin sağlanması için çok önemli olduğunda dikkat çeken Urhan, "Bundan sonra sadece kâr etmek için değil, toplum, çevre, çalışanlarımız ve gelecek nesillerimiz için değer yaratma amaçlı yatırımları hayata geçirmek adına daha fazla çabalamalıyız" dedi. Kuzey Yıldızı 2022 ödül töreni bu yıl 01.06.2022 tarihinde Tekfen Tower'de yapılacak özel bir tören ile dağıtılacak.

DOĞA DOSTU YENİ HATTIMIZ İLE #İLERİYE

Halkalı-Münih arasındaki yeni blok tren hizmetimiz ile yüklerinizi maliyet avantajlı ve çevre dostu demir yolu alternatifi ile #ileriye taşıyoruz.



**Karşılıklı seferlerimiz hakkında
hemen bilgi alabilirsiniz**

cobanturboltas.com
+90 (216) 564 64 64
teklif@cobantur.com



AİLE ŞİRKETLERİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Pandemi döneminde iş dünyasında oyunun kuralları yeniden yazıldı. Bu değişimin baş rol oyuncusu dijitalleşme oldu. Şirketler üretimden satışa tüm süreçlerde dijital dönüşüm için önemli yatırımlar yaptı. Bu yatırımlar önümüzdeki dönemde de hız kesmeden devam edecek.

Araştırmalara göre yenilik fırsatlarını iyi değerlendiren aile şirketleri rakiplerinden çok daha çabuk ve verimli sonuçlar alabilecek.

in için önemli fırsatlar sundu. Yapay zekâ, bulut bilişim, otomasyon, 5G gibi yeni teknolojilerin hayatımıza girmesiyle dijital dönüşüm yeni boyutlar kazanırken aile şirketlerinin de bu fırsatları değerlendirerek yeniden şekillenmesi kaçınılmaz bir zorunluluk olarak görünüyor. Türkiye'deki aile şirketleri de buldukları piyasalarda fark yaratacak dijital dönüşüm inisiyatiflerini değerlendirirken birtakım avantajlara ve dezavantajlara sahip. Deloitte'a göre dönüşüm projelerinin en büyük riski değişime direnç. Bu riski bertaraf etmek için üst yönetim desteği kritik önem taşıyor. Türkiye'deki birçok aile şirketine, üst yönetimin, en alt kademelere kadar çalışanları etkileme gücünün diğer şirketlere göre daha üstün olması değişime direncin yönetiminde başarıya ulaşmaları için bir avantaj. Diğer taraftan, aile liderleri tarafından desteklenmeyen

Pandemi gölgesinde geçen son iki yılda dünya büyük bir değişim sürecine girdi. Gündelik hayattan ekonomiye her alanda oyunun kuralları yeniden yazıldı. Bu değişimin baş rolünde ise kuşkusuz dijitalleşme yer aldı. Pandemi tüm dünyada dijital dönüşüm sürecini hızlandırdı. Bu süreç Türkiye'deki pek çok şirketin dijitalde adımlar atmasını sağladı. Dijitalleşme, tüm toplumu olduğu gibi şirketleri de derinden dönüştürürken yenilenme

bir dönüşüm projesinin de etkisi sınırlı olabilir. Aile şirketlerinin bir diğer özelliği, yerel çevresiyle daha köklü ilişkiler kurması ve yüksek müşteri sadakati. Bu unsur, şirketlerin müşterilerin ihtiyaçlarını daha iyi analiz edebilmelerini sağlarken markaya güven duyan müşterileri dönüşüme ikna ederken ellerini güçlendirecek. Deloitte Digital Türkiye Ortağı Özlem Yanmaz, “Ancak ilginç şekilde, pandemi öncesi (2019) 58 ülkeden 791 aile şirketi yöneticisiyle gerçekleştirdiğimiz Küresel Aile Şirketleri anketinde katılımcıların yalnızca yüzde 21’i müşteri sadakatinin işin sürdürülebilirliğine katkı sağlayacağına inandıklarını belirtti. Bu durum, müşteri bağlılığının artık garanti olmadığını; dijitalleşmenin müşterinin geçişkenliğini kolaylaştırmasından dolayı şirketlerle kurduğu ilişkiyi çok hızlı şekilde değiştirdiğinin işareti olarak görülebilir” diyor.

Önceki kuşakların daha deneyimli olduğu ve yeni nesillere bilgi aktardığı dönemin tersine, dijital teknolojiler konusunda yeni jenerasyonlar diğer aile üyelerini eğitme rolünü üstlenmek durumunda. Aile büyüklerinin gençlerle ilişkisinde bu değişen rollere alışamaması bir risk doğurabilir.

Aile şirketlerinde karşılaşılabilecek bir risk olarak nepotizm, aile üyelerinde dijital dönüşüme yönelik yeterli deneyimin bulunmadığı durumlarda şirketin rakiplerinden geri kalmasına sebep olabilir. Yanmaz’a göre bu durumda, aile dışından dönüşüm elçilerinin projelere dâhil edilmesi gerekli.

Olumsuz sonuç doğuracak denemelerin ailenin refahında düşüşe sebebiyet vermesi kaygısıyla, aile şirketleri risk almaktan çekinebiliyor. Yapılan bazı araştırmalar ise aile şirketlerinin diğerlerine kıyasla inovasyonda çok daha başarılı olduğunu ortaya koyuyor. Yanmaz, bahsettiğimiz çekinceleri aşarak yenilik fırsatlarını değerlendiren aile şirketlerinin rakiplerinden çok daha çabuk ve verimli sonuçlar alabileceğini söylüyor.



ÖZLEM YANMAZ
DELOITTE DİGİTAL TÜRKİYE ORTAĞI

LİDERLERE 3 ÖNEMLİ İPUCU

DEĞER HİKAYENİZİ İNŞA EDİN:

Mevcut teknolojilerinizin buluta taşınmasının tek başına hiçbir değeri yoktur. İşe, bu dönüşümün neyi farklı yapmanızı sağlayacağını, nasıl iş sonuçları getirebileceğini hayal ederek başlayın.

YENİ FİKİRLERİ EL ÜSTÜNDE TUTUN: Dijital, yeni bir düşünme biçimini de gerektiriyor. Dönüşüm hedefiniz yani değer hikayenizi kerteriz alın ama bunu yaparken çevik manevralar yapmanızı sağlayacak yeni fikirlere açık bir program yürütün.

STRATEJİK EKİPLER KURUN:

Uçtan uca dönüşüm, ekipleri uç uca ekleyerek gerçekleşmiyor. İlk günden itibaren strateji ve pazarlamadan, BT, vergi, risk ve uyum ekiplerine kadar uzanan yelpazedeki kritik paydaşlarımızla birlikte hareket edin. Bu yolculukta keşfedeceğiniz yeni fırsatlara inanamayacaksınız.

Kaynak: PWC'nin '2022 Dijital IQ' raporu

ŞİRKETLER YATIRIMA ODAKLANDI

Dijital dönüşümün artık bir zorunluluk olduğunu gören şirketler sürece yatırım yapmaktan kaçınmıyor. Index Grup da bunlardan biri. Grup, dijital dönüşüm alanındaki önemli yatırımlarını 2020 öncesinde tamamladı. Özellikle son yıllarda e-mail pazarlama, dijital hukuk, dijital İK, varlık yönetimi, Türkiye genelindeki tüm bayi teşkilatıyla işlerin tamamının dijital ortamda yapılması, depolama ve dağıtım yapılarının dijitalleştirilmesi, CRM uygulamaları ve çalışanların günlük hayatını kolaylaştıran pek çok mobil uygulama gibi projeler pandemiden önce hayata geçirildi. Index AŞ Yönetim Kurulu Üyesi Kaan Bilecik, “Pandemi başladığında bu avantajımızı kullanarak çok hızlı bir şekilde değişime ve yeni normale adapte olduk. Dolayısıyla dijitalleşmeye zamanında yatırım yapmanın karşılığını aldığımızı söyleyebilirim. Dijital dönüşüm bizim için sürekli devam eden bir gelişim alanı. 2022’de yapacağımız yatırımlarla dijital hedeflerimizi ve adımlarımızı daha da büyüteceğiz” diyor. Şirket, son beş yıldır yıllık bilişim teknolojileri yatırım bütçesinin minimum yüzde 30-40’lık dilimini dijital dönüşüm projelerinde kullanıyor.

Bu çalışmalar 2022’de de hızla devam ediyor. Şirket, e-ticaretteki olağanüstü gelişimi yakinen takip ediyor. Bu doğrultuda geçtiğimiz yıl lojistik kasını daha da güçlendirmek üzere bu alandaki yatırımlar artırıldı ve pazaryeri satış kanalını geliştirmek üzere adımlar



2022 YILINDA ÖNE ÇIKAN 7 TREND

KOLAY VERİ PAYLAŞIMI:

Yeni teknolojiler kurumlar arasında verilerin kolaylıkla paylaşılabilir olmasını mümkün kılıyor. Böylelikle kurumlar dış kaynaklı verilerden kolaylıkla faydalanırken, kendi hassas verilerinden de daha fazla değer elde edebiliyor. Ayrıca verilerin güvenli şekilde diğerleriyle paylaşılabilirdiği bir ekosistem oluşturmak, yeni iş modellerini de mümkün kılıyor.

DIKEY BULUT SİSTEMİ:

Dijital dönüşümün ağırlık merkezi, bir organizasyonun IT ihtiyaçlarını endüstriden bağımsız karşılamaktan, her sektörün hatta alt sektörlerin stratejik ve operasyonel ihtiyaçlarını karşılamaya kaydı. Bu trend ivme kazandıkça, uygulamaları dağıtmak onları oluşturmaktan ziyade bir araya getirme süreci haline gelecek.

GENİŞ ÖLÇEKTE OTOMATİKLEŞTİRME:

Teknolojik karmaşıklıkla baş etmek için CIO'lar IT süreçlerini yeniden yapılandırıyor. Manuel yönetimden otomasyona ve self servis uygulamalara geçiş yapan kuruluşlar, karmaşık sistemleri daha etkin bir şekilde yönetebiliyor ve geliştirilmiş kullanılabilirlik ve esneklik sayesinde müşteri deneyimini iyileştiriyor.

SİBER AI / GERÇEK SAVUNMA:

5G kullanımı (global olarak) ağa bağlı cihazların sayısıyla birlikte artmakta ve uzaktan çalışma sistemi de buna paralel olarak gelişmekte. Bu durum siber saldırıları daha tehlikeli hale getirirken, Siber Yapay Zeka'nın, bu saldırılara hızlıca yanıt vermesinin yanında, önceden gelebilecek siber saldırıları da tahmin edeceği öngörülüyor.

TEKNOLOJİ YİĞİNİNİN FİZİKSEL HALE GELMESİ:

Akıllı cihazların patlamasıyla IT iş kapsamı ve hacmi giderek büyüyor. CIO'lar artık akıllı fabrika ekipmanları, otomatik pişirme robotları, kontrol drone'ları, sağlık monitörleri ve birçok iş açıdan kritik öneme sahip fiziksel varlıkları nasıl dâhil edeceklerini, bunları nasıl yöneteceklerini, bakımlarını nasıl yapacaklarını ve nasıl güvence altına alacaklarını düşünmek durumundalar.

GELECEKTEN NOTLAR:

Cesur ve sofistike bir geleceğin hepimizi beklediği bilinmekte. Ancak bugünkü bakış açısına göre bu geleceğin neye benzediği veya bu gelecekte nasıl başarılı olabileceğimiz konusu henüz tam bilinmiyor. 10 yıl veya daha fazla sürede dijital ortama muhtemelen hâkim olacak üç teknolojiye bahsediliyor; kuantum, üstel zekâ ve ortam deneyimi. Kuantum, önümüzdeki on yıl içinde bilgi işlem, algılama ve iletişimi dönüştürmeye hazır olan kuantum teknolojilerini; üstel zeka, insan duygularını ve niyetini anlamayı vaat eden yeni nesil yapay zeka teknolojilerini; ortam bilişimi, teknolojiyi iş ve ev ortamlarımızda aynı anda yaygınlaştıracak teknolojiyi ifade ediyor. Bunlar hakkında önümüzdeki 5 yıl içinde daha fazla bilgi sahibi olacağız.

BLOCKCHAIN (BLOKZİNCİR):

Blockchain ve dağıtık defter teknolojileri, kurumsal sınırların da ötesinde iş yapmanın doğasını temelden değiştiriyor ve şirketlerin kimlik, veri, marka, kaynak, profesyonel sertifikalar, telif hakları ve diğer maddi ve dijital varlıkları nasıl oluşturup yöneteceklerini tasarlamalarına yardımcı oluyor.

Kaynak:

Deloitte Teknoloji Trendleri Raporu

atıldı. Şirket, hem kendi e-ticaret yapılanmasını güçlendirmek, hem de büyük e-ticaret platformlarıyla yeni iş birlikleri oluşturmak için altyapı yenileme ve online entegrasyon kabiliyetlerini geliştiren yatırımlar hayata geçirdi. Bu yıl da tüm iş ortaklarının lojistik ihtiyaçları için grup şirketi Teklos AŞ üzerinden verilen hizmetleri geliştirilmesine devam edilecek. Kaan Bilecik, "Yapay zekâ, blockchain, nesnelere interneti, bulut bilişim, robotik teknolojiler, 5G, artırılmış ve sanal gerçeklik gibi mega trendler artık önüne

geçemeyeceğimiz bir boyutta ve buna ayak uyduramayan şirketlerin bir süre sonra oyun dışı kalacağı aşikâr. Bu yıl tüm bu alanlardaki gelişmeleri takip ederek gereken yatırımları yapacağız" diyor.

AKADEMİ KURUYOR

Norm Holding, 2000'li yılların başından itibaren dijital dönüşüm sürecini temellendirmek için ilk adımlarını attı. 2017'de ise orta ve uzun vadeli planlar doğrultusunda SAP geçişi aracılığıyla dijitalleşme



KAAN BİLECİK
INDEX AŞ YÖNETİM KURULU ÜYESİ

altyapı çalışmaları başlatıldı. Bu karar, Norm Holding'in veri odaklı kuruma dönüşmesi hedefinde önemli dönüm noktalarından biri oldu. Toplamda altı alt projeden ve proje yöneticisinden oluşan bu program, bir yazılım uygulamasından ziyade kültürel bir değişim programı oldu. Ticari ve operasyonel süreçleri ile birlikte, Norm Holding'in tüm bağlı şirketlerinin eş zamanlı olarak SAP entegrasyonunu da tamamlandı. Norm Holding CEO'su Nedim Uysal, "2019 ortasında ilk dijital çalışma arkadaşımız Normie, Norm Holding ailesine katıldı. Tekrarlı katma değeri düşük ya da hata riski bulunan süreçlerimizi güvenilir dijital çalışma arkadaşımız Normie'ye devrettik, Türkiye'de RPA'i kullanan ilk 10 kurumdan biri olduk" diyor.

Tüm seviyelerde hizalanmak ve dijitalleşme stratejisini içselleştirmek için hem yönetsel hem operasyonel düzeyde Dijital Dönüşüm Komiteleri kuran Norm Holding, gelişmek ve dijital yatırımlar yapmak istenilen odak noktalarını belirliyor ve bu alanlarda projeler geliştiriyor. Önümüzdeki dönemde ise süreç şeffaflığı, büyük veri, bulut teknolojileri, siber güvenlik, kurumsal hafıza ve verilerin kurum içi herkes tarafından ulaşılabilir hale gelmesi gibi konularda dijital dönüşüm çalışmaları devam edecek. IOT ve sahadan veri toplama projeleri 2022 yılında şirketin odaklanacağı konuların başında bulunuyor. Uysal, "Bununla birlikte tüm seviyelerde dijital çalışma arkadaşımız Normie'nin kodlamasının iş birimleri düzeyinde yapılabilmesi için Dijital Dönüşüm Akademisi bünyesinde eğitimlerimizi başlatacağız" diye konuşuyor.

Ayrıca verilerin kurum içi herkes tarafından ulaşılabilir hale gelmesi adına Dijital Akademi'nin ikinci önemli misyonu olan raporlama ve analitik araçların tüm seviyelerdeki mühendisler tarafından kullanılabilir ve tasarlanabilir hale getirilmesi üzerine

çalışmalar gerçekleştirilecek. Bir diğer önemli odak noktası da üretim alanlarında kullanılan dijital fabrika projesini yaygınlaştırmak olacak. Buna ek olarak, sahadan veri toplama ve veri analitiği yatırımının da tüm şirketler de yaygınlaştırılması hedefleniyor. Uysal, bu yıl başlıca projeleri şirket genelinde dijital okuryazarlığı arttırmak, veriden değer yaratmak ve çalışma arkadaşlarının dijital alanda geliştireceği proje fikirlerini teşvik etmek olarak özetliyor.

YAPAY ZEKA KULLANIYOR

2000 yılından bu yana dijital dönüşüm projeleri hayata geçiren Sun Tekstil, son dönemde de yapay zeka destekli kalite kontrol görüntü işleme metodolojileri ve yapay zeka destekli grafik tasarım uygulamaları üzerinde çalışıyor. Yıllardır şirket içinde 'süreç iyileştirme ekibi' tarafından belirlenen ihtiyaçlar doğrultusunda, yazılım ekipleri şirkete özgün yazılımlar geliştiriyor. Sun Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Elvan Ünlütürk, "Bir üretim şirketi olmalarından dolayı insan odaklı çalışmalar da dijitalleşmeyi sadece otomasyon için değil, iş süreçlerinin iyileştirilmesi ve performansın artırılması yönünde de süreçlerimize dahil ediyoruz" diyor. Dijitalleşme projelerine son beş yılda, 10 milyon doların üzerinde yatırım yapıldı. Tasarım süreçlerinde E-Shot 360, DigiEye, ve Browzwear gibi görüntüleme ve üç boyutlu tasarım programlarından faydalanılıyor. Aynı zamanda şirkette geliştirilen; özgün yazılım projeleri, SAP entegrasyonu, robotik süreç otomasyonu, yapay zekalı kumaş kalite kontrol görüntü işleme sistemi, akıllı saatlerle anlık üretim takibi ve daha birçok dijital teknoloji sayesinde tekstil sektöründe öncü bir rol üstleniyor.

2022 yılında şirketin önemli gündem maddeleri arasında; veri güvenliği, iş sürekliliği ve uzaktan erişim yeteneklerinin ve güvenliğinin artırılması yer alıyor.



NEDİM UYSAL
NORM HOLDİNG CEO'SU



ELVAN ÜNLÜTÜRK
SUN TEKSTİL YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Sun Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Elvan Ünlütürk, dijitalleşmenin tüm üretim süreçlerinde yönetim aşamasında izlenebilirlik ve şeffaflık getirdiği için, bir aile şirketi olarak kurumsallaşma süreçlerine büyük katkı sağladığını söylüyor. Özellikle SAP'nin avantajlarından biri olan anlık güncel finansal raporlama, kurumsal yönetim yaklaşımı şirketin elini ciddi ölçüde kuvvetlendirdi. Ünlütürk, yıllardır üzerinde çalışıp kurdukları dijitalleşme süreçleri olmadan, değişken ekonomik koşullara uyum sağlama-nın çok zor olacağını vurguluyor.

MAYASINDA AR-GE VAR

Arnica'nın dijitalleşmeye yönelik çalışmaları markanın mayasını oluşturan Senur A.Ş.'nin 1990'lı yıllarda attığı adımlarla şekillendi. Hasan Akın tarafından kurulan Senur A.Ş., küçük elektrikli ev aletleri sektöründe 'ilklerin öncüsü' olarak biliniyor. Arnica Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer, "Bu başarıyı bize getiren AR-GE'ye verdiğimiz önem oldu. Dijitalleşme sürecimiz de AR-GE yaklaşımımızla kol kola ilerledi. 1990'ların başında kendi yazdığımız yazılımla, üretim sürecinde kullandığımız makinelerin verimliliğini ölçüyorduk. Ben de bu verimlilik ölçme işinde görev yapıyordum. Ardından, Türk mühendislerle bize daha uygun yeni bir yazılım geliştirdik. 1996'da depo yönetimini, makine verimliliğini, ürün ve üretim takibini yazılımla denetlemeye başladık" diyor.

Şirket, insan ile iş birliği halinde çalışan robotların üretim sürecine dahil olmasıyla dijitalleşmeden dijital dönüşüm evresine geçmiş oldu. Öyle ki kolaboratif robot olarak tanımlanan bu robotlar, hiçbir güvenlik bariyerine ihtiyaç duymadan insanla yan yana çalışabiliyor. En ufak bir temasta çalışmayı durduruyor. Bu robotlardan toplam beş adet alan şirket, ayrıca üç boyutlu (3D) kameralar da alıyor.

Senur Akın Biçer, yapılan yatırımlarla otomatik depo ile prototip insansız üretim çalışması yapacaklarını söylüyor. 2022 yılında ise şirketin gündeminde demo üretim çalışması var. Enjeksiyon makinesi, enjeksiyon için robot, akıllı konveyör sistemleri, kolaboratif robot, 3D kamera, inspection kamera, AGV (automated guided vehicle-otonom mobil robot) ve otomatik depo ile prototip olarak insansız üretim çalışması yapılacak.

Dijital dönüşümle ilgili projeler arasında; makinelere gelen bilgiler, üretim parametreleri, tedarik ve satış işlemleri, internet istatistikleri, sosyal medya mecraları gibi birçok alandan gelen verileri değerlendirmek için büyük veri projelerinin kullanımı da yer alıyor. Senur Akın Biçer, "Ayrıca üretim süreçlerinin izlenmesi ve kontrolü, lojistik ve enerji kullanımı alanlarında da nesnelerin interneti uygulamalarından yararlanıyoruz. Ayrıca siber güvenlik teknolojilerine de önem veriyoruz" diye konuşuyor.

İKİ AR-GE MERKEZİ VAR

Arzum, dijital dönüşüm yatırımları ile gerek yurtiçi gerek yurt dışında taleplere anında ve interaktif şekilde cevap vererek müşteri deneyimini en üst seviyeye ulaştırmayı hedefliyor. Bu süreçle birlikte müşterilere hizmet alanında farklı bir kanal yaratarak fayda sağlayan şirket, e-global adı verilen proje ile hedef ülkelerdeki online pazar yerlerinde kendi hesaplarını yönetiyor. Sipariş ve içerik yönetimi birçok farklı hesap için manuel yapılamayacak kadar zor. Bu sebeple şirket, bilişim teknolojilerini pazar yerlerinin entegrasyonu için kullanıyor ve otomatik takip sağlıyor. Ayrıca ihracat distribütörler için geliştirilen portalın da çok yakında devreye alınması planlanıyor.

Coşkunöz Holding, otomotiv ve savunma/havacılık tarafında 80, bilişim tarafında ise 30 olmak üzere



SENUR AKIN BIÇER
ARNICA YÖNETİM KURULU BAŞKANI



CELMAK

— Tarım Makinaları —

İYİ MAHSULUN MARKASI





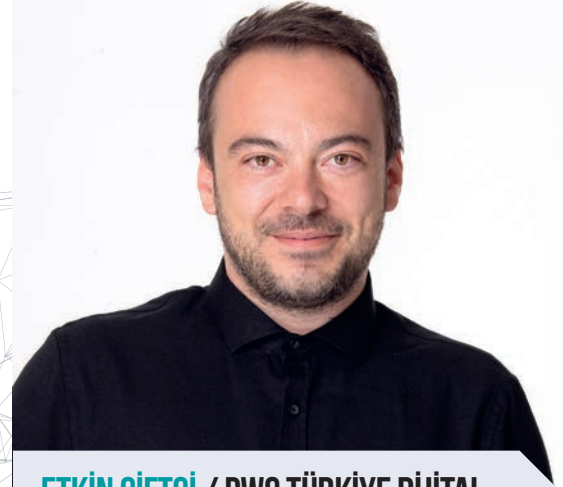
toplam 110 araştırmacı ve teknisyenin görev aldığı iki AR-GE merkezine her yıl yaklaşık 4 milyon Euro civarında bütçe ayırıyor. Bu yıl da yatırımlar kesintisiz devam edecek. Holdingin hedefi, müşterilerin karşısına katma değeri çok daha yüksek, modüler ve bütüncül ürünlerle çıkabilmek. Üretim süreçlerini, iş modellerini dönüştürürken, dijitalleşmeyi, makine/ekipman veya teknoloji yatırımlarının çok ötesine geçen bir hamle olarak değerlendiren şirket, tüm işleyişini vizyonu ile uyumlu hale getirecek yeni süreç tasarımları yapıyor ve her bir fonksiyonun kendi içindeki ve birbirleriyle olan etkileşimlerini bu süreç tasarımları etrafında dizayn ediyor.



SUMER TÖMEK BAYINDIR
TETA TEKNİK TARIM GENEL MÜDÜRÜ

HAYVANCILIK 4.0

TETA Teknik Tarım, teknoloji ve dijitalleşmeyi hayvancılığa uyguluyor. Üst düzey teknolojik ürünleri müşterilerine en uygun fiyatla ve en iyi şartlarda ulaştırma amacıyla, şirketin AR-GE departmanı aktif olarak çalışıyor. Böylece sağlanan üstünlükler sürekli bir üst seviyeye ulaşıyor. Ürünler, uzun ömürlü ve sağlam olmalarının yanında işletmeye kar artışında da önemli farklar yaratıyor. Enerji tüketiminde tasarruf sağlayan, en az güç ile en fazla performans sağlayacak hayvan ve çiftçi dostu ürünler geliştiren şirket, ayrıca gıda güvenliğinin taşıdığı önem sebebiyle 'gıdaya uygun sağım' gerçekleştiriyor. TETA Teknik Tarım Genel Müdürü Sumer Tömek Bayındır, "2022 yılında, tüm ilkelerimizi içeren 'Yeşil Çiftlik ® İyi Süt' kavramı ile ülkemizde ve dünya pazarlarında üreticiden tüketiciye sağlıklı ve kazançlı süt üretimine olanak sağlayan ürünlerimizi ön plana çıkarıyoruz. Hayvan sağlığını, en ileri teknolojilerle sürü yönetimini, süt kalitesini ve 'gıdaya-uygun sağım'ı çok önemsiyoruz, patentli ürünlerimizle fark yaratan ve doğrudan kazanç artırıcı sonuçlar üretiyoruz" diyor.



ETKİN ÇİFTÇİ / PWC TÜRKİYE DİJİTAL VE DENEYİM DANIŞMANLIĞI DİREKTÖRÜ

"YENİ NESİL LİDERLER ÖNCÜ KUVVET"

"Dijital dönüşüm, başarılı olduğunda yeni müşteri kazanımı ve tutundurma, ürünlerin ve hizmetlerin pazara çıkış hızı, üretimde, tedarik zincirinde ve yönetimde verimlilik, dikeyde ve yatayda ölçekleme kabiliyeti ile çalışan deneyimi gibi anahtar göstergelerin iyileşmesi ile rekabet avantajı sağlıyor. Büyük şirketlerin bu manevrayı alabilmeleri her zaman çok kolay olmuyor. Bu durumun farkında olan Türkiye'deki büyük şirketlerin topyekûn bir dijital dönüşüm yolculuğuna çıkmadan önce ya da kimi zaman buna paralel olarak yeni dijital iş modellerini de keşfediyor. Yeni dijital iş modelleri sıklıkla kurumların kendi faaliyet alanları dışına çıkmalarını da gerektirdiğinden, bunu kimi zaman 'new ventures' gibi ekipler, kimi zamansa kurum dışında tuttukları daha çevik yapılar ile deniyorlar. Aile şirketlerinin yeni nesil üyelerini de bu yapılanmalarda önemli bir rol oynuyor. Çünkü geleneksel alanlarında başarı ile faaliyet gösteren kurumları özel bir aciliyet hissi olmadığı sürece yeni alanlara pivot etmek zor olduğu kadar riskli de. Yeni nesil liderlerse bu alanları adeta birer öncü kuvvet gibi açıyorlar. Geçtiğimiz 2-3 yılın en önemli dijital konusu blok zincir ve kripto teknolojileri oldu. Önümüzdeki dönemde de bu alanların yeniliklere gebe olduğunu söylemek yanlış olmaz. Yine buradan yola çıkarak 2021'de oldukça ses getiren 'metaverse' gibi deneyim ekonomilerinin oyun endüstrisini de olumlu anlamda etkileyeceğini öngörmek mümkün."

ARZUM YURTDIŞINDA STRATEJİ DEĞİŞTİRDİ

Küçük ev aletleri pazarının önemli oyuncularından Arzum, global bir marka olma hedefi doğrultusunda büyüyor. **Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı**, “Bu hedef doğrultusunda bir strateji değişikliği gerçekleştirdik. Amacımız daha yerinde ve daha konsantre biçimde büyüme sağlamak” diyor.



Kazım Kolbaşı, Kemal Kolbaşı ve İbrahim Kolbaşı tarafından 1950’li yılların başlarında temelleri atılan Arzum, 1966’da yerli bir marka olarak doğdu. 55 yıllık geçmişe sahip marka küçük ev aletleri (KEA) sektöründe yeni ürün geliştirmede birçok ilke imza attı. 2020’de halka açılan şirket, global bir marka olma hedefi doğrultusunda büyüyor. Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı, “Globalleşme, bizim en temel hedeflerimizden biri. Bu hedef doğrultusunda, yakın zamanda Arzum’un yurt dışı pazarlardaki konumunu daha da güçlendirecek bir strateji değişikliği gerçekleştirdik. Bu strateji ile amacımız daha yerinde ve daha konsantre biçimde büyüme sağlamak” diyor. Murat Kolbaşı, Arzum’un büyüme yolculuğunu anlattı.

2022 büyüme hedefiniz nedir?

Arzum olarak hedeflerimizin merkezine; istikrarlı, sürdürülebilir büyümeyi aldık. 2022’de de global satışta büyümeyi sürdürmeyi, AR-GE, teknoloji ve inovasyon odağımızı korumayı, Türk kahvesini dünyaya yayma misyonumuz için çalışmayı hedefliyoruz. Ayrıca, e-ticaret ile dijitalleşme yatırımlarımıza devam etmeyi ve tüketicimizle aramızdaki bağı daha da güçlendirmeyi istiyoruz. Global bir marka olma yolunda emin adımlarla yürümeye devam edeceğiz.

Globalleşme vizyonunuzdan bahsedebilir misiniz?

Yurtdışı satışlarımızla ilgili olarak altı yıl önce ciddi bir yeniden yapılanmaya gittik. 2016 yılından beri benimsediğimiz bu yeni global strateji ile hedef pazarlarda önemli bir ivme yakaladık. Geçtiğimiz yıl Arzum’un en önemli büyümelerinden biri globalde oldu. Kendi markamızla global satış gerçekleştiriyoruz. Bunun yüzde 20’sini Avrupa Birliği ülkelerine yapıyoruz. Globalleşme, bizim en temel hedeflerimizden biri. Bu hedef

doğrultusunda, yakın zamanda Arzum’un yurtdışı pazarlardaki konumunu daha da güçlendirecek bir strateji değişikliği gerçekleştirdik. Bu strateji ile amacımız daha yerinde ve daha konsantre biçimde büyüme sağlamak. Almanya’da yüzde 100’üne sahip olduğumuz bağlı ortaklığımız Arzum Europe’u daha efektif kullanarak, müşterilerimize yerinde hizmet vereceğiz. Bu şekilde markamızı daha da güçlendireceğiz.

AR-GE’ye yönelik çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

Şirketimizin bir fabrikası ya da mağazası yok. Ama çok kuvvetli bir markamız ve AR-GE’miz var. Birçok patentli teknoloji geliştiriyoruz. Odağımızı AR-GE ve inovasyon yatırımlarımıza çevirmemizin meyvesini hasılatımız içerisinde kendimize ait ürünlerin oranını artırarak ortaya koyuyoruz. 2021 yılında kendi AR-GE faaliyetlerimiz çerçevesinde geliştirdiğimiz ürünlerin toplam ürünlere oranı yüzde 43’e çıktığını söylemekten gurur duyuyorum.

“PAZARDA CİRO BAZINDA İSE BEŞİNCİ SIRADAYIZ”

“Dünya genelinde yükseliş trendine 2020’de olduğu gibi 2021’de de devam eden KEA sektörü, Türkiye pazarına da ivme kazandı. 2021’de Türkiye’de KEA sektörü yüzde 53,7 büyüme ile 14 milyar TL’ye ulaştı. Arzum olarak biz de tüm dünyada yaşanan bu ekonomik daralmaya rağmen markamızın sürekliliği için kurguladığımız uzun vadeli stratejimiz sayesinde 2021’i hedeflerimiz doğrultusunda noktaladık. Pazarda ciro bazında ise beşinci sıradayız.”



AİLE ŞİRKETLERİNİN PUSULASI 'KUZEY YILDIZI' OLACAK

TAİDER Aile İşletmeleri Derneği tarafından gerçekleştirilen Kuzey Yıldızı Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Programı'na başvurular her yıl Ocak ayında başlıyor. Geçtiğimiz yıl kapsamı biraz daha genişletilen Kuzey Yıldızı programı, aile şirketlerinde sürdürülebilirlik bilincinin ailede ve şirkette yaygınlaşması amacıyla sürekli öğrenilen bir platforma dönüştürüldü.

TAİDER Aile İşletmeleri Derneği tarafından hayata geçirilen TAİDER Kuzey Yıldızı Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Programı'na başvurular her yıl Ocak ayında başlıyor. Süreç içinde kurumların hazırlıkları ve değerlendiricilerin masa başı çalışmaları ile saha ziyaretlerinin gerçekleşmesi yer almakta. Ayrıca yıl boyunca odağında sürdürülebilirlik olan pek çok etkinlik ve toplantı düzenleniyor. Başvuran kurumlar bu eğitimlerden ücretsiz faydalanabiliyor. Ayrıca başvuran kurumlar program sonunda hazırlanan "geri bildirim raporu" ile güçlü ve zayıf yönlerini tespit etme ve üzerinde daha odaklı çalışma imkanı buluyorlar. Kısaca Kuzey Yıldızı Programı ile şirketlerin Kuzey Yıldızı programıyla; şirketlerinin sürdürülebilir iş modelleri geliştirmelerine katkı sağlanması, tüm yıl dahilinde gerçekleştirilen etkinliklerle iyi örneklerin paylaşılması ve program dahilindeki aile şirketlerinin sürdürülebilirlik yolculuğundaki gelişimi için itici güç oluşturulması amaçlanıyor.

KATILIM KOŞULLARI

TAİDER Kuzey Yıldızı Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Programı'na; sanayi, ticaret, hizmet faaliyeti olan, halka açık olmayan ve hisselerinin en az yüzde 50'sinin aile kontrolünde bulunan aile şirketleri katılabilir. Bu kapsamda olan aile şirketlerinin başvurabileceği program için TAİDER'e üye olma zorunluluğu bulunmuyor.

2017 yılından beri yürütülen programın geçtiğimiz yıl kapsamı yenilendi. Üç ana konuda değişikliklerin yapıldığı programda; özellikle sürdürülebilirlik, çevre, topluma geri kazanma konularında, B-Corp kriterleri değerlendirme kapsamının içine alındı. Strateji, inovasyon, iş modelleri alanlarında şirketlere yol gösterecek içerikler geliştirildi. Ödül yapısının da değiştirildiği programda, artık alt kategorilerde kendini ispatlamış firmalar belirleniyor ve Kuzey Yıldızı Büyük Ödülü'nün yanı sıra farklı kategorilerde de ödüller veriliyor. Ayrıca, sürdürülebilirlik farkındalığını artırmak için bütün yıla yayılan, içinde seminerler, araştırmalar, eğitimler ve söyleşilerin bulunduğu inisiyatifler hayata geçiriliyor.

KURUMSAL YÖNETİM

2021 yılında Kuzey Yıldızı Ödülü'nü Uludağ İçecek kazandı. Kurumsal Yönetim Kategorisi ödülünün sahibi Sertrans Logistics olurken, Toplum Kategorisi ödülünün sahibi Cryocan, Çalışanlar Kategorisi



NİLGÜN KELEŞ
SERTRANS LOGİSTİCS YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ödülünün sahibi Hidropar Hareket Kontrol Teknolojileri Merkezi ve Aile ve Gelecek Nesiller Kategorisi ödülünün sahibi ise Kaplanlar Soğutma oldu. Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş, “Her zaman sürdürülebilir bir şirket yapısı kurmayı amaçladık. Kurumsal yönetim prensiplerini şirket içinde oluşturmak ve planlamaya dayalı bir iş disiplinine sahip olmak adına son derece önemli çalışmalar yaptık. Kurumsallaşmanın, sürdürülebilir olmanın çok önemli olduğu sektörümüzde, bu anlamda bir rol model olma yolunda ilerleyen şirketimiz ve sektörümüz için ayrıca çok anlamlı bir ödül” dedi.

ÇALIŞMA ŞARTLARINI İYİLEŞTİRDİ

Hidropar Hareket Kontrol Teknolojileri Merkezi Yönetim Kurulu Başkanı Tunç Atıl, “Haftalık çalışma saatlerini 39 saate indirdik. Ayakta ve yatarak tedaviyi karşılayan sağlık sigortası uygulaması, tüm çalışanlarımızın her türlü psikolojik, hukuki ve sosyal desteklerden yüz yüze ve online yararlanma olanağı, kendi aracını kullanana yakıt desteği, doğum günlerinde tüm çalışanlara birer gün, 8 Mart’ta kadın çalışanlarımıza yarımşar gün idari izin, evlenen ve çocuk sahibi olan çalışanlarımız yanında, eğitim gören çocukları olanlara kırtasiye desteği, karne hediyesi olarak kitap armağanı gibi desteklerle ‘Çalışanlar’ dalında ödüle layık görüldük” diye konuştu.

İKİNCİ KUŞAĞA BAŞARILI GEÇİŞ

Kaplanlar Soğutma Genel Müdürü Nazlı Kaplan da “Kaplanlar olarak ikinci nesile başarı bir şekilde



NAZLI KAPLAN
KAPLANLAR SOĞUTMA GENEL MÜDÜRÜ

geçiş yapmış olmamız, şirket yönetim kadrosunda profesyoneller ile çalışılıyor olması, yönetim kurulumunda icradan bağımsız bir üye bulunması, Kaplanlar bünyesinde iç denetim ve dış denetim faaliyetlerinin yürütülmesi, geleceğe yönelik stratejik hedeflerin belirlenmiş olması ve dijitalleşme ile ilgili olarak yürüttüğümüz çalışmalar dikkate alınarak Aile ve Gelecek Kuşaklar kategorisindeki ödülü kazandık” dedi.



TUNÇ ATIL
HİDROPAR HAREKET KONTROL TEKNOLOJİLERİ
MERKEZİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI



“AR-GE’YE | aromsa 40. yıl VE ÜRETİME YATIRIM YAPMAYA DEVAM EDİYORUZ”



Bu yıl 40’inci yılını kutlayan Aromsa, İstanbul’da kurulan yüzde 100 Türk sermayeli bir aile şirketi. 1990 yılı itibarıyla, faaliyetlerini Gebze Organize Sanayi Bölgesi’nde sürdüren şirket, Türkiye’de yedi fabrika, AR-GE merkezi ve Almanya’nın Emmerich kentinde iki fabrika ile 70’ten fazla ülkeye ihracat yapıyor. Aromsa, başta gıda aromaları olmak üzere ekstraktlar, sos ve şuruplar, karamelize şeker, karamel renklendirici, emülsiyonlar, meyve tozları, baharat karışımları, enzim modifiye süt ürünleri ve doğal koruyucular gibi çeşitli ürünleriyle Türkiye’de sektör lideri konumunda. Gıda sektörünün ‘yaratıcı lezzet ortağı’ olma amacıyla yola çıktıklarını söyleyen Aromsa Yönetim Kurulu Üyesi ve İkinci Kuşak Temsilcisi Melis Yasa Aytaman, “Bu yolculukta, 2022 yılının şubat ayında 40 yılı tamamlamanın mutluluğu ve gururunu yaşıyoruz” dedi ve şirketin hedeflerini anlattı.

2022 büyüme hedefiniz nedir?

Pandemi etkileri ve zorlu ekonomik koşullara rağmen, Aromsa olarak 2022 yılına çift haneli büyüme hedefi koymuştuk. Bu hedef doğrultusunda bütünsel hizmet, kesintisiz üretim ve kaliteden ödün vermeden çalışmaya devam ediyor, iş ortaklarımızın ihtiyaçlarını anlayarak her türlü teknik desteğimiz ile yanlarında oluyoruz. 2022 yılı çok belirsiz bir yıl olmasına karşın

“PROTEİN LABORATUVARI KURDUK”

“İleri teknolojiyi doğal hammaddeler ile birleştirerek fırıncılık, şekerleme, çikolata, süt ve süt ürünleri, tuzlu ürünler, içecekler başta olmak üzere çeşitli kategorilere ürünler sunuyoruz. Pandemi ile beraber oluşan sağlık kaygısı, bağışıklık sistemini güçlendirmeye yönelik ürünlere olan talebi artırmıştır. Bu talepler doğrultusunda daha da önem kazanan doğal ekstraktlar için AR-GE ve üretim yatırımı yapıyoruz. Bitki bazlı ürünlere olan talep doğrultusunda yeni bir protein laboratuvarı kurduk. Burada bitki bazlı et ve süt ürünlerinin AR-GE ve üretimine öncelik vererek iş ortaklarımıza sunuyoruz.”

Temelleri 1982 yılında atılan Aromsa, AR-GE ve üretime yatırım yaparak büyüyor. **Aromsa Yönetim Kurulu Üyesi ve İkinci Kuşak Temsilcisi Melis Yasa Aytaman**, “Yurt içi ve yurt dışında devam edecek yatırımlarla, amacımız ülkemize hizmet vermek olup, yurt dışında taşıdığımız bayrağı daha da ileri götürerek Aromsa’yı bir dünya markası yapmak olacak” diyor.

Aromsa’da ilk beş ay oldukça yoğun geçti. Döviz hareketliliği, hammadde ve enerji krizi sebebiyle artan talepleri karşılamak için ekstra gayret gösterdik ve göstermeye devam ediyoruz.

2022’de yurtdışında ne kadarlık büyüme hedefliyorsunuz?

Aromsa olarak 70 ülkeye ihracat yapıyoruz, toplam satışlarımızın yüzde 40’ı ile dış piyasaya hizmet veriyoruz. Almanya fabrikamıza yatırım yapmaya devam ediyoruz ve Avrupa ülkelerini hedef pazar olarak büyütmeyi öngörüyoruz. Hali hazırda ihracat yaptığımız Orta Doğu, Rusya, Balkan ülkeleri ve Kuzey Afrika bölgelerinde gücümüzü artırmayı hedefliyoruz.

2022 yılında gündeminizde hangi başlıklar olacak?

Yaşadığımız enerji krizi, hammadde teminindeki zorluklar ve artan maliyetler gündemimizin ana başlıklarıdır. Yurt içi ve yurt dışında devam edecek yatırımlarla amacımız, hizmet verdiğimiz tüm coğrafyalarda aroma denince akla ilk gelen isim olmaktır. 2022 yılının mayıs ayında 2’nci Sürdürülebilirlik Raporu’muzu yayınlamanın gururunu yaşıyoruz. Rapor da belirtildiği gibi doğadan ilham alan, doğayı bilimle birleştiren, yaratıcı ve katma değerli çözümler sunan, çevreye saygılı, ekosistem ile uyumlu bir şekilde ulusal ekonomiye katkı sunmaya devam edeceğiz.

Dünün, bugünün ve yarının risklerini yönetiyoruz!

1983 yılından bu yana müşterilerimize elementer, sağlık ve reasürans-özel riskler olmak üzere sigortanın her alanında çözümler sunuyoruz.

39 yıldır büyüyen tecrübemiz, uzman kadromuz, 2000'i aşkın lokal ve global kurumsal müşterilerimizle Türkiye'nin her bölgesinde hizmet vermeye devam ediyoruz.

✉ info@canbrokerlik.com

☎ 0216 410 10 00

📷 [/canbrokerlik](https://www.instagram.com/canbrokerlik)

📍 Akasya Acıbadem Kent Kule A3 Blok Kat 4


Can Sigorta ve Reasürans Brokerliği A.Ş.
www.canbrokerlik.com

“YENİ NESİL FARKLI”

Aile şirketlerinde kuşaklar arası güçlü iletişim için nesiller arası farkı kabul ederek işe başlamak gerektiğini söyleyen **Fiba Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Murat Özyeğin**, “Yeni nesil bizden farklı olarak, aile işini otomatik olarak sahiplenme mecburiyeti hissetmiyor, farklı alternatifleri de odaklarında tutuyor” diyor.

Finans, perakende, enerji, inşaat ve turizm sektörlerinde faaliyet gösteren Fiba Grubu, yatırımlarının yanı sıra kurumsal yönetim anlayışıyla dikkat çeken şirketlerden biri. Fiba Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Murat Özyeğin, yeni nesil kurumsallaşmanın temel ilkelerini liyakat ve eşitlik olarak görüyor. Bu ilkelerin sürdürülebilirliğini sağlamak için, ortak prensiplerin yazılı ve kesin kurallara haline getirilmesi gerektiğini söyleyen Özyeğin’le aile şirketlerinde kurumsallaşmayı ve değişen yönetim anlayışını konuştuk.

Aile şirketlerinde nesiller arası daha kaliteli bir iletişim nasıl sağlanabilir?

Nesiller arası farkı kabul ederek başlamak gerektiğini düşünüyorum. Bizler bugün üstlendiğimiz görevlere, çok genç yaşlardan itibaren bu noktaya varacağımızın motivasyonu ve planlamasıyla geldik. Yeni nesil ise bizden farklı olarak, aile işini otomatik olarak sahiplenme mecburiyeti hissetmiyor, farklı alternatifleri de odaklarında tutuyorlar.

Ufukta kendine has özellikleriyle yeni bir nesil belirmişken, yönetimin kurumsallaşmasıyla ilgili süreçleri henüz gündemine almamış aile şirketlerindeki aile üyelerinin, bu konuyu gündeme getirmekten imtina etmemeleri gerektiğini düşünüyorum. Kurumsallaşma bir tabu olmamalı ve mutlaka kurucunun sağlığında tartışılmalı. Herkesin kendisini sorgulaması, bireylerin doğru örnekleri ortaya koyması ve bu alandaki doğru vaka çalışmalarını diğer aile üyeleriyle pay-



TAİDER üyeliğinin size, ailenize ve şirketinize katkıları neler oldu?

TAİDER’in aile şirketlerinin kurumsallaşma deneyimlerini, dünyada ve Türkiye’de uygulanan farklı modelleri masaya yatırarak tartışma ve bu konunun bizlere sunduğu risk ve fırsatları hep birlikte anlama konusunda çok önemli bir işlevi olduğuna inanıyorum. Derneğin “Ailede Birlik, İşletmede Sürdürülebilirlik” söylemiyle yürüttüğü çalışmaları yakından takip ediyorum.

laşması aile içindeki ilişkiyi ve iletişimi güçlendirecektir veya güçlendirir. Aile şirketinin geleceğiyle ilgili sorulara, kurucunun sağlığında, onun katkıları ile yanıt aramak ve süreci tüm aile üyelerinin görüşlerini alarak yürütmek bence nesiller arası iletişime büyük katkı sağlayacaktır veya sağlar.

Aile şirketin sürdürülebilirliği konusunda hangi çalışma ve projeleri hayata geçirdiniz?

Bizim için grubumuzun sürdürülebilirliğini sağlayacak en önemli çalışma aile anayasamız. Bu çalışmayı kurucumuzun sağlığı, keyfi ve huzuru yerindeyken tamamlamayı başardığımız için memnunuz. Fiba Grubu olarak, yeni nesil kurumsallaşmanın temel ilkelerini liyakat ve eşitlik ilkeleri olarak görüyoruz ve bu ilkelerin sürdürülebilirliğini sağlamak için, ortak prensiplerin yazılı ve kesin kurallara haline getirilmesi gerektiğine inanıyoruz. Aile anayasamız hem ikinci jenerasyona hem de üçüncü jenerasyona yönelik belirli prensip ve kuralları içeriyor. İşe girme, işte yükselme kuralları, çalışma prensiplerini kapsıyor.

Bu konuda yeni projeleriniz var mı?

Anayasamızda en önemli nokta ikinci jenerasyondan ziyade üçüncü jenerasyona devir. Amacımız ailenin çalışma kültür ve dinamiklerinin nesilden nesile doğru şekilde aktarılması. Ayrıca sosyal yatırımlarımızın sürdürülebilirliği işlerimizin de sürdürülebilirliğinin ana kriterini oluşturuyor.

özenli taşımanın
en güvenli
adresi



Taşımacılık Hizmetleri • Dağıtım Hizmetleri • Komple ve Parsiyel Nakliye

☎ 0232 459 08 59 - 444 6 343

🌐 www.egeulasim.com.tr



FBN'DEN YENİ PORTAL

Uluslararası Aile İşletmeleri Ağı FBN, yeni üye portalını hizmete sundu. Yeni bir platform olan FBN Connect, dünyanın neresinden bağlanırsanız bağlanın geliştirilmiş kullanıcı deneyimi sayesinde şirketlerin daha güvenilir ve stabil bir etkileşim içinde olmasına imkan sağlıyor.

Merkezi İsviçre'de olan Uluslararası Aile İşletmeleri Ağı FBN, aile şirketi sahipleri ve gelecek nesil üyelerinin birbirlerinden öğrenmek üzere güvenilir ortamda bir araya gelmelerini sağlayan küresel bir platform olma hedefiyle 1989 yılında kuruldu. Türkiye'yi temsilen TAİDER'in paydaşı olduğu ve kar amacı gütmeyen bir organizasyon olan FBN topluluğu içinde 'nesiller boyu aileler için aileler tarafından' söylemini misyon edinmiş 65 ülkeden 32 üye sivil toplum örgütü yer alıyor. Bugün 6 bin 400'ü gelecek nesil olmak üzere 17 bin aile şirketi üyesinin yer aldığı topluluğu oluşturan 4 bin aile şirketi ile üyeler sürdürülebilirlik yolculuklarında birlikte öğrenmeye ve paylaşmaya devam ediyor. FBN, ile şirketlerinin rahat iletişim kurabilmeleri için sürekli yeni projeler geliştiriyor. Bu doğrultuda FBN, yeni üye portalını hizmete sundu. Yeni bir platform olan FBN Connect, dünyanın neresinden bağlanırsanız bağlanın geliştirilmiş kullanıcı deneyimi sayesinde şirketlerin daha güvenilir ve stabil bir etkileşim içinde olmasına imkan sağlıyor.

Geçtiğimiz iki yıl boyunca yapılan özverili çalışmalarla eski üye etkileşim platformu (Xchange) yerine üst kalitede yeni bir platform olan FBN Connect hayata geçirildi.

PLATFORMUN AVANTAJLARI

FBN Connect küresel iletişim ağının faydalarını dijital bir platformda sunuyor. İlham veren etkinliklere ve atölye çalışmalarına çevrim-içi katılma imkanı veriyor. Size ve ailenize yardımcı olacak kaynaklara ulaşabiliyorsunuz.

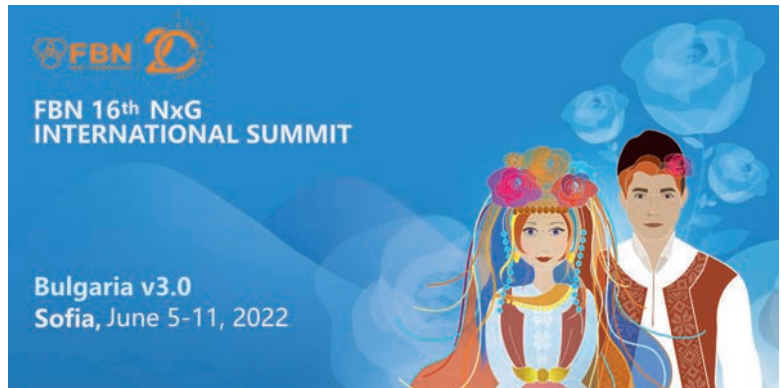


Dünyanın her yerinden FBN ailesinden aile şirketi üyeleriyle tanışma fırsatı bulabiliyorsunuz.

FBN Connect'in sunduğu imkanların başında network etkinlikleri geliyor. İlginizi çekecek etkinlikleri kolaylıkla bulabiliyorsunuz. Tüm üyelere açık olan ve gerek yerel üye ülke derneklerinin gerekse uluslararası FBN etkinliklerinin tümüne ait güncel bilgilendirmeleri kapsıyor. Gün, saat, konuşmacılar ve kayıt bilgileri kolaylıkla aranabiliyor ve ulaşabiliyor. Kaynak merkezi sayesinde iletişim ağındaki içerik kaynaklarından öğrenmek ve ilham almak mümkün hale geliyor. FBN Connect uygulaması ile kaynak merkezi FBN ve topluluklarından ilham veren ve ilgi çekici başlıklarda bilgiyi bulmanız için bir ortam oluyor. Özel yayınlar,

İLETİŞİM AĞINI GÜÇLENDİRİYOR

FBN Connect, TAİDER internet sitesi veya TAİDER'in diğer iletişim metodlarının yerini alacak bir uygulama değil. FBN Connect uluslararası iletişim ağınızı güçlendirmek amacıyla TAİDER üyeliğiniz kapsamında uluslararası FBN tarafından bir hizmet olarak sunuldu. Bu hizmetin ayrıcalıklarından ve avantajlarından faydalanmak için bu platformu kullanmak gerekiyor.





platform canlı iletişime geçtiğinde bu alan çalışmaya başladı. Profiliniz bölümünde ise paylaştığınız ve aldığınız bilgiyi kontrol edebilirsiniz. FBN Connect kişisel ve aile şirketi profilinizi güncellemeye izin veriyor. Böylelikle hangi iletişim bilginizi diğer üyelerle paylaşmak istediğinizi ve iletişim önceliklerinizi belirlemeniz mümkün.

FBN zirveleri, akademik araştırmalar ve pek çok kaynaktan anahtar bilgileri bu merkezde bulmak mümkün. Üye rehberi ise diğer üyelerle bağlantıya geçmek için hızlı arama imkanı sunuyor. Yeni, kapsamlı ve güncel rehberi kullanarak daha önce bir etkinlikte tanıştığınız farklı ülkelerden üye arkadaşınızı veya paylaşım yapmak istediğiniz bir aile şirketini arayabiliyorsunuz. Platforma bağlanarak TAİDER üyesi kişilere mesaj gönderebiliyorsunuz. Güvenlik ve gizlilik şartlarını koruması için bu alan sohbet şeklinde kurgulanmamış. Onun yerine FBN Connect, üyeye sizin adınıza kendisi ile iletişim kurmak istediğinizi anlatan bir e-posta gönderiyor. Kasım ayının ortalarında tüm



ÖDÜLE BAŞVURU İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI

FBN'nin önemli etkinliklerinden biri de FBN Gelecek Nesil Girişimcilik Ödülü. Gelecek Nesil Ödülleri, aile içi girişimciliği uluslararası standartlarda tanıtmayı ve ödüllendirmeyi amaç edinmiş bir program. TAİDER Girişimcilik Komitesi'nin de vurguladığı gibi bu program, her aile işletmesinin kalbinde girişimciliğin yer aldığı prensibinden yola çıkarak ilk kez 2009 yılında verildi. Kuruluşundan bu yana geçen on bir yılda FBN'nin gelecek nesil üyeleri arasından seçilen başarılı iş fikirleriyle girişimciliği tüm FBN ağına tanıtmayı, desteklemeyi ve kutlamayı hedef edindi. Ödül, girişimcilik platformundaki değişim ve dönüşümlerden de ilham alarak her sene değişiyor. Ama sadece başvurmak bile aday üyelerin; takım arkadaşlarından



ve diğer paydaşlardan açık, direkt ve dürüst geri bildirim edinmesini, proje sunumlarını hazırlarken yeni iç görüler kazanmasını, FBN Girişimcilik komitesine katılım şansı yakalamasını, FBN ağının çevrimci etkinliklerinde diğer gelecek nesil üyelerle etkileşim içinde olabilmeye

sini sağlıyor. FBN Gelecek Nesil topluluğunun bir üyesi olan, 18 ve 40 yaş arası, kurum içi veya kurum dışı girişimcilik fikrine imza atmış olan tüm TAİDER Gelecek Nesil Üyeleri başvuru yapabiliyor. Bu yıl ödüle katılmak için zaman daraldı. 31 Mayıs'ta başvurular sona eriyor. Birinci aşamada aday başvurular FBN NextGen komitesi tarafından değerlendirildikten sonra 8-10 aday bir sonraki aşamaya geçmeye hak kazanıyor. İkinci aşamada jüri tarafından bu adaylar arasından seçilen üç finalist, FBN Uluslararası Zirvesi'ne davet ediliyor. Uluslararası Zirve'de düzenlenen Gelecek Nesil Ödül Töreni'nde, finalistler fikirlerini tüm izleyenlere sunma fırsatı buluyor. Kazanan NextGen komite jürisi tarafından belirleniyor.

“ALİŞİLAGELMİŞİN DIŞINA ÇIKTIK”

Aile şirketlerinin güçlenmesi ve sürdürülebilirliğini sağlamak için oluşturulan TAİDER Akademi Mentorluk Programı, büyük ilgi görüyor. TAİDER Akademi Komitesi Mentorluk Programı Çalışma Grubu Lideri Gülçağ Gençer, “TAİDER olarak bir ilke imza attık ve aile işletmelerine özel mentorluk sistemini hayata geçirdik” diyor.

Geçtiğimiz yıl hayata geçirilen TAİDER Akademi Mentorluk Programı, aile şirketi sahipleri ve gelecek nesil üyeler tarafından büyük ilgi görüyor. Programın ana hedefi aile şirketlerinin güçlenmesi ve sürdürülebilirliğini sağlamak. Bu amaçla deneyimli TAİDER üyeleri kendi aile şirketlerindeki tecrübelerini genç nesil üyelerinden oluşan mentilerle paylaşıyor. Büyük ilgi gören mentorluk programını bu yıl yeniden düzenlemeye karar verdiklerini söyleyen TAİDER Akademi Komitesi Mentorluk Programı Çalışma Grubu Lideri Gülçağ Gençer, mentorluk programının kazanımlarını ve hedeflerini şöyle anlatıyor:

AİLE ŞİRKETLERİNE ÖZEL

“Mentorluk programımızın tasarımı kurumsallaşma danışmanlığı yapan ve kurumlara mentorluk sistemi kuran aynı zamanda hem TAİDER üyesi hem de aile şirketinin ikinci nesil üyesi ve Sentinus Danışmanlık



kurucusu Sezin Sivri yapıyor. Kendisi ihtiyaçlarımızı bilen içimizden biri olarak dünyada bir başka örneği olmayan aile şirketlerine özel bir program tasarladı. TAİDER olarak bir ilke imza attık ve aile işletmelerine özel bir mentorluk sistemini hayata geçirdik. Derneğimizin ‘Ailede birlik, işletmede sürdürülebilirlik’

hedefini gerçekleştirmesine katkı sağlamak üzere, aile işletmelerinin döngüsel hikayeleri içinde sıklıkla karşılaşılan pek çok sorunu çözenin anahtarı niteliğinde bir içerik oluşturduk.

Hem mentor hem mentilerimiz uygulamalı mentorluk eğitimi almanın yanı sıra yeni nesil liderlik anlayışı olan “pozitif” liderliğin de dahil edildiği ve kendi liderlik stillerini de keşfettikleri kapsamlı birer eğitim sürecinden geçti. Geçtiğimiz dönem ilk pilot uygulamasını yaptığımız mentorluk projemize 40’a yakın menti ve mentor katıldı. İlk pilot projeyi bir yılda tamamladık.”

YENİ MENTORLUK PROGRAMI BAŞLIYOR!

BİR YIL SÜRECEK TAİDER

Akademi mentorluk programının yeni dönemini bir yıla yaydık. Mentiler ve mentor görüşmelerinin yanı sıra ülkemizin değerli tanınmış iş insanları ile genç mentilerimizi bir araya getirecek söyleşiler planladık. Belli aralıklarla bir iş insanı ile gerçekleştirecek buluşmalarda

Erol Bilecik, Murat Özyeğin ve Ümit Boyner programımıza katılım için teyit aldığımız değerli üyelerimiz arasında yer alıyor.

KİMLER KATILABİLİR? Süreç tasarımı geçen dönemki geri bildirimler sonrasında daha da kapsamlı hale getirdik. Mentorluk başvurularımızı aldık ve eğitimlerimize Mayıs ayı itibarıyla başladık. Öncelikle hem mentorlarımızda hem mentilerimizde

TAİDER üyesi olma, gönüllülük ve eğitimlerimize katılma şartı arıyoruz.

YETKİNLİKLER BELİRLENİYOR

Başvuru formlarındaki detaylı sorularla mentorlarımızın deneyim ve yetkinliklerini belirliyor, mentilerimizin de aynı şekilde hangi deneyim ve yetkinlikler konusunda gelişim ve ilgi alanları olduğunu çıkarıyoruz. Danışmanımız menti ve mentor eğitimlerinin hemen ardından mentorluk eşleştirmelerini bu veriler doğrultusunda yapıyor.

Sürdürülebilir hayvancılığa yatırım yapmanın tam zamanı

Enerji verimli, hayvan, çiftçi ve çevre dostu çözümler, doğayı en iyi gözlemleyen teknolojiler ile kazançlı bir **Yeşil Çiftlik®** kurmak için siz de uzmanına başvurun.



www.te-ta.com.tr



+90 533 592 73 91

+90 232 328 00 55

[f](#) [t](#) [@](#) [in](#) [v](#) TetaTeknikTarım

KUŞAKLAR ARASI ETKİLEŞİM ARTTI

TAİDER Akademi Mentorluk Programı'na katılan mentorlar deneyimlerini genç nesle aktarıırken aynı zamanda onlardan öğrendiklerini belirtiyor. Kuşaklar arası etkileşimin artması, değer yaratmak ve en önemlisi de sürdürülebilirliğe katkı sağlamak programın en önemli çıktıları arasında yer alıyor.

TAİDER Akademi Mentorluk Programı'na aralarında İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Neşe Gök'ten Yorglass Yönetim Kurulu Başkan Vekili Gülfem Yorgancılar Perçin'e kadar Türkiye'nin önde gelen aile şirketlerinin yöneticileri katıldı.

Programa mentor olarak katılan Yorglass Yönetim Kurulu Başkan Vekili Gülfem Yorgancılar Perçin, TAİDER'den mentor olma teklifi geldiğinde hiç düşünmeden kabul ettiğini belirtiyor. Yeni nesle değer katmanın gurur verici olduğunu söyleyen Yorgancılar Perçin, farklı sektörlerden gençlerle çalışmanın öğretici ve keyifli bir süreç olduğunu belirtiyor. Yorgancılar Perçin, şöyle konuşuyor: "Mentorluk programı sayesinde hem onların gelişimine katkı sağlıyorsunuz hem hızla değişen teknoloji ve dijitalleşme alanlarında gelişim imkânı buluyorsunuz."

Mentorluk programına menti olarak katılan Promeda Elektrik ve Otomasyon Sistemleri Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Fatma Olten de "Mentorumla ayda bir online olarak görüştük ve program çerçevesinde yoluma ışık tutan, özellikle aile işletmesinde profesyonelleşme, esneklik konularında aydınlandığım çok verimli bir süreç yaşadık" diyor. Programa mentor olarak katılan Beydemir Saç Profil Sanayi Genel Müdürü ve ikinci kuşak temsilcisi Seçil Beydemir Kaynak ise "Program sürecinde kendimden daha genç bir nesil ile iletişim kurabilmek ve onların bakış açısından hayata bakmak bana tecrübe kazandırdı" diyor.

Programa menti olarak katılan Kırçičeği Genel Mü-



Gülfem Yorgancılar Perçin



Fatma Olten

dürü Meryem Dilşad İpbaş da kurumsallaşma sürecinde oldukları dönemde eğitim programına katıldığını ve bu açıdan sürecin büyük faydasını gördüğünü belirtiyor. İpbaş,"Programa katıldığımda şirketim ve benim için hassas bir dönemdeydim. Mentorum yaşadığım sürecin olağan ve geçici olduğuna, kendi deneyimlerinden örnekler vererek yalnız olmadığımı bana anlattı. Bu bakış açısı kendi süecimde bana çok fayda sağladı." diyor.

NEŞE GÖK / İNCİ HOLDİNG YKB

"Birbirimizden öğrendik"



DEĞER YARATMAK

TAİDER üyeliğini bir araya gelerek değer yaratmak açısından çok değerli buluyorum. Dernekte deneyim paylaşımıyla birbirimizden öğrenme, bilgilerimizi güncelleme fırsatı buluyoruz. Kuşaklar arası deneyim aktarımı büyüklerin küçüklere rehberlik etmesi bizim

aile geleneğimizde olan bir durum. TAİDER mentorluk programı da bu nedenle severek dahil olduğum, süreç boyunca karşılıklı zenginleştiren bir deneyim oldu.

“ EN ÖNEMLİ GÜNDEMİMİZ DİJİTAL DÖNÜŞÜM ”

Kurulduğu günden bu yana Türk ekonomisine ve kimya sanayisine önemli katkılar sağlayan Kimpaz, 2022 yılındaki iş planları ve stratejik hedefleri doğrultusunda dijital dönüşümü en önemli önceliğine aldı.

KIMPAZ®

1967 yılında ticari faaliyetlerine başlayan ve kurulduğu günden bu yana Türk kimya sanayisinin önde gelen markalarından biri olan Kimpaz, yeni yatırımları kapsamında dijital dönüşüm ve dijital markalaşma projelerini uygulamaya aldı. Gerçekleştirdiği çalışmalar ile sektöründe öncü adımlar atan Kimpaz, dijital ekosistemi şirketin iş yapma ve süreç yönetme kültürü haline gelmesi için çalışmalarını hızlandırdı. Kimpaz Genel Müdür Yardımcısı Burcu Filiz Güngör, markanın gerçekleştirdiği çalışmalar hakkında sorularımızı yanıtladı.



Kısaca şirketinizden bahsedebilir misiniz?

1967 yılında ticari faaliyetlerine başlayan Kimpaz, Türk ekonomisinin önemli bir yapı taşı olan kimya sanayisine hizmet vermeye devam eden güçlü ve köklü bir markası. Kurulduğu günden bu yana ithalat, mümessillik, satış, pazarlama ve lojistik faaliyetlerini aralıksız sürdürerek Türk kimya sanayisinin lider firmalarından bir tanesi olmayı başardı. Değişen dünya düzeni, büyüme ve kurumsallaşmanın gerekliliğini merkezine alan Kimpaz kozmetikten deterjana, ilaçtan tarıma kadar çok çeşitli sektöre hizmet veriyor.

2022 yılı nasıl bir yıl oluyor sizin için?

Covid-19'un etkilerinin ülkemizde de hissedilmesi ile birlikte sanayi ve sanayilere bağlı iş kollarının tümü, nakliye krizi ve hammadde bulunabilirliği ile ilgili ola-

rak zorlu bir süreç içerisine girdi. Zorlu süreçteki en büyük sermayemiz ise sahip olduğumuz finansman gücümüz ve tedarik avantajımız oldu. Kimpaz olarak geniş depolama alanlarımız, ticari tecrübelerimiz, güçlü tedarikçi ve müşteri ilişkilerimiz, finans gücümüz ve tabii ki deneyimli kadromuzla birlikte bu süreçten en az kayıpla çıkmayı başarabildik.

2022 büyüme hedefiniz nedir?

Bu yıl yüzde 20 oranında bir ticari büyüme hedefliyoruz. Bunun yanı sıra organizasyonel, sistemsel ve dijital dönüşüm en önemli üç gelişim başlığımız. Yatırımlarımızı ağırlıklı olarak bu üç başlığa yönlendiriyoruz. Gerçekleştirdiğimiz bu çalışmalar ile sürdürülebilirlik ilkimizin daha da güçleneceğine inanıyoruz.

Yurtdışında faaliyetlerinizden bahsedebilir misiniz?

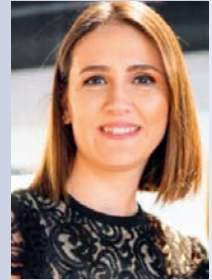
2022 yılının başı itibarıyla ihracat departmanımızı oluşturduk. Romanya, Azerbaycan, Türkmenistan ve bazı Avrupa ülkelerine ürün çeşitliliğimiz ve farklı sektörlerle hizmet veren geniş ağımız ile küresel pazarda ki kullanıcılara hizmet vermeye başladık.

SELDA YILMAZ KAHRIMAN KIMPAPZ TİCARİ DİREKTÖRÜ

DİJİTAL MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI

“Dijital dönüşüm çalışmaları Kimpaz’ın her kademesinde benimsemiş durumda. WMS, BPM ve Business Intelligence projelerini dijital dönüşüm projeleri kapsamında hayata geçirmek üzereyiz. Bunun yanında

dijital markalaşma çalışmalarına da önemli bir yatırım yapıyoruz. Hayata geçirdiğimiz dijital markalaşma çalışmalarımız ile kimya sektöründe olgunlaşmamış bir noktayı hayata geçiriyoruz. BPM projesi ile amacımız kağıt üzerinde yürüyen bütün süreçleri dijital evrene taşıyarak hem iş akışlarını hızlandırmak hem de kağıt üzerinde kalan bilgilerin dijital olarak kayıt edilmesini sağlamak.”





“GLOBAL BİR OYUNCU OLMA HEDEFİYLE ÇALIŞIYORUZ”



Temelleri merhum M. Kemal Coşkunöz tarafından atılan Coşkunöz Holding, bugün global bir oyuncu olma hedefiyle yatırımlarına devam ediyor. Bu yıl yurt dışı yatırımların ciro içindeki payını yüzde 15'ten 20'ye çıkarmayı hedeflediklerini söyleyen **Coşkunöz Holding Yönetim Kurulu Başkanı Oya Coşkunöz Aktaş**, “2025'e kadar en az iki ülkede daha yatırım yapmayı planlıyoruz. Otomotiv sektöründe yatırımlarımızı global iş ortağı olma stratejisiyle sürdürüyoruz” diyor.

Coşkunöz Holding'in temelleri merhum M. Kemal Coşkunöz tarafından atıldı. Çalışma hayatına 1946 yılında Tophane Sanat Okulu'nda teknik lise öğretmeni olarak başlayan Kemal Coşkunöz, çalışma hayatının ilk yıllarında girişimci ruhunun peşinden gitmeye karar verdi. 1949 yılında Türkiye'de ilk kez kalıp ile çatal, bıçak, kaşık üretimini gerçekleştirmek üzere kendi atölyesini kurdu.

Böylece Coşkunöz Holding'in temelleri atılmış oldu. Bugün ağırlıklı otomotiv olmak üzere, savunma, havacılık, enerji, çevre teknolojileri, bilgi teknolojileri ve lojistik olmak üzere yedi sektörde 14 şirketle faaliyet gösteren Coşkunöz Holding'in toplam 142 bin metrekare kapalı alana sahip 10 üretim yerleşkesi bulunuyor. Türkiye'de ve yurtdışındaki şirketlerde toplam çalışan sayısı 2 bin 500 kişiye ulaşıyor. Salgı-

nin da etkisiyle dünyada ve Türkiye’de devam eden olumsuzluklara rağmen hem büyüme hem de ihracat alanındaki iyi performansını sürdürmeyi başaran Coşkunöz Holding, 2021 yılını 330 milyon Euro ciroyla kapattı. 2022 yılı için yüzde 30’luk büyüme hedefi koyduklarını söyleyen Coşkunöz Holding Yönetim Kurulu Başkanı Oya Coşkunöz Aktaş, “Dünya ekonomisinde normalleşme sürecinin devam etmesi, global çip tedarik sorununun azalarak ortadan kalkması, yüksek seyreden emtia fiyatları ve artan talep etkisiyle ihracattaki artışı bu yıl da yüzde 30 düzeyinde korumak istiyoruz. Ciromuzu da yüzde 30 artırmayı hedefliyoruz.İstihdamımızda ise yüzde 20’lik artış öngörüyoruz” diyor. Bu yıl yurt dışı yatırımların ciro içindeki payını yüzde 15’ten 20’ye çıkarmayı hedefleyen şirket, 2025’e kadar en az iki ülkede daha yatırım yapmayı planlıyor. Coşkunöz Holding Yönetim Kurulu Başkanı Oya Coşkunöz Aktaş’la holdingin kuruluş hikayesini ve yeni dönem hedeflerini konuştuk.

Coşkunöz Holding’in kuruluş hikayesinden bahsedebilir misiniz?

Holdingimizin kurucusu merhum M. Kemal Coşkunöz, nam-ı diğer Kemal Hoca, çalışma hayatına 1946 yılında Tophane Sanat Okulu’nda teknik lise öğretmeni olarak başladı. Girişimci ruhu çalışma hayatının ilk yıllarında devreye girdi ve 1949 yılında Türkiye’de ilk kez kalıp ile çatal, bıçak, kaşık üretimini gerçekleştirmek üzere kendi atölyesini kurdu. Öğrenmeye, öğretmeye olduğu kadar üretmeye de gönül verdi. Türk sanayisinin yokluk dönemlerinde pek çok ilke imza atarak Türkiye’de ilk patentli tekstil markalama makinesini üretti. Ayrıca akümülatör maşasının seri üretimini gerçekleştirerek; ilk yağ keçesi, ilk çelik karoser ve ilk şoför kabini üretimlerinde görev aldı. ‘Bir işi yapıyorsam en iyisi olmalıyım’ yaklaşımını tüm meslek hayatında kendine ilke edinen Kemal Hoca, Türk otomotiv sanayisinin gelişimine ve yerleşmesine büyük katkılar sağladı. Coşkunöz Holding; bugün ağırlıklı otomotiv olmak üzere, savunma, havacılık, enerji, çevre teknolojileri, bilgi teknolojileri ve lojistik olmak üzere yedi sektörde 14 şirketle faaliyet gösteren bir sanayi kuruluşu haline geldi. Coşkunöz Holding şirketleri, toplam 142 bin metrekare kapalı alana sahip 10 üretim yerleşkesiyle faaliyet gösteriyor. Türkiye’de ve yurtdışındaki şirketlerimizde toplam çalışan sayımız 2 bin 500 kişiye ulaşılıyor.

Şirketin büyümesinde dönüm noktaları neler oldu?

Uzun zamandır global bir oyuncu olma hedefiyle çalışıyoruz. Holdingimiz yurtdışındaki ilk yatırımını 2012 yılında Rusya’ya bağlı özerk Tataristan Cumhuriyeti’nde kurduğu otomotiv fabrikasıyla gerçekleştirdi. Rusya stratejik ve lojistik önemiyle bizim için global-

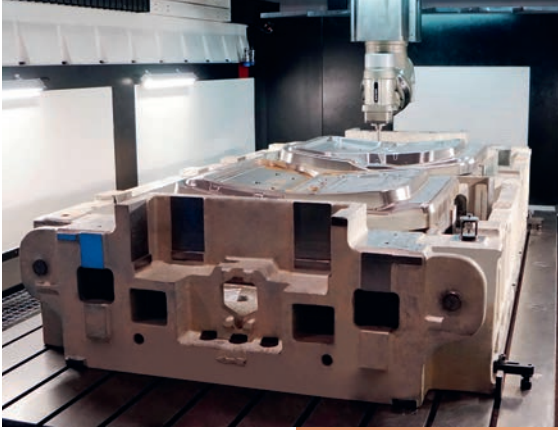
“YURT DIŞI YATIRIMLARIN PAYI ARTACAK”

İKİ ÜLKEYE YATIRIM Bu yıl yurt dışı yatırımların ciro içindeki payını yüzde 15’ten 20’ye çıkarmayı hedefliyoruz. 2025’e kadar en az iki ülkede daha yatırım yapmayı planlıyoruz. Otomotiv sektöründe yatırımlarımızı global iş ortağı olma stratejisiyle sürdürüyoruz.

YENİ NESİL TEKNOLOJİLER Aynı zamanda fabrikalarımızı dijital dönüşüm projemiz çerçevesinde yeni nesil üretim teknolojileriyle yeniliyor, Endüstri 4.0’ın gereklerine uygun hale getiriyoruz. Bu yatırımlarla maliyetler ve üretim için ihtiyaç duyulan enerji miktarını da azaltmayı hedefliyoruz. Savunma-havacılık, çevre teknolojileri ve bilgi teknolojileri alanlarında da yatırımlarımız devam edecek.

START UP’LARA YATIRIM Faaliyet gösterdiğimiz sektörlerin dışında yeni alanlarda girişim sermayesi ile yatırım yapmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Yakın zamanda kuruluşunu gerçekleştirdiğimiz girişim sermayesi yatırım fonu ile mobilite, medikal teknolojiler, tarım, havacılık gibi alanlarda faaliyet gösteren start up firmalara yatırım yapacağız.





leşme yolunda çok önemli bir adım oldu. Daha sonra Romanya ile yurtdışı yatırımlarımıza devam ettik. Bir diğer dönüm noktamız 2010 yılından itibaren Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından onaylı olan Coşkunöz AR-GE Merkezi'nin kurulması oldu. Daima müşteri beklentilerini en iyi şekilde karşılamayı ve hatta beklentilerin birkaç adım önünde yer alarak sektördeki trendleri belirleyen, güncel teknolojilere en hızlı şekilde uyum sağlayan ve ürün/proses geliştiren bir şirket olmayı hedefliyoruz. Bu çerçevede her yıl yaklaşık 4 milyon Euro civarında yatırım yaptığımız AR-GE merkezimizle yeni malzemeler, ürün ve proses geliştirme, çevreye uyumlu teknolojiler gibi konularda önemli çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Büyüme yolunda son adımımız ise 2021 yılında CODE 2025 ismiyle hayata geçirdiğimiz dönüşüm programımız ve bu kapsamda belirlediğimiz stratejik yol haritamız oldu. Dijital ve teknolojik altyapıdan İK'ya, AR-GE'den iş sağlığı ve güvenliğine tüm şirket ve süreçlerimizde dijital dönüşümü öncelikle topyekun değişim hedefiyle başlattığımız CODE 2025 ile ortaya koyduğumuz vizyon, faaliyet gösterdiğimiz tüm iş alanlarında sürdürülebilir değer üreterek, küresel ayak izini genişleten bir holding olmaktır.

2021 yılında ne kadar büyüdünüz? Yılı ne kadarlık ciroyla kapattınız?

Salgının da etkisiyle dünyada ve Türkiye'de devam eden olumsuzluklara rağmen holding olarak hem büyüme hem de ihracat alanındaki iyi performansımızı sürdürmeyi başardık. 2021 yılında ciromuz yüzde 30 artarak 330 milyon Euro'yu aştı. Doğrudan ve dolaylı ihracatımızı Euro bazında yüzde 30'un üzerinde artırdık.

2022 yılı büyüme hedefiniz nedir?

Dünya ekonomisinde normalleşme sürecinin devam etmesi, global çip tedarik sorununun azalarak ortadan kalkması, yüksek seyreden emtia fiyatları ve artan talep etkisiyle ihracattaki artışı bu yıl da yüzde 30 düzeyinde korumak istiyoruz. Ciromuzu da yüzde 30 artırmayı hedefliyoruz. İstihdamımızda ise yüzde 20'lik artış öngörüyoruz.

Pandemi sizi nasıl etkiledi? Bu süreçte nasıl bir strateji izlediniz?

Herkes gibi biz de pandemiden etkilendik ve 2020'de zaman zaman üretime ara verdik. Ama hızla önlemlerimizi alarak hem işlerimize hem yatırımlarımıza devam ettik. Salgının etkilerinin sürdüğü 2021 yılında hem büyüme hem de ihracat alanındaki iyi performansımızı sürdürmeyi başardık. Dış pazarda, son iki yılda salgının üretim ve tedarik süreçlerinde yarattığı global sorunların dışında özellikle yurtdışında gümrükleme ve lojistik faaliyetlerinde ciddi sorunlar yaşadık. Bu sorunlara yönelik birçok alternatif rota ve yöntem üretmek zorunda kaldık. Pandemi bize farklı sektörlerde faaliyet göstermenin önemini de bir kez daha gösterdi. Böylece krizlerde aldığımız risk düşüyor, ana iş kollarınızdan biri krizden daha çok etkilenirken diğeri çok etkilenmeden faaliyetlerine devam edebiliyor. Otomotivin yanı sıra çevre ve enerji, havacılık, savunma ve bilgi teknolojileri alanlarında faaliyet gösteriyoruz. Bu alanlarda da büyüme hedefliyoruz.

Bir aile şirketi olarak başarınızda sizce en önemli kriterler neler oldu?

Sanatkar olma isteği ile yola çıkan ve sanayide pek çok ilke imza atan M. Kemal Coşkunöz tarafından kurulduğu günden bu yana ülkemize değer katarak gelişen bir grup olarak bulunduğumuz tüm sektörlerde öncü olma felsefemizi koruyor, 70 yılı aşkın süredir başarıyla yaptığımız gibi konumlandığımız bölgelerde katma değer yaratarak, azim ve istekle yolumuza devam ediyoruz. Ana hedefimiz sadece üretmek ve istikrarlı büyümek değil, Türk sanayisini ileriye taşıyan bir marka olmak. Bu sebeple yatırımlarımıza kararlıkla devam ederken, insan haklarına,

çevreye ve yaşama olan saygımızı da en üst düzeyde tutuyor, endüstrinin gelişiminde yarınlarımızın sorumluluğu ile sürdürülebilir adımlar atıyoruz. Tüm faaliyetlerimizi holdingimizin kültürü, değerleri ve ilkelerinde yer alan etik unsurlar çerçevesinde yürüttük ve yürütüyoruz. Faal olduğumuz her alanda insan ve çevre faktörüne gerekli önem ve önceliği gösteriyor, verimliliği en son teknolojiyle birleştirerek örnek işlere imza atıyoruz. Türk ekonomisinin kalkınmasının temelini millileşme ve öz sermayelere kıymet vermek olduğunu çok iyi biliyor, kaynaklarımızı yerel ve global arenalarda emsal teşkil edecek projeler için değerlendiriyoruz. Yarının endüstrisinde üretimi, toplumsal faydayı ve insan gücünün değerini esas alan felsefemizle itibarımızı her geçen gün güçlendiriyoruz. Yarım asırdan fazla sürede edindiğimiz tecrübemizi anahtar teslim projelerin yanı sıra ekonomik ve toplumsal sorumluluk projeleriyle de pekiştiriyoruz. Toplumsal fayda üretme vizyonumuzla, 1988 yılından bu yana Coşkunöz Eğitim Vakfı(CEV) ile gençlerin mesleki eğitimlerini ve kişisel gelişimlerini destekleyecek proje ve eğitimler yürütüyoruz. Sanayiye yönelik mesleki eğitim ve istihdama önemli katkı sağlıyoruz. Biliyoruz ki gelecek, güçlü neslin varlığı ile daha parlak olacaktır. Üretmek büyüme ilkesi doğrultusunda kıymetli paydaşlarımızla sanayiye gelecekte daha güçlü bir konuma taşıyacağımıza yürekten inanıyorum.

Dijital dönüşüm çalışmalarınız ne zaman başladı?

İçinde bulunduğumuz sektörler itibarıyla, dijital dönüşüme en erken dahil olan şirketlerden biriyiz. Bu dönüşüme hazırlanmak için Coşkunöz Holding olarak biz dijitalleşmede 10 yıllık bir stratejik yol haritası belirledik. Geçen yıl başlattığımız CODE 2025 isimli dönüşüm stratejimizle hareket ederek geleceğe hazırlık yapmanın şimdi tam zamanı olduğunu düşünüyoruz. Şirketimizin 75'inci yılına denk gelen 2025'e doğru, dijital dönüşümünü tüm hücreleriyle başarmış bir kurum olma hedefiyle ilerliyoruz. Bu süreçte dışa bağımlı olmadan kendi aksiyonlarımızı almak istiyoruz.

Dijital dönüşüm konusunda şirketinizin stratejisi nedir, özetler misiniz?

Dijital dönüşümde topyekûn değişim planımızla tüm şirketlerimizi yalınlaştırıp maliyet, kalite ve teslimat performanslarını mükemmelleştirerek, hem kendimize hem de müşterilerimize rekabet avantajı sağlayacağız. Üretim yaptığımız tüm sektörlerde elektrifikasyon ve ağırlık azaltma çalışmaları başta olmak üzere teknoloji yol haritaları ve bunlara bağlı AR-GE projelerini oluşturduk. Bunun yanında sanayide yapay zeka, makina öğrenmesi, derin öğrenme uygulamalarımızı hazırlıyoruz. Aynı zamanda üretim-

“YÖNETİMİNİ PROFESYONELLERE EMANET EDİYORUZ”

SANAYİNİN KÖPRÜSÜ Kurum kültürümüzün temellerini atan merhum M. Kemal Coşkunöz'ün değerlerini yaşatarak, hep daha ileriye gitme hedefiyle yol alıyoruz. Bursa'dan dünyaya uzanan 'sanayinin köprüsü' olma yolunda edindiği deneyim ve ilkeler ışığında çalışanlarımızın özverili katkılarıyla büyümeye devam ediyoruz. Otomotiv sanayisinden savunma havacılığa, bilişimden çevre teknolojilerine kadar uzanan sanayinin 'mihenk taşı' alanlarında kendi öz sermayemizle uluslararası standartlarda üretim yapıyor ve Türk ekonomisinin gelişimine katkı sağlamayı sürdürüyoruz.

SÜRDÜRÜLEBİLİR DEĞER 'Bir işi yapıyorsak en iyisi olacağız ve dünya değiştikçe aynı iddiada olacağız' taahhüdü ve 'faaliyet gösterdiğimiz iş alanlarında sürdürülebilir değer üretmek küreselleşen bir holding olmak' vizyonu ile çalışıyoruz. Yol haritamızdaki hedeflerimize ulaşabilmek için 'kurumsallaşma'nın gerektirdiği adımları da bir bir atıyoruz. Yönetim kurulumuzun yarısı bağımsız üyelerden oluşurken, şirketlerimizin ve holdingimizin yönetimini profesyonellere emanet ediyoruz. Kurumsallaşmanın olmazsa olmazı olan bağımsız iç ve dış denetim ise bizimle var olan vazgeçilmez bir kavram.

deki atık miktarımız da düşüyor. Çevreye duyarlı ve sürdürülebilir üretim prensibiyle hareket ediyoruz. Önümüzdeki dönemde hem verimlilik hem de çevreye duyarlı üretim konularında AR-GE çalışmalarımızı artırmayı hedefliyoruz.

Dijital dönüşümün size nasıl bir katkısı oldu?

Üretim süreçlerimizi, iş modellerimizi dönüştürürken, dijitalleşmeyi, makine/ekipman veya teknoloji yatırımlarının çok ötesine geçen bir hamle olarak değerlendiriyoruz. Tüm işleyişimizi vizyonumuzla uyumlu hale getirecek yeni süreç tasarımları yapıyor ve her bir fonksiyonun kendi içindeki ve birbirleriyle olan etkileşimlerini bu süreç tasarımları etrafında dizayn ediyoruz. Bunu yaparken, çalışanlarımızın katılımını vazgeçilmez bir gereklilik olarak görüyoruz. Böylelikle adım adım, proje proje ilerleyerek global ayak izimizi genişletme ve global bir çözüm ortağı olma hedefine doğru yolumuza devam ediyoruz.



“GENÇLERE GELİŞİM ODAKLI ORTAM SUNUYORUZ”

TAİDER Gelecek Nesil Komitesi Eş Başkanı Rojda Tekinalp, “TAİDER Nextgen olarak misyonumuz, ülkemiz aile şirketlerinin nesiller boyu devamlılığına önderlik etmek. Gençlere güvenilir, gelişim odaklı, paylaşımcı, hoşgörü ve birlikte başarmanın hazzını yaşatacak bir ortam sunuyoruz” diyor.

Tekinalp Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Rojda Tekinalp, 2021'den beri TAİDER Nextgen Eş Başkanlığı görevini üstleniyor. 24 yaşında aile şirketlerine katılan Rojda Tekinalp, dernekle ilgili “TAİDER ailesinde yalnız olmadığımı, aslında benim yaşadığım sorunların diğer tüm aile şirketlerindeki gelecek nesillerin yaşadığı farkındalığını kazandım. Bu güveni bizlere sağlayan bir derneğin üyesi olmaktan oldukça gururluyum” şeklinde konuşuyor. Tekinalp Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Üyesi ve TAİDER Nextgen Eş Başkanı Rojda Tekinalp ile konuştuk:

Kaç yaşında aile şirketine katıldınız?

1994 yılında İzmir’de doğdum. Eğitim hayatımı İzmir Ekonomi Üniversitesi’nden mezun olarak tamamladım. 18 yaşında kendi organizasyon şirketimi kurdum. Daha sonra Londra’ya giderek eğitimlerimi tamamladım. İzmir’e dönüş yaptığımda 24 yaşındaydım ve aile şirketine görevime başladım.

ÇALIŞMALARIMIZ

GÜÇLÜ ETKİNLİKLER Üyeleri bir araya getirerek sosyalleşmeleri için etkinlikler düzenliyoruz. Zaman zaman Nowgen’i de bu organizasyonlara dahil ederek Nowgen ve Nextgen arasındaki iletişim ağını güçlü tutmaya çalışıyoruz. Liderlik için üyelerimizin yeteneklerini ölçebildiği veya deneyimlerini paylaşabildiği mentor ve menti grupları oluşturarak liderlik veya diğer yeteneklerini keşfetmelerini sağlıyoruz. Eğitim için birçok üniversiteyle iş birliği içindeyiz.

STAJ İMKANI Değerli hocalarımızla Nextgen’in ihtiyaçlarını karşılayabilecek anketler düzenliyor, bu anket sonuçlarına göre ihtiyaca uygun eğitim programları düzenliyoruz. Bu yıla özel olarak FBN ile staj imkanı sunuyoruz, gerçekten heyecanlandığımız bir proje. Bu yıl Nextgen ailesi olarak daha aktif, sosyo kültürel anlamda daha dinamik bir yıl geçirmeyi planlıyoruz.

STAJ İMKANI SUNUYOR

“Ekim 2021 zirvesinden sonra TAİDER Palandöken’de Next ve Nowgen’in katılımıyla gerçekleşen çok keyifli bir program gerçekleştirdik. Bir sonraki programımızda da İsviçre’de FBN’in düzenlediği programa katılım sağladık. TAİDER Nextgen olarak misyonumuz, ülkemiz aile şirketlerinin nesiller boyu devamlılığına önderlik etmek. Gençlere güvenilir, gelişim odaklı, paylaşımcı, hoşgörü ve birlikte başarmanın hazzını yaşatacak bir ortam sunuyoruz. Ayrıca dünyanın birçok yerinde FBN’e üye olan aile şirketlerinin gelecek nesillerine staj imkanı sunuyoruz.”

“Gelecek Nesiller Programı”nın ne zamandan bu yana eş başkanlığını yapıyorsunuz?

TAİDER ailesine 2021 yılında katıldım. Açıkçası kendi aile şirketime katkıda bulunmak ve diğer nesillere bu tecrübeleri aktarmak istedim. TAİDER eş başkanlığına Ekim 2021’den beri devam ediyorum.



“AKTİF KATILIMCIYI ARTIRACAĞIZ”

TAİDER Gelecek Nesil Komitesi Eş Başkanı ve Durak Tekstil İcra Kurulu Üyesi Efe Oran, TAİDER'in 'ailede birlik işletmede sürdürülebilirlik misyonu'yla' gerek aile hayatında gerek iş hayatında müthiş katkıları olacağına inanıyor. 330'u aşkın Gelecek Nesil üyesini aynı platformda bir araya getirecek Oran, Gelecek Nesil komitesinde gerçekleştirecekleri bu birebir iletişimlerle aktif katılımcı sayısını artırmayı hedefliyor. Durak Tekstil İcra Kurulu Üyesi ve TAİDER Gelecek Nesil Eş Başkanı Efe Oran ile konuştuk:

Kendinizden bahseder misiniz? Kaç yaşında aile şirketine katıldınız?

1987 doğumluyum. 2009'da üniversiteden mezun olduktan sonra Çin'deki yatırımlarımız gereği 2015'e kadar yaklaşık 5,5 yıl Çin'de yaşadım. Türkiye'ye döndükten sonra firmamızda aldığım pozisyonlar gereği her yılın 25-30 haftasını yurt dışında geçiriyorum. Şirketimiz Durak Tekstil 1972 yılında faaliyete geçti. Ürettiğimiz endüstriyel dikiş ve nakış iplikleriyle, otomotiv, teknik tekstiller, konfeksiyon ayakkabı, yatak, nakış gibi 10'dan fazla sektöre 55 bini aşkın ürün grubuyla 80 ülkeye hizmet veriyoruz. Şirketimizde icra kurulu üyesi olarak görev alıyorum, üçüncü jenerasyonu temsil ediyorum.

Gelecek Nesil komitesinin ne zamandan bu yana eş başkanlığını yapıyorsunuz?

2021 Ekim ayından itibaren Gelecek Nesil Eş Başkan görevine getirildim. TAİDER'in var oluş nedenleri,

ÖZEL EĞİTİM PROGRAMLARI

“Yakın zamanda 330'u aşkın Gelecek Nesil üyesini aynı platformda bir araya getireceğiz. Tüm üyeleri tek tek arayıp, yeteri kadar aktif olmayan üyelerimize TAİDER birlik ve beraberliğini tekrardan anlatacağız. Gelecek Nesil komitemizle gerçekleştireceğimiz bu birebir iletişim, dokunuşlarla aktif katılımcı sayımızı artırmayı hedefliyoruz. Gelecek Nesil üyelerine sunacağımız uluslararası staj olanağı ve özel eğitim programlarımız da yakın zamanda yürürlüğe girecek. Birbirinden beslenen, fayda amaçlı, içten ve sürekliliği olan bir Gelecek Nesil yaratmayı planlıyoruz.”

TAİDER Gelecek Nesil Komitesi Eş Başkanı ve Durak Tekstil İcra Kurulu Üyesi Efe Oran, 330'u aşkın Gelecek Nesil üyesini aynı platformda bir araya getirmeye hazırlanıyor. Oran, Gelecek Nesil komitesinde gerçekleştirecekleri bu birebir iletişimlerle aktif katılımcı sayısını artırmayı hedefliyor.



enerjisi ve birlikteliği, öğretileri benim için çok anlamlı. Benim hayatıma nasıl böyle güzel dokunduysa bunu daha fazla kişiye yapabileceğine inandığımdan bir önceki dönem başkanı sevgili dostum Yalçın Yeşilova'nın bu koltuğu bana teklif etmesini büyük bir mutlulukla kabul ettim.

Gençler için ne gibi imkanlar sunuyorsunuz?

Bu yıl Erzurum Palandöken'de bir kış organizasyonu düzenledik. 40'dan fazla katılımcı oldu Yeni üye adaylarımızın da etkinlikte bulunması, derneğimizin büyümesinde ve iletişimin artmasında büyük fayda sağladı. Now Gen komitesi ve Gelecek Nesil komitesi, TAİDER üyelerinin büyük bir çoğunluğunu çatısı altına alan iki komite. Eş başkanlığını yaptığım Gelecek Nesil komitesi 18-40 yaş arası gelecek nesillerden oluşuyor. Bu topluluğun samimi ve sürdürülebilir iletişimini tüm üyelerin gerek aile işlerindeki kariyer planlamaları ve tüm bağımlı dinamikler konularında, gerek ailesel konularda büyük faydalar sağlayacağını düşünüyorum.



MÜHENDİSLİKTE ÇIĞIR AÇAN FİLLİ SU SAATİ İLE GENÇLERE İLHAM OLACAK

Galataport gibi imza projelerde önemli mühendislik katkıları olan ve bugüne dek 5 binin üzerinde projede yer alan HKTM, en son El-Cezeri'nin Fıllı Su Saati'ni bugüne uyarlayarak dikkatleri çekti. **HKTM Yönetim Kurulu Başkanı Tunç Atıl**, sahip oldukları iyi mühendislik felsefesini gençlere de aktarmak istediklerini ve Fıllı Su Saati projesiyle gençlere ilham olmak istediklerini söylüyor.

Bir aile şirketi olarak temeli 24 yıl önce atılan ve bugün Galataport gibi imza projelerde önemli mühendislik katkılarıyla yer alan HKTM, bugüne dek 5 binin üzerinde projenin mimarı oldu. Önemli bir kısmı mühendis olan 142 çalışanla Kocaeli'nde hidrolik sistemler konusunda önemli adımlar atan şirket, gençlere ilham olmak hedefiyle en son El-Cezeri'nin Fıllı Su Saati'ni bugüne uyarlayarak dikkatleri çekti. HKTM Yönetim Kurulu Başkanı Tunç Atıl, sahip oldukları iyi mühendislik felsefesini gençlere de aktarmak istediklerini söylüyor. Atıl ile şirketin gelecek hedefleri ve Fıllı Su Saati projesini konuştuk.

Öncelikle şirketten bahsederseniz 2022 yılı için yatırım ve ciro hedefleriniz neledir?

Her yeni yılda olduğu gibi, 2022'de de AR-GE girişimlerimizin bir çıktısı olacaktır. Katma değeri yüksek, orta- yüksek teknolojiye özgün ürün/ sistemlerimize ağırlık vereceğimiz, ciromuzu döviz bazında iki haneli rakamlarla büyütme hedeflediğimiz bir çalışma yılı hedefliyoruz.

Vizyon 2025 kapsamında firma yapılanmasında çevik üretim üzerine çalışmalarını sürdüren HKTM, 2022 yılının ilk çeyreğinde, iş kollarında konu bazında ve sektör olarak odaklanarak güçlenmesi ve gelişmesi için; HKTM ortaklığıyla beyaz eşya, otomotiv ve cam sanayi robotik uygulamalarını hayata geçirdiği "Makers Makine Ekipmanları ve Robotik Sistemler AŞ" ile, yoğun kullandığı nitelikli çelik konstrüksiyon imalatını, dikey büyüme çerçevesinde yeniden yapılandırma kararıyla SFM Makine AŞ'yi kurdu.



GENÇLERE ÖZGÜVEN VERECEK

“Heykel yapılırken eserin bütününde uluslararası ticaret simgelenmeye çalışıldı. Anka kuşu bizim coğrafyamızı temsilen yer alıyor. Çin ejderinin yine aynı şekilde uluslararası ticarete önemli bir yeri var. Hint fili yerine Afrika fili tercih edilmesinin nedeni, yüzyıllar boyunca tüm gelişmiş ülkeler tarafından sömürülen Afrika kıtasını öne çıkarmak. Afrika filinin, dişleri yüzünden katledilerek neslinin tükenme noktasına getirilmesini vurgulamak için filin ayağının altına paslanmaz çelikten dünyayı simgeleyen bir küre koyuldu. Yine filin ayağının altında bulunan anomorfik heykel sayesinde bu kürenin yüzüne dişleri çalınmış bir fil cesedi yansıyor. Onu görmek isteyen herkes o küreye yaklaşmak zorunda ve o görüntüden kaçamadığımız için sorumluluğu da üstlenmemiz gerektiği belirtiliyor. İkinci detayı ise Anka kuşunun sol bileğinden bulunan zincir. Ülkemizin ekonomide dışa bağımlılığı ve bu coğrafyada hiçbir kuşun şu ana kadar özgür uçuşmasına izin verilmemiş olmasını simgeliyor.”

2022 yılında şirket olarak hangi alanlarda projelere ağırlık vereceksiniz?

Günümüze kadar 5 binin üzerinde projeyi hayata geçirmiş bir teknoloji firması olmamızın bilincıyla, her yıl giderek artan sipariş girdileriyle önümüzü 6 aydan daha ileri görecektik düzeye ulaşmış olmakla gurur duyuyoruz. İnsan kaynağımızı, AR-GE'mize öncelik tanıyacak şekilde zenginleştiriceğiz. HKTM Vizyon 2025 hedefi, grup firmaları ile birlikte sürdürülebilir olarak, üretim bazında İSO ikinci 500 firma arasına girmek, uzmanlıklarda derinleşerek çevik üretim felsefesini hayata geçirmek ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamak.

Peki Filli Su Saati projesiyle robotik teknoloji alanında önemli bir adım attınız. Bu projeye hedeflenen neydi?

İyi mühendislik felsefemizin geçmişten gelen itibarımızla gelecekteki iddialarımızı desteklediğine inanıyoruz. Bu nedenle, bu topraklarda 12'inci Yüzyılda yaşamış robotiğin kurucusu ve hidroliğin ustası El-Cezeri'nin, bugünkü anlamda zamanın Artuklu sarayının otomasyon mühendisinin yaptığı projeleri hayata geçirmeyi hedefledik.

Filli Su Saati projesi ilk kimi aklına geldi?

Fabrika binamızın inşaatını bitirdikten ve doğayla iç içe, içinde mutlu çalışacağımız bir ortamı hazırladıktan sonra sanatı mesleğimizle bağdaştırma yönünde eksikliğimiz olduğunun farkına vardık. Sanayide dijital dönüşüm kavramıyla birlikte tanıdığımız ve değerinin farkına vardığımız, en büyük toplantı oda-

mıza adını verdiğimiz El Cezeri'nin eserlerinin birinden esinlenerek hareketli bir heykel yaptırmanın en uygun çözüm olacağına karar verdik.

El-Cezeri'nin tasarladığı bu saatin bugüne uyarlanmasıyla ne hedeflendi?

Cezeri'nin birden fazla mühendislik dalını barındıran sanatsal makinalarının tüm nesillere ilham kaynağı olması amaçlanmış, barındırdığı figürlerle uluslararası ticarete atıfta bulunulmuş ve kullanılan mekanizmalarla teknolojiye alınan yol vurgulanmıştır.

Bu eser mühendis adaylarına nasıl bir ilham kaynağı olacak?

Bildiğiniz gibi, birçok gencimiz, yurtdışında eğitim ve meslek yaşamlarını sürdürme kararı alıyorlar. Oysa Leonardo Da Vinci'den 350 yıl önce topraklarımızda yaşayan zamanının çok ötesindeki El-Cezeri gibi büyük mühendisi tanıyacak gençlerimizin kazanacakları özgüvenle, bilgi çağında ülkemizi çok yukarılara taşıyacaklarına olan inancımız sonsuz.

Filli Su Saati şirket içinde nasıl bir dönüşüm başlattı?

Mevcut insan kaynağımızın yarıya yakını 1990 ve sonraki yıllarda doğmuş pırıl pırıl gençlerden oluşuyor. İç paydaşlarımıza heykelin tanıtımının yapılması için gruplar halinde bilgilendirme toplantıları yapıldı, geri bildirimleri alındı.

Filli Su Saati heykelini çalıştırmak üzere ne kadar süre çalıştınız?

Heykel sanatçısı Filli Su Saati'nin hazırlığına başladığı sırada heykelin yapımının 3 ay kadar bir sürede tamamlanacağı belirtilirken, okuduğu kaynaklarla El-Cezeri'yi daha iyi tanıdı, dehasını gördükçe eserin ona yakışacak, yorumun daha özellikli, daha ayrıntılı ve daha özenle yapılmasının gerektiğini düşündü. Dolayısıyla git gide daha yüklü bir iş olmaya başladı. Fiilen çalışılan süre tasarım dahil 2,5 yıl oldu. Bu proje süresince, ticari hiçbir amaç gütmeye başlamadık için sanata olan saygımızla sabrederek sanatçıya destek olduk ve hepimizin hayalini hayata geçirdik.

Bu robotik teknolojinin önemi ve içeriğinden söz eder misiniz?

Hayata geçtiği dönemde, Cezeri'nin elinde yerçekimi ve suyun kaldırma kuvvetinden başka bir enstrüman olmadığını düşünersek, günümüz versiyonunda hem 30 dakikalık süreyi 15 dakikaya indirerek, hem de topların yukarı taşınmasını ve Anka kuşunun kanat hareketlerini 9 adet servomotor ile gerçekleştirerek günümüz teknolojisinin sağladığı olanakları esere kazandırmış olduk.



“KOBİ’LER E-DÖNÜŞÜME DAHA GÖNÜLLÜ”

KOBİ’lerin e-dönüşümün faydalarının farkında olduğunu belirten **Sovos Türkiye Genel Müdürü Elçim Sirek**, “KOBİ’lerin bu alandaki gönüllü ve bilinçli adımları dikkat çekiyor. E-belgelere gönüllü geçiş yapan şirketlerin büyük bir çoğunluğunu KOBİ’ler oluşturuyor” diyor.

Verginin dijital dönüşümü ile gelen karmaşıklıkları çözüme kavuşturmak için kurulan alanında lider global bir şirket olan Sovos, 70’den fazla ülkede 16 binden fazla kurumsal müşteriye vergi uyumluluğu ve vergi yazılımları konusunda hizmet veriyor. Türkiye’de ise Sovos’un 65 binden fazla müşterisi, bulut sistemlerde günlük 2.2 milyondan fazla e-belge işlemi gerçekleştiriyor. Sovos Türkiye Genel Müdürü Elçim Sirek’in verdiği bilgilere göre; Türkiye, global alanda verginin dijitalleşmesini en iyi ve hızlı şekilde başaran ülkelerden biri ve dönüşümünü büyük ölçüde tamamlamış durumda. Sirek, bu başarının sırrını ise KOBİ’lerin e-dönüşüm konusundaki gönüllü ve bilinçli adımlarına bağlıyor.

E-DÖNÜŞÜMDE KOBİ’LER ÖN PLANDA

E-fatura uygulamasının kapsamının ilk tanıtıldığı 2012 yılından beri, e-belgeler ve kapsamalarının kademeli olarak arttırıldığını belirten Sirek, Türkiye’de mevcutta 11 tane düzenlenmiş elektronik belge bulunduğunu söylüyor. Bu belgelerden en yoğun kullanılanlar ise e-fatura, e-arşiv fatura ve e-defter uygulamaları olarak öne çıkıyor. E-dönüşüm pazarının yüzde 75’inden fazlasını Küçük Orta Ölçekli İşletmeler yani KOBİ’lerin oluşturduğunu söyleyen Sirek, “Genel anlamda, Türkiye’deki e-fatura ve e-arşiv fatura kullanıcılarının

yaklaşık yüzde 50’sinin gönüllülük esası ile e-fatura-ya geçtiğini gözlemliyoruz. Son tebliğ ile Temmuz’da 150 bin yeni mükellefin sisteme girmiş olması gerekiyor ancak yaklaşık 80 bininin halihazırda sistemde datası bulunuyor. Bu da bize aslında gönüllü geçişin geldiği noktayı gösteriyor” diye konuşuyor.

ZORUNLU GEÇİŞ 1 TEMMUZ

Pandemiyle birlikte dijitalleşmenin kaçınılmaz hale geldiğini belirten Sirek’e göre her şirket bu akımın bir parçası olmak istiyor. Dijitalleşemeyenin bir süre sonra işlerini yapamaz hale geleceğinin de herkes farkında. Bu nedenle gönüllü geçişlerin de artarak devam etmesini bekliyorlar. Sirek sözlerini şöyle tamamlıyor: “Hem gönüllü geçiş yapacaklara hem de Vergi Usul Kanunu’nun Genel Tebliği’nde yapılan yeni düzenlemeler sonucunda 1 Temmuz itibarıyla e-fatura, e-arşiv ve e-irsaliye’ye geçiş yapması gereken mükelleflere tavsiyem, e-dönüşüm sürecinde yol arkadaşlarını iyi seçmeleri yönünde. Şirketler, e-dönüşüm için uzman bir servis sağlayıcısı tercih ettiklerinde, sürekli değişen regülasyonlardan endişe etmeden gönül rahatlığıyla odaklanmaları gereken asıl işleriyle ilgilenebiliyorlar.”

VERİMLİLİK SAĞLIYOR

“E-dönüşüm firmalara zaman, maliyet ve iş gücünde verimlilik imkânı sunuyor. Fiziki süreçlerin karmaşıklığı ve maliyetleriyle uğraşmadan iş akışı devam ediyor, belgelerin fiziki sevkiyat süreci olmadığından kaybolmasını önlemek kolaylaşıyor. Tahsilatların takibi ve kontrolü hızlanıyor. Muhasebe süreçleri hızlanıyor, raporlama işleri kolaylaşıyor, operasyonel yük hafifliyor. Tüm süreçleri uçtan uca güvenli bir şekilde yönetirken hem operasyonel verimlilik artırıyor hem de doğru ve uyumlu verilerle riskler en aza iniyor. Tüm bunlarla birlikte doğamız ve çevremiz için de çok önemli olan kâğıt tüketimi ciddi boyutta azalıyor.”

SOLVE TAX
FOR GOOD®

**E-DÖNÜŞÜME GEÇİN,
ŞİRKETİNİZİ BÜYÜTÜRKEN
MALİYETLERİNİZİ KÜÇÜLTÜN**

**SİZ İŞİNİZE ODAKLANIRKEN E-BELGE SÜREÇLERİNİZİ BİZ YÖNETELİM;
VERİLERİNİZ HER ZAMAN DENETİME HAZIR, ERİŞİLEBİLİR VE
GÜVENDE OLSUN.**

İşletmenize en uygun çözümler hakkında
bilgi almak ve **ücretsiz demo planlamak**
için uzman ekiplerimizle görüşün:

www.sovos.com/tr | emeainfo@sovos.com

SOVOS



OSMANLI SARAYLARINDAN GÜNÜMÜZE ULAŞAN MARKA

158 YILLIK LEZZET DURAĞI



Temelleri Hacı İsmail Hakkı Bey tarafından 1864 yılında İstanbul Bahçekapı'da atılan Hafız Mustafa, köklü markalardan biri. 'Tatlı' deyince akla gelen ilk markalardan olan Hafız Mustafa 1864 bugün, Olgurlar Ailesi tarafından büyümesini sürdürüyor. Yurtiçinde 14, yurtdışında ise Dubai'de bir şubesi bulunan marka; Londra, Kahire ve ABD'de şubeler açmayı planlıyor.

Türkiye'de tarihi 100 yılı aşan marka sayısı çok değil. Birçok marka ikinci, üçüncü kuşaktan sonra yaşanan sorunların kurbanı oluyor. Şirketlerin yok olup gittiği bu süreçte ayakta kalmayı başaranlardan biri de Hafız Mustafa. Türkiye'nin en eski tatlıcılarından olan Hafız Mustafa 1864, 158 yıllık bir geçmişe sahip. Tatlıcı, Osmanlı sarayından günümüze uzanan geleneksel tatlı lezzetlerinin yegâne temsilcisi durumunda. Yıllar içinde el değiştirerek bugüne gelen marka, 2007 yılında tekstil ve otomotiv sektöründe faaliyet gösteren Olgurlar Ailesi tarafından satın alındı. Eminönü Bahçekapı'daki şubesi ile yola çıkan aile, markaya yatırım yaparak büyümeye odaklandı. Yurtiçinde İstanbul'da Tarihi yarımada, Taksim, Florya, Üsküdar'ın ardından Antalya'da ve son olarak Galataport'ta, yurtdışında ise Dubai'de de Hafız Mustafa 1864 şubeleri açıldı. Böylece İstanbul'da 13, Dubai ve Antalya'da da 1'er olmak üzere toplam 15 şubeye ulaşıldı. Önümüzdeki dönemde Londra, Kahire ve ABD'de şubeler açmayı planlayan şirket, üç yıl sonra yurtdışında en az 10 şubeye ulaşmayı planlıyor. Tüm bu gelişmeleri ve markanın yıllar öncesine dayanan kuruluş öyküsünü Hafız Mustafa 1864 Yönetim Kurulu Başkanı Avni Olgurlar'dan dinledik...

Hafız Mustafa 1864, dile kolay 158 yıllık köklü bir tarihe sahip. Markanızın tarihçesini nasıl anlatırsınız?

Şekerçi Hafız Mustafa, Sultan Abdülaziz Han döneminde, Hacı İsmail Hakkı Bey tarafından 1864 yılında İstanbul Bahçekapı'da kuruldu. Ardından oğlu Hafız Mustafa tarafından devralındı ve Hafız Mustafa şeker, lokum üretimine devam etti. Akide şekerinin ilk üreticilerinden olan Hacı İsmail Hakkı Bey, öncelikle Eminönü Bahçekapı'daki dükkanının bodrum katında dibek taşıyla



akide şekerini yapmaya başlamış. Hafız Mustafa, babasının dükkanı işlettiği dönemde şekerçilik ve tatlıcılıkta ilgilenirken bir yandan da Arpacılar Camii'nde gönüllü olarak müezzinlik yapmış. Marka isminin hikayesi de oradan geliyor. Aynı zamanda poğaçanın mucidi olarak da bilenen Hafız Mustafa, tatlı ve şekerlemede kısa sürede marka haline geldi. Ünü giderek artan Hafız Mustafa'nın ardından oğlu Cemil Bey de aile geleneğini sürdürdü fakat bununla yetinmedi. Cemil Bey, şekerleme ve lokumun yanına 'Çikolat Cemil' adıyla çikolatayı da ekledi. Hafız Mustafa, hamur işi ve tatlıcılık alanında 1926-1938 yılları arasında Avrupa'da 11 adet madalya kazanmış bir marka. Ulusal alanda markanın güvenilirliğini arttırırken, uluslararası alanda da Türk ürünlerini dünyaya tanıtarak yüksek marka bilinirliğini kanıtlamış. Hafız Mustafa'nın mahdumu Cemil Bey de aynı geleneği sürdürerek, 'Çikolat Cemil' markasıyla, güvenilir marka algısını devam ettirmiş.

Hafız Mustafa 1864 uzun süredir siz ve oğullarınız tarafından işletiliyor. Ongurlar Ailesi Hafız Mustafa markası ile nasıl bir araya geldi?

Biz girişimci bir aileyiz. Eskişehir'de tekstil sektöründe faaliyet gösterdik. Ardından İstanbul'a gelerek yine tekstil işine devam ettik, bir süre bu işi yurtdışında yaptık. İki oğlum da gıda sektöründe girişimci olmuştu. Hem ticareti hem de gıda işini yakından bildiğimiz için Hafız Mustafa markasına talip olduk. Marka, satın aldığımızda 4'üncü kuşak tarafından yönetiliyordu. Ongurlar Ailesi olarak biz de Hacı İsmail Hakkı Bey'den gelen ahilik geleneğini sürdürüyoruz. Hafız Mustafa'dan sonra ailesi tarafından yönetilen Şekerci Hafız Mustafa, 2007'de tarafımızca satın alındı. Oğullarım Eren ve Emre ile birlikte bu işe gönül verdik ve bu tarihi markayı yaşatmayı kendimize misyon edindik.

Nasıl bir strateji izlediniz markayla ilgili?

2007 yılında firmayı aldığımızda sadece 6 çalışanı vardı. Halk dilinde 'Şekerci Hafız Mustafa' diye geçiyordu. Eminönü'ndeki ilk mağazasında çalışmaya başladık. Poğaç, börek, mevlit şekeri yapıyorduk. Sonra işleri düzeltmeye başladık. Markanın tabeladaki küçük olan yazısını daha belirgin hale getirdik. Sirkeci'de baklava imalathanesi yaptık. İyi ustalar, kaliteli malzemeler almaya başladık. İş hızlandı, insanların güveni de yükseldi. Hafız Mustafa markasının verdiği tarihi güçle mağaza sayımızı artırmaya başladık.

Markanızı sektörde nerede konumlandırıyorsunuz?

200 yıla yaklaşan geçmişimizle sıradan bir işletme gibi sadece ticari kaygılarla hareket edemeyiz. Biz kendimizi Türk ve Osmanlı tatlılarını dünyaya tanıtan bir lezzet elçisi olarak konumlandırıyoruz. Pandemiden önce mağazamıza gelen yıllık müşteri sayısı 10 milyonun üstündeydi. Bu rakamın yüzde 70'ini yurtdışından gelen misafirlerimiz oluşturuordu. Onlara kültürümüzü ve mutfağımızı iyi tanıtmamız ülke turizmine de hizmet oluyordu.

Hafız Mustafa 1864 markasının önemini nasıl anlatırsınız?

Hafız Mustafa 1864 olarak reçeteleri dahi ilk günkü haliyle kullanıyoruz ve tarihi tatlılara sahip çıkıyoruz. Bizi diğer markalardan ayıran en önemli özelliğimizin bu olduğuna inanıyoruz. Mutfağımıza yapay hiçbir malzeme sokmuyoruz. Geleneksel lezzetlerimizle birlikte günümüzün damak tadına uygun ürünler üretiyoruz.

“ULUSLARARASI ALANDA BİLİLEN BİR MARKAYIZ”

MADAGASKAR'DAN TALEP VAR Online satışa özel bir depolama ve paketleme bölümümüzle birlikte dünyanın dört bir yanına satış gerçekleştiriyoruz. Bizim müşterilerimizin yüzde 60'ı yurtdışından. Bu doğrultuda yurt dışından çok fazla talep alıyoruz. Yeni Zelanda'ndan da Madagaskar'dan da baklavamıza, lokumumuza talep var. En iyisini ürettiğinizden emin olduğunuzda talep Afrika'dan, ABD'den, Okyanusya'dan bile gelir.

YURDIŞINA 1 – 2 GÜNDE ULAŞIM Tatlılarımızı müşterilerimize ulaştırma konusunda sistemli bir şekilde ilerlediğimizi söyleyebilirim. Örneğin; Avrupa ülkelerine ve ABD'nin doğu eyaletlerine (New York, Washington vb.) 1 ya da 2 iş gününde ulaşım sağlarken, ABD'nin diğer bölgelerine ve Afrika, Uzakdoğu gibi uzak destinasyonlara 3 iş gününde ürün gönderebiliyoruz. Bütün gönderimlerimizi planlı olarak yapıyoruz.

Ama yabancı menşeli ürünlere menümüzde yer vermiyoruz. Hafız Mustafa 1864 şubelerinde Fransız ya da İtalyan tatlısı yeme ihtimaliniz yoktur. Tarihi ve kültürel mirasımıza sahip çıkarak, müşterilerimize en iyi kalitede hizmet sunmaya özen gösteriyoruz.

Şu anda kaç mağazanız var?

Şu anda Galataport'ta açılan yeni şubemiz ve Antalya'da yer alan mağazalarımızla birlikte toplamda 15 şubemiz bulunmaktadır. 2019'da ise Dubai'nin sembol ticaret merkezi olan The Dubai Mall'da ilk şubemizi açtık. Bütün mamullerimizi orijinal, organik hale getirdik. Biz şirketi satın aldığımızda birçok ürün fason yapılıyordu. Üretime önemli bir yatırım yaptık. Şu anda Kağıthane'de fabrikamız var. Ardından dekorasyon işine girmeye başladık. Markanın altını doldurduk.

Hafız Mustafa 1864 markası ile gelecekteki hedefleriniz neler?

Markamızı yurtdışında olduğu kadar yurtdışında daha da büyütmek istiyoruz. Bu arada hemen belirtelim, franchise vermiyoruz, tüm yatırımlar bize ait. Yurtdışında büyüme konusunda ise ilk adımı Dubai'de atmıştık. Oldukça güzel bir konumda bulunan mağazamız orada bir kültürü temsil ediyor. Hedefimizde Londra var. İstanbul'daki son büyük projemiz ise Galataport'ta oldu. Kahire ve ABD'de yeni yatırım hazırlıklarındayız. Gelişmeye ve büyümeye devam ediyoruz. Gelecek yıllarda Hafız Mustafa 1864 markasını dünyanın birçok noktasında göreceğiz.





SİBERZİNCİR CEO'SU SİNAN ERAYDIN

SİBER HİJYEN BİLİNCİ NEDEN GEREKLİ ?

COVID-19 pandemisi, dünya çapında kapsamlı bir dijitalleşmeyi zorunlu hale getirdi. Bütün dünya her alanda gündelik işlemleri dijital düzlemde yürütmek zorunda kaldı; dijitalleşmenin yaygın olduğu alanlara daha çok yöneldi ve pek çok alanda da hızlı bir dijitalleşme görüldü. Bu dijitalleşme süreci bugün de sürüyor.

Pandemi, dünyanın zaten ilerlemekte olduğu dijitalleşme yönünde büyük bir hızlandırıcı etki yaptı. Bu, geniş kitlelerin gerek gündelik, gerek ticari yaşamında da gözlemlendi: Birincisi, uzaktan çalışma yaygın bir gerçeklik haline geldi; ikincisi, eğitimden ticarete, kültürden sosyalleşmeye her alanda insanların çok daha fazla dijital hizmete ihtiyacı ortaya çıktı.

Dünyanın pek çok yerinde, yaşanan bu dijital dönüşüm için mevcut teknolojik imkanların zorlanması, yeni şeyler icat edilmesi, bireyle teknoloji arasında yeni ilişki türleri türetilmesi gerekmedi. Başvurulan teknoloji zaten vardı, yalnız bu teknolojiye yönelik yaklaşımlarda bir dönüşüm gerekiyordu. Denebilir ki pandemi, toplumları mevcut teknolojik olanakların sağladığı yeni yaşam tarzlarına uyarlanmaya zorladı.

Bu dönüşüm sadece bireylerin teknolojiyle ilişkisini değiştirmede; şirketlerin de ayakta kalabilmek için hızlı bir dijitalleşme süreci geçirmesi ya da var olan dijital hizmetlerini genişletip geliştirmesi gerekti. Bu nedenle teknolojinin gerisinde kalmış ve hatta yenilenmeye direnen birtakım kurumsal yapılar da, büyük ölçüde beklemedikleri şekilde, kendilerini geliştirmelere uyarlanmak zorunda buldular.

Pandemi sürecinin şirketlere ve bazı hantal kurumsal yapılara dijitalleşme için motivasyon kaynağı olduğunu söyleyebiliriz. Ama bireyler gibi şirketlerin

de yaşanan dönüşüme ayak uydurabilmek ve salgının yıkıcı etkileriyle başa çıkabilmek için geçirdikleri bu dönüşümde yer yer aceleci davrandığını ya da davranmak zorunda kaldığını, bireysel ve toplumsal düzlemde yaşanan dijitalleşmenin doğurduğu fırsatlara çeşitli ölçülerde bazı sorunların da eşlik ettiğini göz ardı etmemek gerek.

Gündelik yaşamımızın önemli bölümünün dijital düzleme taşınmasıyla birlikte siber uzayın genişlemesine ek olarak; hem özel sektör, hem de kamu kurumlarının yer yer plansız, gerekli altyapıdan yoksun olarak ve hızlı biçimde dijitalleşmesi, risk faktörünü de önemli ölçüde artırdı. Artan riskle birlikte hem kişilerin hem de kurum ve kuruluşların siber güvenliğe duydukları ihtiyaç da arttı ve artıyor.

Alım satımın yanı sıra iş planlamasından kurum içi haberleşmeye, pazarlamadan muhasebeye dek hemen hemen bütün mesleki işlemlerin dijital ortamda yapıldığı göz önünde bulundurulursa siber güvenliğinin gitgide artan önemini kavramak kolaylaşır.

İster devletler düzeyinde, ister kurumlar düzeyinde olsun; siber güvenlik politikalarıyla ilgili karşılaşılan açmazlarda yapılması gereken önemli bir ayırım şudur: Pek çok sorunun kaynağında teknoloji ya da mühendislik açmazları değil, politika açmazları bulunur. Bunlar da ekseriyetle siber güvenliğe yönelik yaklaşımlardaki eksikliklerden ya da yeniliğe uyum sağlamakta gösterilen isteksizliklerden ortaya çıkar. Dolayısıyla, bunun giderilmesi için de, gittikçe genişleyen ve herkesin bir parçası olduğu siber uzayda bireylerin ve şirketlerin kendilerini güvence altına almasının öncelikli şartı dijital güvenlikle ilgili bilinçlenmektir.

Siber güvenlik, bir kurumda sadece bilgi işlem çalışanlarının haberdar olacağı bir konu değildir, üstelik en temel siber güvenlik kavramları konusunda duyarlı olabilmek için sıra dışı beceriler ve yetenekler de gerekmez. Orta yaşlı bir sekreterin ya da lise çağında bir gencin temel siber güvenlik olgularından haberdar olması, daha önemlisi bu bilgiyi dijital dünyadaki işlemlerinde göz önünde bulunduracak duyarlılığı kazanması, bugün evden çıkarken kapıyı kilitlemek seviyesinde temel bir güvenlik gerekliliği haline geldi.

Yaşamımızın artık koparılamaz bir parçası haline gelen bu en temel siber güvenlik gereklerini siber hijyen olarak adlandırabiliriz. Siber hijyen, dijital dünyada ister ticaret yapsın, ister eğitim görsün, ister gündelik işlemlerini yürütsün; herkesin duyarlı olması gereken temel kurallara, siber güvenliğe ilişkin herkesin edinmesi gereken bir yaklaşıma işaret eden bir olgu.

Bugün hemen hemen bütün işlemlerini siber uzayda gerçekleştiren firmaların siber hijyene yönelik duyarlı davranması; gerek emeğin, gerekse yatırımların emniyete alınabilmesi açısından hayati önem taşıyor. Firmaların bugün kapsamlı bir siber saldırı durumunda kaybedecek çok şeyi olabilir; dolayısıyla bir firma da saldırılara karşı ancak aldığı önlemler ölçüsünde dayanıklı olabilir.

İşgücü gelişimi burada devreye giriyor; çalışanların dijital düzlemde bilinçli ve duyarlı davranması, kendilerini ve firmalarını saldırıya açık hale getirmemek için alınabilecek ilk önlemdir. Siber uzayda güvenliği sağlamak için yalnızca belirli güvenlik yazılımlarını kullanmak değil, duyarlı ve bilinçli davranmak gerekir. Bunun için de firmaların, giriş düzeyinden en yüksek yönetici pozisyonuna kadar tüm çalışanlarını siber güvenlik eğitimlerine yönlendirmesi bugün bir gerekliliktir.

Bu siber hijyen eğitimleri; çalışanların yalnızca siber güvenliğin temel kavramlarına aşina olması için değil, aynı zamanda bu aşinalığı bir duyarlılığa dönüştürmesi için de gereklidir. Çünkü bilgili olmak çoğu zaman duyarlı olmakla eş anlamlı değil; önemli olan kazanılan bilgi birikimini fiili bir duyarlılığa dönüştürebilmek. Bu nedenle siber güvenlik alanında gerçekleştirilecek eğitimlerle bilgi sağlanmasının

yanı sıra belirgin bir disiplin sağlanması da amaçlanmalıdır.

Siber hijyen eğitimleri; erişilebilir, anlaşılması kolay eğitimler olmalı. Bunun sonucunda kurumların karşı karşıya kalabileceği risk oranında yüzde 40 civarında düşüş beklenir. Bunun önemli bir bölümünü bireylerin kazandığı durumsal farkındalık unsuru oluşturur; gündelik yaşamda olduğu gibi dijital alanda da sıra dışı gelişmelerin ve ani değişikliklerin farkına varabilmek bu duyarlılığa bağlıdır. Kazanılan durumsal farkındalığın yaygın dolandırıcılık yöntemlerini teşhiste ve dijital iletişimde gösterilecek özende uygulanması gereklidir.

Siber hijyen konusunda kendini geliştirmiş bireyler ve bu bireylerin oluşturduğu kurumlar yalnızca dijital alanda bilinçlenmekle kalmaz, aynı zamanda olası dijital saldırıların gözünde de caydırıcılık kazanır. Çünkü hacker'lar, eğer politik ya da duygusal bir gerekçeleri yoksa, dijital saldırı gerçekleştirecekleri olası hedefleri ayrıntılı olarak araştırırlar ve sonunda hedeflerini buna göre seçerler.

Siber hijyen konusunda duyarlı bireyler olası dijital saldırıların için bu temel duyarlılıktan yoksun olası hedeflere kıyasla daha çetin hedefler olduğu için, siber güvenliğe ilişkin bilinç ve duyarlılık her şeyden önce pasif bir caydırıcılık oluşturur.

Salgının hızlandırdığı dijitalleşme sürecinin yarattığı fırsatlar, bu dijitalleşme sürecini beklenenden ya da hazır olduğundan daha hızlı yaşayan kurum ve kuruluşlar için açtığı yolların yanında belirli riskler de oluşturuyor.

Pandemi sonrası normalleşme girişimleri, bazı alanlarda yoğunlaşan dijital etkileşimi bir ölçüde azaltabilir ve dijital süreçler belirli durumlarda zorunluluk olmaktan çıkabilirse de, bu durumda da yok olmak yerine alışkanlığa dönüşeceklerini tahmin etmek zor değil. Bu nedenle plansız dijitalleşmenin firmaları saldırıya açık duruma getirmemesi için temel siber güvenlik duyarlılığının hem bireylere, hem kurumlara aşılması yaşamsal önem taşıyor.

Bireylerin ve kuruluşların siber uzayda ancak en zayıf halkası kadar güçlü olabilen bir zincir oluşturduğunu gözden kaçırmamak ve siber hijyen eğitimine hak ettiği önemi vermek, geleceğin dijital dünyasında kendimizi ve kurumumuzu güvence altına almak için atmamız gereken birinci adım.



“AİLE ŞİRKETLERİ HALKA ARZ İLE YAŞAM SÜRELERİNİ UZATIYOR”

İnfö Yatırım Genel Müdürü Hüseyin Tarkan Akgül, kurumlarda birinci nesillerin öz sermaye kârlılığı şeklinde bir finansman modeli izlerken ikinci nesille birlikte başta banka kredisi olmak üzere dış finansman kullanımının da yoğunlaştığını gözlemliyor. Son dönemde birçok aile şirketinin halka arz yoluyla finansman alternatifini daha fazla göz önünde bulundurduğunu kaydeden Şahin, “Halka arz ile şirketler ortaklarından bağımsız olarak yaşam sürelerini uzatabiliyor” diyor.

L 994'ten bu yana sermaye piyasaları alanında faaliyet gösteren İnfö Yatırım Menkul Değerler; bireysel ve kurumsal yatırımcılara sermaye piyasası araçlarının alım-satım aracılığının yanı sıra, yatırım danışmanlığı, portföy yönetimi ve kurumsal finansman hizmetleri sunuyor. Borsa İstanbul A.Ş. Pay Piyasası, Borçlanma Araçları Piyasası, Vadeli İşlem ve Opsiyon Piyasası ve Kaldıraçlı Alım Satım İşlemleri'nde aracılık hizmeti de veren İnfö Yatırım; halka arz olduğu 30 Eylül 2011'den bu yana Borsa İstanbul'da 'İNFÖ' koduyla da işlem görüyor.

İnfö Yatırım Genel Müdürü Hüseyin Tarkan Akgül; “Güçlü öz sermayemizi, piyasalardaki tecrübemizi ve uzman kadromuzu teknolojik altyapıyla birleştirerek genel müdürlük haricinde, tamamı 2019 Nisan dönemi sonrası açılan toplam 22 irtibat bürosuyla hizmet veriyoruz” diyor. Hüseyin Tarkan Akgül; özellikle son dönemde artan borçlanma seviyeleri, faiz ve kur riskinin yönetiminin şirketlerin genel faaliyetleri içerisinde daha fazla önem arz etmesi neticesinde birçok aile şirketinin halka arz yoluyla finansman alternatifini daha fazla göz önünde bulundurduğunu gözlemliyor. Halka arz ile şirketlerin ortaklarından bağımsız olarak yaşam sürelerini

uzatabildiklerini vurgulan Akgül; bu durumun farkına varan birçok aile şirketinin ortaklıklarının da şirketlerin devamlılığını sağlamak için halka arzı bir yol olarak gördüğünü kaydediyor.

Hüseyin Tarkan Akgül; dalgalı piyasa koşullarında aile şirketlerine finansal konularda mutlaka uzmanlığını finansal konularda yapmış tecrübeli profesyonel kimliklerle çalışmalarını öneriyor. Akgül'e göre; aile şirketleri yatırımlarının değerlendirilmesinde kullandıkları banka ve/veya aracı kurumlardaki lisanslı profesyonellerden destek almalı. İnfö Yatırım'ın yeni dönem ajandasını konuştuğumuz Hüseyin Tarkan Akgül'den aile şirketlerindeki finansal yapı, halka arz iştahı ve yatırım stratejileri konusunda bilgi aldık.

Müşteri sayınız ve yıllık işlem hacminiz nedir?

İnfö Yatırım'ın toplamda 73 bin müşterisi var. Müşterilerimizin saklaması adı altında hisse, Eurobond,

bono ve bakiye olarak 17 milyar TL'nin üzerinde overall büyüklüğüne ulaştık. Tüm hizmetlerimiz kapsamında sektörde ilk beşte yer alıyoruz. Hisse senetleri ve VIOP hacmimiz sektör genelinde yüzde 5 pazar payına sahip.

2022 yılı planlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Kurumumuzu incelediğimizde yurt içi potansiyelimizin çok yüksek, altyapısının çok sağlam, sisteminin çok kuvvetli olduğunu görmekle birlikte, esas büyümemiz gereken kısmın yurt dışı taraf olduğunu ilk bakışta analiz edebiliyoruz. Yurt içi tarafta kısa sürede çok iş yapmış ve hedeflerini çok hızlı yükseltmiş bir kurumuz. Bundan sonraki süreçte hem yurt içi tarafı hacim ve büyüklük anlamında artırmak hem de bunun yanına farklı enstrümanları entegre ederek 'private segment' yatırımcıları da kurumumuza kazandırmak ve yatırımlarını kurumumuzda yapmalarını sağlamak amacındayız. Ayrıca şube sayımızın artması için gerekli çalışmalarımızı yaptık. Bu yıl içinde 5 yeni şube açmak için çalışıyoruz.



"KİTLE FONLAMA LİSANSI ALAN İLK BANKA DIŞI ARACI KURUM OLDUK"

"2021 yılsonu itibarıyla 263 milyon TL olan özkaynaklarımızı, 2022 yılı ilk çeyrek sonu itibarıyla 341 milyon TL'ye yükselttik. Net kârımızı da 48 milyon TL'dan 109 milyon TL'ye çıkararak başarılı bir yıl geçirdik. Finansal başarılarımızın yanında planladığımız proje ve projeksiyonlarımızda da hedefimize ulaştık. 2021'de kitle fonlama lisansı alan ilk banka dışı aracı kurum olduk. İno Yatırım olarak fona ihtiyaç duyan girişim ve projeleri 'Startup Burada' dijital platformu aracılığıyla yatırımcılarla buluşturmaya başladık. Küreselleşen dünyada, İno Yatırım olarak kaynak olabileceğimiz her başlangıcın içinde olmaktan gurur duyuyoruz. 'Startup Burada Paya Dayalı Kitle Fonlama Platformu' ile özgün projeleri olan girişimcilerin yeni fikir ve girişimlerinin hayata geçmesi için bu projelere destek verebilecek yatırımcıları bir araya getiriyoruz."

Farklı alanlarda yatırımlarınız olacak mı?

HFT işlemlerimizin hacmimizde oranını artırmak için teknolojik altyapı çalışmalarımız devam ediyor. Yatırım danışmanlığı kapsamında yatırımcılarımıza sağladığımız Fintables, Hisse Sinyal, Zeplex ve Hisse Radar uygulamalarımızın geliştirmeleri devam ediyor.

Aile şirketlerinde genel olarak nasıl bir finansal yapı olduğunu gözlemliyorsunuz?

Birinci nesil tarafından kurulan aile şirketlerinde kurucular genellikle finans, pazarlama ve üretim gibi alanlarda karar alıcı ve uygulayıcı noktasında kendileri yer alıyor. İkinci nesle ulaşan yapılarda ise profesyonellerin şirket bünyesinde belirli konulara geldiğini gözlemliyoruz. Aynı şekilde kurumlarda birinci nesiller daha ziyade öz sermaye kârlılığı şeklinde bir finansman modeli izlerken ikinci nesil ile birlikte başta banka kredisi olmak üzere dış finansman kullanımının da yoğunlaştığını gözlemliyoruz.

Aile şirketlerinin halka arz konusundaki iştahları nasıl? Onlara halka arz konusunda nasıl bir yol izlemelerini önerirsiniz?

Özellikle son dönemde artan borçlanma seviyeleri, faiz ve kur riskinin yönetiminin şirketlerin genel faaliyetleri içerisinde daha fazla önem arz etmesi neticesinde birçok aile şirketinin halka arz yoluyla finansman alternatifini daha fazla göz önünde bulundurduğunu görüyoruz. Halka arzın cazibesini artıran bir diğer faktör ise ikinci ve üçüncü neslin ortaklık yapısı içerisine dahil olması sonucunda şirketlerde kurumsallaşma ihtiyacının artış göstermesi.

Bu noktada Türkiye'de birçok şirketin ömrü yurtdışındaki emsalleri ile kıyaslandığında çok sınırlı oluyor. Dünyada Pfizer, Dupont, Kellogs gibi 100 yılı aşan çok sayıda halka açık şirket bulunurken ülkemizde yüz yılı deviren şirket sayısı bir elin parmaklarını geçmiyor. Bu noktada halka arz ile şirketler ortaklarından bağımsız olarak yaşam sürelerini uzatabiliyor. Bu durumun farkına varan birçok aile şirketinin ortaklıkları da şirketlerin devamlılığını sağlamak için halka arzı bir yol olarak görüyor.

Risklerin yüksek olduğu, dalgalı piyasa koşullarında aile şirketleri finansal durumlarını korumak için neler yapmalı?

Aile şirketleri finansal konularda mutlaka ama mutlaka uzmanlığını finansal konularda yapmış tecrübeli profesyonel kimliklerle çalışmalı. Buna ek olarak bu yatırımlarının değerlendirilmesinde kullandıkları gerek banka gerekse aracı kurumlardaki lisanslı profesyonellerden de destek almalarını öneriyoruz.



ARGE DANIŞMANLIK YÖNETİM KURULU BAŞKANI DR. YILMAZ ARGÜDEN

BİLGİ EMEKÇİLERİNİ YÖNETEBİLMEK



Değer yaratmanın en önemli girdisi bilgidir. Zaten çağımıza “bilgi çağı” denmesinin nedeni de en büyük zenginlik yaratma kaynağının tabii kaynaklar, fiziki sermaye yatırımları değil, bilgi olmasıdır. Bu nedenle, bilgi yönetimi için birçok yöntem ve araç geliştiriliyor ve organizasyon yapılarında da önemli değişiklikler oluyor. Bilginin diğer sermaye kaynaklarından ayırt edici en önemli özelliği paylaşıldıkça artıyor olmasıdır. Bu nedenle, en önemli değer kaynağı olan bilgiyi artırmak ve geliştirmenin en etkin yolu onu paylaşmaktır. Organizasyon yapılarını bilgiyi paylaşmak ve geliştirmek anlayışı üzerine kuran şirketler daha başarılı oluyor. Şirketler her geçen gün daha fazla bilgi emekçisi istihdam ediyorlar. Ancak, bilgi emekçilerinin yönetimi farklı yaklaşımlar gerektiriyor. Şirketlerin değişik birimleri arasında çekişme değil, öğrenme kültürü oluşturulması birçok fayda sağlayabiliyor. Örneğin, en iyi uygulamaların paylaşılması maliyet düşürmede önemli bir araç oluyor. Şirketin farklı bölümleri ile iletişim içinde olanlar kurumsal deneyimi kararlarına yansıtarak, daha kaliteli kararlara ulaşabiliyorlar. Farklı birimler ve coğrafyalar

arasında deneyim ve ürün paylaşımı satışları artırarak dağıtım kanalları ve müşteriler üzerindeki etkiyi artırabiliyor.

Farklı birimler arasında bilgi ve deneyim paylaşımı şirketin yenilikçilik ve yaratıcılık kapasitesini geliştiriyor. Yaygın bilgi ve deneyim paylaşımı aynı zamanda insan kaynaklarının daha hızlı gelişmesini ve dolayısıyla şirketin büyümesini desteklemeyi de sağlıyor.

Bilginin paylaşıldıkça artabilmesi için paylaşımın birbirleriyle yakın düzeyindekiler arasında olması önem taşımaktadır. Bu nedenle, aynı organizasyon içindeki benzer uzmanlık seviyesindeki sınırlı kişinin bilgi paylaşımının ötesinde kurumlar arası paylaşımın önemi artıyor. Farklı kurumlarda çalışanlar da aynı konu üzerinde benzer bilgi düzeyinde bulunanların bilgi paylaşım ortamları yaratılması bilgi emekçilerini yönetebilmenin araçlarından birisini oluşturuyor.

Bu bilgi paylaşım ortamlarında üyelik bilgi emekçilerinin bilgi geliştirme konusundaki motivasyonları ve katkılarıyla sağlanabiliyor. Herhangi bir platformda üyeler arasında bilgi düzeyi farkı açılmaya başladığında bu organizasyon yapısı kendisini yok edip, yenilerinin kurulduğu bir ortama bırakıyor.

Bu bilgi paylaşım ortamları büyük şirketlerin farklı bölgelerindeki organizasyonları arasında kurulabildiği gibi birbirinden tamamen bağımsız şirketler arasında da oluşabiliyor. Özellikle internetin yaygınlaşmasıyla, bu grupların bilgi paylaşımında mekân ve zaman kısıtları ortadan kalkıyor. Böylelikle “en iyi uygulamaların” paylaşılabilirdiği bir ortam yaratılıyor. Farklı organizasyonlardan gelenlerin bilgi paylaşımı tüm sistemin gelişme hızını artırıyor. Aynı profesyonel alanda uzmanlarla bir araya gelebilme uzmanlık gelişimi açısından insanların öz değerlendirme yaparak gelişmelerine fırsat tanıyor.

Kurumsal bilgi paylaşım ortamlarını oluşturabilen şirketlerin yeni iş fikirleri ve alanları geliştirme

konusunda önemli kazanımlar elde ettikleri gözleniyor. Bunlar resmi olmayan yapılar olsalar da iyi yönetim ile teşvik ile gelişmeleri desteklenebiliyor. Bir bahçe gibi zamanında tohum atıldığında, düzenli olarak gübre ve su verildiğinde, gerektiğinde yabancı otlardan temizlendiğinde daha çok yeşeriyorlar.

Bu nedenle, bilgi platformlarına katkıda bulunabilecek bilgi emekçilerini teşvik etmek, platformun katılımcılar için kolay kullanılabilir olmasını sağlamak için bilgi ağları kurmanın yanısıra, bu ağların etkin çalışabilmesi için kurum içinde farklı rolleri üstlenecek bireylerin de teşvik edilmesi gerekiyor. Kurumsal bilgi ağlarının iyi çalışabilmesi için farklı görevler üstlenen bilgi emekçilerini bir arada çalıştırmak gerekiyor:

1 GELİŞTİRİCİ: Bu insanlar başkalarına enerji veren, onları koçluğuyla, düzenli ve pozitif geri beslemeleriyle ilgili ağ için sürekli katkıda bulunmaya yönlendiren kişilerdir. Bu insanlar bilgi ve deneyim paylaşımını özendirerek ağ üyelerinin ve dolayısıyla ağın etkinliğini geliştirirler.

2 TERCÜMAN: Bu insanlar ağın bir parçası olmaktan keyif duyarlar. Bir ağda edindikleri bilgi ve deneyimleri bağlantıda oldukları diğer ağlara iletmeyi, gerektiğinde gerekli uyarlamaları yapmayı (tercüme etmeyi) bir görev olarak üstlenirler. Parçası oldukları ağlara farklı alanlardan bilgi ve deyim ulaşmasını sağlayarak gelişme sağlarlar.

3 ARAŞTIRMACI: Ağda ortaya çıkan sorulara cevap bulmayı, cevap bulmak için zaman harcayarak araştırma yapmayı görev edinirler ve dolayısıyla, ağın referans noktalarından biri haline gelirler.

4 ARACI: Ortaya çıkan sorulara cevap bulmaya odaklanmak yerine, cevapları sağlayabilecek kişileri motive etmeye çalışırlar. Böylelikle ağın akışkanlığını artırmaya yardımcı olurlar.

5 TOPARLAYICI: Bu insanlar, ağa katkıda bulunanların görüşlerini özümseyip, özetler çıkartırlar ve editörlük yaparak ağdaki bilgilerin kolayca anlaşılmasını ve bulunmasını sağlayacak anahtar kelime ve başlıklar oluştururlar. Hazırladıkları özetlerin hem ağ içerisinde hem de ağ dışında paylaşılmasını sağlamaya yönelik çalışmalarda bulunan kişilerdir. Ağın toplumda daha geniş bir etki alanı oluşturmaya yardımcı olurlar.

6 MENTOR: Ağın ilgi alanında uzman olan ve bu uzmanlığını ürettiği içerikle gösteren kişilerdir. Ürettikleri fikirleri paylaşarak ağ üyelerinin düşüncelerini ve eylemlerini yönlendirirler.

Kurum kültüründe yardımlaşmanın teşvik edilmesi ve bilgi transferinde başarılı rol oynayanların ödüllendirilmesi de kurumsal öğrenme hızını artırıyor. Kurumsal öğrenmeyi teşvik edecek bir kültür oluşturabilmek için şirkette liderliğin bu konuya özel önem vermesi ve zaman ayırması gerekiyor. Ayrıca, insan kaynakları sistemlerinin işe giriş aşamasından, eğitim, rotasyon, ödüllendirme ve kariyer gelişimi aşamalarının her birinde bu kültürün teşvik edilmesi gerekiyor. Ayrıca, farklı birimlerde çalışanların sosyal ortamlarda bir araya gelmelerinin teşvik edilmesi ve çeşitli sorunların çözümünde değişken takımların kurulması da kurumsal öğrenmeyi hızlandırıyor. Bilgi sistemlerinin etkinliği ve en iyi uygulamalar kadar hataların da rahatlıkla paylaşıldığı ortamların yaratılması da kurumsal öğrenme hızını etkileyen unsurlar olarak ortaya çıkıyor. Özetle bilgi emekçilerinin yönetimi farklı yönetim anlayışları, organizasyon yapıları ve kurum kültürü gerektiriyor. Bilanço ve fiziki varlıklar kadar entelektüel varlıklarını da iyi yönetmek isteyen şirketler bu değişimleri uygulayamaya da özen göstermelidir.



“İHRACATTA YENİ REKORUMUZA İMZA ATMAYI HEDEFLİYORUZ”



L 1993'te kurulan Petroyağ, bugün Türkiye'nin endüstriyel yağ pazarının yüzde 22'sini karşılayan, 40'dan fazla ülkeye ihracat yapan ve dünyanın farklı bölgelerinde tesis yatırımı bulunan bir grup olarak faaliyetlerine devam ediyor. Son altı yılda kendi sektörlerinde gelişmeye devam eden dört farklı şirketi Petroyağ Grup çatısı altında topladıkları bilgisini veren Petroyağ Yönetim Kurulu Üyesi Serra Soysal Koyuncu, 2021'i 48 bin ton satış ve 81 milyon dolar ciro ile kapattıklarını kaydediyor. “Bizim için asıl pazar, ihracat. Son üç yıldır ihracatta ciddi artış sağladık. 2022'de rekorumuzu yeniden kıracağımızı öngörüyoruz” diyen Serra Soysal Koyuncu, yayılma stratejilerini ise know-how satın almaları üzerinde yoğunlaştıracakları bilgisini veriyor. Serra Soysal Koyuncu ile Petroyağ'ın başarı hikayesini ve yeni dönem iş planlarını konuştuk.

2021'i 81 milyon dolar ciroyla kapatan Petroyağ, Türkiye'deki endüstriyel pazarda yüzde 22 pazar payına ulaştı. **Petroyağ Yönetim Kurulu Üyesi Serra Soysal Koyuncu**, “Hazirana kadar biyoteknolojide inovatif çözümlere yoğunlaşmak amacıyla kurduğumuz şirketimizin tesis yatırımını tamamlayıp üretime almayı ve üretimin yüzde 90'ını ihraç etmeyi hedefliyoruz” diyor. Serra Soysal Koyuncu, 2022'de ihracatta yeni rekora imza atacaklarının da altını çiziyor.

“AİLE ANAYASAMIZI TAMAMLAMAK ÜZEREYİZ”

“Kurumsallaşmayı, grubumuzun uzun yıllar hizmet verebilmesi ve ayakta kalabilmesi için öncelikli hedeflerimizin arasında ilk sıraya aldık. Kişilere bağımlı olmadan kendi kültürü ve değerleri ile devam edecek bir yapı istiyoruz. Grubumuzun 3'üncü nesillere sağlıklı aktarımı ve 1'inci nesilden 2'nci nesle devir planlamasının doğru yapılması için aile anayasası hazırlıyoruz, şu an bitme aşamasında. Yönetim kurulumuz iki birbirinden değerli bağımsız yönetim kurulu üyemizin desteğiyle ilerliyor. Aynı zamanda profesyonellerden oluşan bir icra kurulumuz var. Bana göre; bir şirkette profesyonel olarak çalışanlar ne kadar inisiyatif alabiliyor, ellerini taşın altına tereddütsüzce ne kadar koyabiliyorlarsa o şirket o oranda kurumsaldır.”

Petroyağ'ı tanıyabilir miyiz?

Petroyağ, 1993'te Ünal Soysal tarafından kuruldu. Yüzde 100 yerli sermaye ile kurulan şirketimiz, kurulduğu ilk dönemlerde kısıtlı bir ürün gamıyla belli sektörlerle hizmet ediyordu. Bugün geldiğimiz noktada

Türkiye'nin endüstriyel yağ pazarının yüzde 22'sini karşılayan, 40'dan fazla ülkeye ihracat yapan ve dünyanın farklı bölgelerinde de tesis yatırımı bulunan bir grubuz. Tüm tesislerimizin toplam üretim kapasitesi de senelik 70 bin mt'u buluyor.

Attığınız yeni adımdan bahsedebilir misiniz?

Belli bir bütçeyi aşan Ar-Ge projelerimizi Petroyağ Lubricants çatısı altında ticari faaliyete dönüştürmektense, konusunun uzmanları ve know-how'ıyla birlikte farklı şirketlerin çatısı altında ticarileştirme stratejisini benimsiyoruz. Lokomotif şirketimiz Petroyağ Endüstriyel Yağlar'ın alanında ciddi bir sektör tecrübesi ve müşteri portföyü oldu. Bu müşterilerin çoğu Türk sanayisine hizmet veren ilk 1000'deki şirketler. Zamanla sektörler ve ürünler değişebiliyor, biz ise hep trendleri takip edip bu alanda öncü şirket olduk. Bu sayede bitkisel alandaki yağlar ve kimyasalların geleceğini görüp Proil Oleochemicals'ı kurduk. Bu şirketimiz de grup içinde ciddi ivme kaydetti. Geçen yıl kurduğumuz Coral Inovative Solutions ise uzun Ar-Ge çalışması gerektiren, Türkiye'de üretimi olmayan, hatta dünyada 3-4 üreticisi olan ürünleri üretmek adına kurduğumuz bir şirket. Son 6 yılda kendi sektörlerinde gelişmeye devam eden 4 farklı şirketimiz oldu. Sonunda resmi olarak Petroyağ Grup çatısı altında grup şirketi olduk.

2021 nasıl geçti?

Petroyağ Grup olarak, kontratlı hammadde anlaşmalarımız ve dünyanın sayılı rafinerileri ile olan uzun soluklu iş birliklerimiz sayesinde karşılaştığımız yoğun talebe çok rahat cevap verebildik. Daha önce hiç çalışmadığımız firmalardan ya da var olan müşterilerimizden beklenenin çok üzerinde bir taleple karşılaştık. 2021'i 48 bin ton satış ve 81 milyon dolar ciro ile kapattık.

2022 gündeminizde neler var?

2022 Haziran'a kadar biyoteknoloji sektöründe inovatif çözümlere yoğunlaşmak amacıyla kurduğumuz şirketimizin tesisini tamamlayıp üretime almayı ve üretimin yüzde 90'ını ihraç etmeyi hedefliyoruz. Tesis yatırımımıza 36 milyon TL'lik bütçe ayrıldı. Yine Oleo kimyasallar alanında hizmet veren diğer grup şirketimizin büyüme hedefi için çalışmalara devam ediyoruz. Yeni projelerimizle satış kapasitemizi de artırmayı planlıyoruz.

Dijital dönüşümle ilgili gündeminizdeki projeler neler?

Petroyağ Grup'ta faaliyet gösteren her bir şirket, dijital olarak uçtan uca süreç yönetimi modelini benimsiyor. Aynı zamanda müşteri memnuniyetleri, İK

“KNOW-HOW SATIN ALMALARINI ÜZERİNDE YOĞUNLAŞACAĞIZ”

40'TAN FAZLA ÜLKEYE İHRACAT

Gürcistan'da Poti Limanı'nın içinde 10.000 mt kapasiteli üretim tesisimiz var. Buradan CIS ülkelerine ihracat yapıyoruz. Gürcistan ve Türkiye'deki tesislerimizden toplamda 40'tan fazla ülkeye ihracatımız mevcut. Yunanistan, Ukrayna, Romanya, Bulgaristan, Makedonya, Azerbaycan'ında aralarında bulunduğu 16 ülkede distribütörlüklerimiz var. Özel kimyasalların dağıtımını ve tedarikini gerçekleştiren ve bulunduğu bölgedeki müşterilerimize ürün sağlayan İsviçre'de de yatırımımız var.

“COĞRAFİ YAYILIMIMIZ ARTIYOR”

Globalleşme konusunda adım atmaya devam edeceğiz. Lojistik ağında meydana gelen değişiklikler ve hammadde tedarikinin operasyonel süreçlerindeki yeni oluşumlar bizi pazarda coğrafi yayılımlara itti. Bu da farklı bölgelerde yatırıma dönüştü. Bundan sonra da bu şekilde ilerleyeceğiz. Yayılma stratejimizi know-how satın almaları üzerinde de yoğunlaştıracacağız. Bizim için asıl pazar, ihracat. Son üç yıldır ihracat satışlarımızda ciddi artış sağladık. 2022'de de kendi rekorumuzu yeniden kıracağımızı öngörüyoruz.

süreçleri, performans değerlendirme ve proje yönetimi gibi süreçler de birbirine bağlantılı şekilde dijital ortamda takip ediliyor. Gündemimiz de bu modellerin sürekli olarak iyileştirilmesi ve geliştirilmesi yönünde ilerliyor.

AR-GE çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

İşimizin özü AR-GE. Eğer sürekli inovasyon ve ürünlerde iyileştirme, yeni projeler yapmasaydık bugünkü noktaya gelemezdik. Zaten bir AR-GE departmanımız vardı. Sanayi Bakanlığı'ndan onaylı AR-GE merkezimiz ise 2016'da kuruldu. AR-GE merkezimizde şu an 22 kişi çalışıyor. 2021'de AR-GE'ye 6,5 milyon TL bütçe ayırdık. Bu tutar ciromuzun yüzde 1,5'u gibi bir orana tekabül ediyor. Fakat bizim gibi şirketleri bu oran ile karşılaştırmak doğru olmaz çünkü biz B2B hizmet veren şirketleriz. AR-GE kadar tesis yatırımlarımız da çok fazla. En büyük örneği son şirketimiz Coral. Sadece bu tesise 36 milyon TL yatırım yaptık.



ULUSAL AİLE İŞLETMELERİ ZİRVESİ

PEKİ YA BUNDAN SONRA...

Geleceğin dünyasında aile şirketlerini neler bekliyor? İşte bu sorunun yanıtı 1-2 Ekim 2021 tarihleri arasında çevrimiçi olarak gerçekleştirilen TAİDER 9. Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi'nde ele alındı. "Peki Ya Bundan Sonra..." temasıyla gerçekleştirilen zirveye, iş dünyasının önde gelen isimlerinden oluşan 25 konuşmacı katıldı. Zirvede düzenlenen 9 farklı oturumda gelecekte aile şirketlerini bekleyen risk ve fırsatlar ele alındı.



Geçtiğimiz yıl 1-2 Ekim tarihleri arasında "Peki Ya Bundan Sonra" temasıyla çevrimiçi düzenlenen TAİDER 9. Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi'nde toplam 9 oturum gerçekleştirildi. Fiba Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Murat Özyeğin ve TAİDER Aile İşletmeleri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Tekin Urhan'ın açılış konuşmalarıyla başlayan zirve, Hepsiburada Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Hanzade Doğan'ın oturumuyla devam etti. Ana sponsorluğunu Deloitte Private ve Partner Republic'in üstlendiği zirveye Türk iş dünyasından 25 önemli konuşmacı katıldı. Zirvede Getir Kurucu Ortağı Tuncay Tütek, Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu, Prof. Dr. Özgür Demirtaş, Silk and Cashmere Yönetim Kurulu Başkanı Ayşen Zamanpur ve CEO'su Ferhat Zamanpur, Bilsar Kurucusu ve CEO'su Selman Bilal de konuşmacılar arasında yer aldı. Her konuşmacı kendi çalışma alanında gelecek dünya ekonomisinde aile şirketlerini neler bekliyor konusunda deneyim ve bilgilerini paylaştı. Zirvede konuşmacıların üzerinde durduğu ana unsur, ekonomik zaferin ancak sürdürülebilir ekonomi koşulların sağlanmasıyla yakalanabileceği oldu. Dijitalleşen dünyada yeni ürün üretiminde maliyetlerin en düşük seviyeye indirilmesinin de vurgulandığı zirve-



de, aile şirketlerinin kriz yönetimi, marka değeri, araştırma ve geliştirmeyle sürdürülebilirlik çalışmalarına odaklanmaları konusuna odaklanıldı. Şirketlerinin yaşadığı pandemi süreci ve iklim değişikliğinin getirdiği sonuçların iş hayatına etkisi, aile şirketlerinin krizler karşısındaki genel duruşu ve yaşadıkları deneyimler ele alındı.

VUCA'DAN BANI DÖNEMİNE GEÇİŞ

TAİDER 9. Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi'nin açılış konuşmasını yapan TAİDER Yönetim Kurulu Başkanı Tekin Urhan, pandemiye tüm dünya için değişken (volatility), belirsiz (uncertainty), karmaşık (complexity) ve muğlak (ambiguity) olan VUCA döneminden artık kırılabilir (brittle), endişeli (anxious), doğrusal olmayan (non-linear) ve anlaşılmaz (imcomprehensible) olarak adlandırılan BANI dönemine geçildiğini belirtti.

Hedeflerinin, aile işletmeleri konusunda referans kurum olmak olduğunu söyleyen Urhan, "Aile işletmelerinin ülkedeki demografik durumunun ülke ekonomisine katkısı, nesil geçişleri ve bunun gibi konularda akademik çalışmalar yaparak derneğimizin bir bilgi kaynağı haline gelmesini sağlayacağız" dedi.

Bu nedenle zirvenin temasını "Peki Ya Bundan Sonra..." olarak belirlediklerini söyleyen Urhan, "Ne mutlu bizlere ki aile şirketlerimiz bu dumanlı havada güçlü ve sürdürülebilir büyümesinden ödün vermeden, azimle yolculuklarına devam ediyor. Bu başarının elbette bazı sebepleri var. Aile şirketlerine bu avantajı sağlayan faktörler; uzun vadeli olmaya yönelik kurumsal içgüdü, kurumsal hafıza, akıllıca verilen refleksler ve gelenekler ile gelecek arasındaki dengeyi kurma becerisi" dedi.

HANZADE DOĞAN HEPSİBURADA KURUCUSU VE YKB

"Potansiyelinizi sonuna kadar kullanın"

KENDİ YOLUNU ÇİZDİ

Zirvede kurucusu olduğu Hepsiburada'nın global bir şirkete dönüşme hikayesini anlatan Hepsiburada Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Hanzade Doğan, holding desteği almadan kendi yolunu çizdiğini, 20 yılın birikimi ve emeğiyle bugünlere geldiğini anlattı. "Hepsiburada bugün dünyanın en büyük teknoloji şirketlerinin başında geliyor" diyen Doğan, sözlerine şöyle devam etti: "Aile şirketlerinde ne olursa olsun sırtınızı kurucuya dayayabiliyorsunuz, daha korunaklı bir konumdasınız. Bu yapıdan ayrılıp tek başına yola çıkmak kolay değil. Yaptığımız iş vicdanımıza iyi geliyor mu bu çok önemli. Paydaş kapitalizmi, topluma zarar vermeyen, gelir adaletsizliğini ortadan kaldıran bir sistem olsun.



"DETAYLARI BİLİN"

Herkes hissedar olabilir, ama çalışmak zorunda değil. Ama çalışanlara her zaman ayırım yapılması gerekir. Potansiyelinizi sonuna kadar kullanın, hangi ailenin çocuğu olursanız olun. Aydın Doğan'dan bir alıntı yapmak isterim: 'A'dan Z'ye işinizin detaylarını bilin, işi belinden tutun.' Başarı sadece finansal değil, topluma dokunduğunuz değerdir. Dijitalleşme dünyayı daha küresel yapan bir gelişme iken son yıllarda ticaretin de dijitalleşmesi sektörel değişikliklere neden oldu. Ticaretin dijitalleşmesi birçok yeni markayı öne çıkardı. Bunlardan biri de Hepsiburada. Hepsiburada, ticaretin de dijitalleşmesini kullanarak büyüyen bir şirket oldu."



kendilerini geliştirerek aynı öncelikleri paylaşan diğer aile işletmeleri için de rol model olma potansiyeli, aile şirketlerinin sürdürülebilir büyüme hedefleri doğrultusunda son derece umut verici.”

VAKA ÇALIŞMALARINI ÖNEMLİ

Fiba Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Murat Özyeğin de zirvede yaptığı konuşmada “Yeni Nesil Kurumsallaşma: Liyakat ve Eşitlik” konusunu ele aldı. “Kurumsallaşma konusunda bir ailenin yapması gereken son şey, başka bir ailede gördüğü ama üzerine oturmaya-
cak bir gömleği giymeye çalışmak olmalı” diyen Özyeğin, ikinci nesil aile üyeleri arasında bile farklı görüş, tercih ve öncelikler olabileceğini belirtti.

Her ailenin, doğru çözümleri bulabilmek için vaka çalışmalarını yakından incelemesi gerektiğini vurgulayan Özyeğin, sözlerine şöyle devam etti: “Bu konunun tartışılması sürdürülebilirlik için çok önemli ve TAİDER de bu konuda tüm Türkiye’ye öncülük ediyor. Vaka çalışmalarında öncelikle batıya bakmamız gerektiğini düşün-

yorum. Çünkü bu ülkelerde bizdekilerden daha eski aile şirketleri var ve bu örneklerin pek çoğu, iyi okullarda örnek olarak inceleniyor. Aile şirketlerinin bu vakaları inceleyerek kendilerine en uygun gömleği bulabilme imkânı var. Örnek olarak, Avrupa’da birçok aile ortak işlere giriyor, aile ofisleri yürütüyor. Birçok aile birleşiyor, işleri birbirlerinden öğreniyor. Bir araya geldiklerinde sahip oldukları know-how artıyor. Bir yatırım yaparken pazarlık güçleri artıyor. Aile ofisleri etrafında çok büyük iş birlikleri gerçekleşiyor. Bunlar ileriye dönük çok kıymetli, bizlerin de yaşaması gereken bir dönüşüm fırsatı. Her durumda, kurumsallaşma konusu aile

NESİL DEVRİ PLANLAMASI

TAİDER Üye Profil ve Eğilimler Araştırması kapsamında önemli bir anket gerçekleştirdiklerini de belirten Urhan, sözlerine şöyle devam etti: “Anket çıktılarından da izlendiği gibi aile işletmeleri kendi sürdürülebilirliklerini sağlama konusunda geliştirilecek alanları nesil devrinin planlanması ve kurumsallaşma süreçlerinin tamamlanması şeklinde önceliklendiriyor. Aile şirketlerimizimizin işletmenin ve ailenin kurumsallaşmasıyla birlikte Aile-İş-Ortaklık boyutlarının etkili bir şekilde yönetilmesi konusuna verdikleri önem dikkat çekici. Yönetim kurullarının ve icra komitelerinin

aktif çalışması, uzlaşma kültürü ile kararların alınması, profesyonelleşmede atılan adımlar, gelecek nesillere liderliğin devri için planlı yaklaşımlar, aile anayasaları, aile meclisi toplantıları gibi birçok adım kurumsallaşma yönünde alınan mesafeleri gösteriyor. TAİDER üyelerinin bahsedilen konularda ortalamaların üzerinde yol kat etmiş, daha da ileri gitmeyi planlayan işletmeler ve bireyler olduğunu söyleyebiliriz. Bu anlamda üyelerin

YENİ ZİRVE 4-5 KASIM’DA!

TAİDER 10.Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi 4-5 Kasım tarihlerinde “Dünden Bugüne Değerlerimizle Değişim” temasıyla İstanbul Swiss Otel’de gerçekleşecek. Takvimlerinize lütfen kaydedin!

içinde bir tabu olmamalı ve bu konu kurucunun sağlığında tartışılmalı. Fiba Grubu’ndaki anayasa çalışmalarımızda Hüsnü Özyeğin’in de öncü olduğu gibi, kurucunun da onayıyla her şirket kendine en uygun çözümü bulmalı. Ve tabii ki yeni nesil kurumsallaşmanın temel ilkeleri de liyakat ve eşitlik ilkeleri olmalı. Bu ilkelerin sürdürülebilirliği çok önemli. Bunun için de tüm prensipler yazılı ve kesin kurallara haline getirilmeli.”

YETENEK BULMAK ZORLAŞTI

“Peki Ya Bundan Sonra” temasıyla çevrimiçi düzenlenen TAİDER 9. Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi’nin konuşmacılarından biri de Getir Kurucu Ortağı Tuncay Tütek oldu. Getir’in kuruluşunu ve şirketin geldiği noktayı “Unicorn Yolculuğunda Bir Türk Şirketi” oturumunda anlatan Tütek, şirketin hızlı büyümesindeki itici gücün dijitalleşme olduğunu belirtti.

Funika Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve TAİDER Girişimcilik Komitesi Eş Başkanı Civan Sözkese’nin moderatörlüğünü yaptığı panelde konuşan Tütek, “Getir, 2015-2016 yılları arasında ekonomik sıkıntıları gören ve o zamanlar bayilik sistemine dönen ancak pandemiyle birlikte büyümesini artırıp sesini duyurmaya başlamış bir şirket. Bu büyümesine sebep olan itici güç ise dijitalleşme oldu” dedi. Günümüzde şirketlerin karşılaştığı en büyük zorluğun para değil yetenek bulmak olduğunu söyleyen Tütek, şöyle konuştu:

“Pandemi sürecinde insanların eve kapanması, online bankacılık ve online hizmetlere ilgiyi arttırdı. Aslında unicorn yolculuğunda ve anlayışında bir girişimci olarak her zaman asıl hedef bir girişimci olarak verimsiz alanı verimli hale getirmek. Öte yandan şirketimizin kısa sürede büyük bir sıçrama yaşamasının nedeni ise Amerikalı teknoloji start up’ları gibi yönetilmesi oldu. Aynı zaman girişim yolculuğumuz boyunca kendimize aynı vizyon ve misyon sahibi arkadaşlar edindik. Silikon Vadisi’ndeki gibi parayı dikkatli kullanmaya özen gösterdik.”



“EGOLARDAN SIYRILIN”

Tütek, Getir’deki başarı hikayelerinden yola çıkarak şirket hissedarlarına da önemli tavsiyelerde bulundu. Yönetim kurulu toplantılarında bütün üyelerin egolarını kenara bırakarak çalışması gerektiğini söyledi. Tütek, “Varsayalım ki yönetim kurulu toplantılarında bütün üyeler egolarını kenara bırakarak toplantı odasına gidiyor ve orada kendi işlerini en iyi şekilde yönetmeyi birbirlerine danışıyor ve günün sonunda ortak değerleri göz önünde bulundurarak şirketin yararına olabilecek kararlar alıyorlar. Bence bu kuraldan şaşmamak gerekiyor.”



PROF. DR. ÖZGÜR DEMİRTAŞ

“Enflasyon yükselebilir”

KRİZE DİKKAT TAİDER

9. Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi’nin kapanış konuşmacısı Prof. Dr. Özgür Demirtaş, aile işletmelerine korona sonrası dünya ve Türkiye ekonomisine ilişkin uyarılarda bulundu. Aile şirketlerine makro ekonomik göstergeler konusunda dikkatli davranmaları konusunda tavsiyelerde bulunan Demirtaş, “Ekonomik olarak dünya bu krize para basarak tepki verdi. Amerikan Merkez Bankası’nın para basımı ve diğer bankalara dağıtımı dünya ekonomisinde yön verici oldu” dedi.

KORONA SONRASI EKONOMİ

“Korona Sonrası Dünya ve Türkiye Ekonomisi Nasıl Şekillenecek?” oturumunda Türkiye’de seçimlerin 2023 başında yapılacağını ve bundan önce Cumhuriyet tarihinin en büyük para basımının olabileceğine dikkat çeken Demirtaş, bunun sonucunda da ülkenin korkunç bir enflasyonla yüz yüze kalacağını söyledi. Demirtaş, Türkiye’nin 12 ayda borcu için gerekli parayı ise yapısal reformlar yaparak, karşılıksız para basarak veya vergi artırımla bulabileceğini ifade etti.

PARA POLİTİKASI

Demirtaş, şöyle konuştu: “Ancak Türkiye’nin iyi yanları var. Bunlar ülkenin lokasyonu, genç ve aktif nüfusu, krizlerden çabuk çıkma olgusu ve ihracat sepetinin çok geniş olması. Türkiye’nin kötü yanları ise Merkez Bankası’nın bağımsız olmaması. Aynı zamanda para politikası yanlış, eğitim sistemi kötü, adalet ve hukuk sisteminde de sıkıntılar var. Kişilerin kurumların üstünde bir konumu var. Kurumların bağımsız olması gerekiyor.”



"Gelecek planı olmayan yok olmaya mahkum"

ORTALAMA CİRO 328 MİLYON TL

"Peki Ya Bundan Sonra" temasıyla çevrimiçi düzenlenen TAİDER 9. Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi'nde Dr. Yusuf Soner "Aile Şirketlerinde Güçlü ve Sürdürülebilir Büyüme" konulu atölye çalışması düzenledi. TAİDER Üye Profil ve Eğilimler Araştırması sonuçlarını değerlendiren Dr. Yusuf Soner, TAİDER'e üye aile şirketlerinin ortalama cirosunun 328 milyon TL olduğunu söyledi.

İSTİHDAMDAN TÜRK ŞİRKETLERİ ÖNDE

Avrupalı aile şirketlerinin Türkiye'dekilere göre ciroda yüzde 85 daha büyük olduklarını söyleyen Soner, "Avrupalı şirketler Türkiye'deki şirketlere göre ciroda daha büyük ancak çalıştırdıkları kişi sayısı bakımından yüzde 15 daha geride" dedi.

İHTİYACI ANLAMA Avrupa'da yerinde sayan şirketlerin olmadığını büyüyen ya da küçülen şirketlerin olduğunu belirten Soner, sözlerine şöyle devam etti: "Araştırma sonuçlarında Türkiye'de şirketlerin büyümesi yönünde gelecek planı öne çıkmıyor. Bu da aslında iyi değil. Çünkü gelecek planında büyüme olmayan şirketler zamanla yok olmaya mahkum kalır. Büyüme için en önemli faktör müşteri ihtiyacını anlamak ve ihtiyaca yönelik ürün geliştirmek. Ayrıca risk almak oldukça önemli."



Zirvede yaptığını konuşmada "Yaptığımız işi değerlendirmek ve yaptığımız işin eksilerini görmek en önemli noktalardan biri. Algoritmik düşünmeyi hayatımıza getirmeliyiz" diyen Tütek, Getir'in kurduğu sistemin doğru yolda olup olmadığını görmek için çalıştıkları kuryeleri değerlendirmek için farklı cihazlar



kullandıklarını söylüyor. Çıkan sonuçları hep beraber analiz edip şirketin yararına kullanmak üzere analiz yaptıklarını belirten Tütek, "İyileştirmelerimizi bu şekilde yapıyoruz" diyor. Tütek, şirketin sürdürülebilirliği konusunda ise artık en büyük zorluğun para değil yetenek bulmak olduğunu ifade ediyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME

Sürdürülebilir ekonomi ve şirketler yaratmak zirvede detaylarıyla ele alındı. Moderatörlüğünü Deloitte Türkiye Sürdürülebilirlik Hizmetleri Kıdemli Müdürü Mine İzmirli'nin yaptığı oturuma Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu ile Reflect Studio Kurucu Ortağı Eray Erdoğan konuşmacı olarak katıldı. Panelde konuşmacılar geri dönüşüm faaliyetleri ve sürdürülebilir ekonomi kavramları üzerinde görüşlerini aktarırken az atık ve atık geri dönüşüm faaliyetlerinin sonuçlarını anlattı. Arçelik'in mikrofiber filtre üretimi yaparak sürdürülebilir ekonomi için önemli bir gelişme sağladığını anlatan Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu, mikro fiber fitre üretiminin patentini almadıklarını söyledi. Böylelikle bu teknolojinin herkese açık kullanılmasına, üretilmesine ve geliştirilmesine olanak sağladıklarını anlatan Bulgurlu, şöyle konuştu: "Bu hareketin temel çıkış noktası sosyal faydadır. Arçelik olarak savunduğumuz ve özellikle üstünde durduğumuz konu yeşil dönüşüm. Uluslararası alanda da çevrenin korunması gerektiği gündemde olan bir konu ve bununla ilgili yaptırım çalışmaları sürüyor. Sürdürülebilirlik raporları bu bağlamda uluslararası alanda var olan şirketler için kritik. Arçelik olarak sürdürülebilirlik alanında ciddi çalışmalarımız var. Arçelik olarak geri dönüşümün her aşamada mümkün olduğunu düşünüyoruz ve dev bir geri dönüşüm tesisine sahibiz." Arçelik'in Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde lider şirket olduğunu da söyleyen Bulgurlu, "Hedefimiz düşük karbonlu sanayi dönüşümünün öncüsü olma yolunda ilerlemek" diyor. Bulgurlu Arçelik'in 2030'a kadar olan hedeflerini yakalayabilmesi için tüm tesislerinde yeşil enerjiye geçmesini amaçladıklarını da söyledi.

“GERİ DÖNÜŞÜM ŞART”

“Sürdürülebilir Ekonomiler Yaratmak” oturumunun moderatörü Deloitte Türkiye Sürdürülebilirlik Hizmetleri Kıdemli Müdürü Mine İzmirli ise Deloitte’un sürdürülebilirlik konusunda 3 strateji benimsediğini söyledi. Bunların dijitalleşme, maliyet azaltma, pazara yeni ürünler sunma olduğunu dile getiren İzmirli, “Dünyaya verdiğimiz değer kadar dünyadan değer göreceğiz. Bu anlamda işletmelerin geri dönüşüm faaliyetleri firmaların sürdürülebilirliği için çok önemli” dedi. Aile şirketlerinin kurumsallaştıktan sonra dünya için gereken ve üstüne düşen görevleri yerlerine getirmesi gerektiğini söyleyen İzmirli, sözlerine şöyle devam etti: “Çünkü enerji maliyetlerini önümüzdeki seneler en çok seviyeye çıkacak olan maliyetlerden biri olarak görünüyor. Hakan Bulgurlu’nun “Tehlikeli Tırmanış” isimli kitabında bahsettiği gibi aldığınız riskler kadar şirketiniz ve kendinizi geliştirebilirsiniz ama bunların yanı sıra insani değerleri ve dünya sürdürülebilirliği için yapmamız gereken çok şey var.”

Panelde konuşma yapan Studio Reflect şirketinin kurucu ortağı Eray Erdoğan da WWF’in merchandising operasyonunu yönettiklerini söyledi. 200’den fazla yere sürdürülebilir giyim ürünleri tasarımı ve üretimi yaptıklarını belirten Erdoğan organik pamuğa olan ilgi nedeniyle, fiyatların, döviz bazında iki katına çıktığını anlattı. Erdoğan, “Artık H&M ve Zara gibi hızlı tüketim perakendecileri geri dönüşüm ürünlerine geçmeye başladı” dedi.



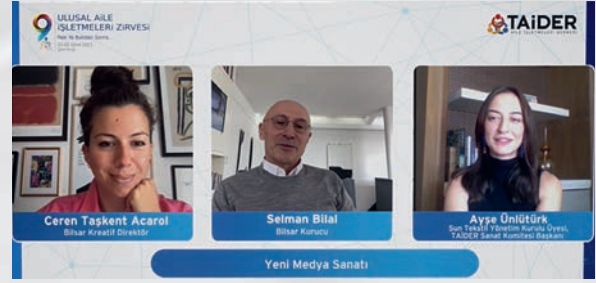
“DENGEYİ SAĞLAMAK LAZIM”

“Aile Şirketinde Bir Markalaşma Hikayesi” oturumuna Silk and Cashmere Yönetim Kurulu Başkanı Ayşen Zamanpur ve Silk and Cashmere CEO’su Ferhat Zamanpur konuşmacı olarak katıldı. Yönetim danışmanı Burak Günbal’ın yönettiği oturumda Ayşen Zamanpur, “Aile şirketleri kurumsal olmaya özenirler. Kurumsal şirketlerse ‘Biz bir aileyiz’ diye aile şirketlerine öykünürler. Bana göre her ikisinin de iyi yönlerini alıp dengeyi sağlamak gerekiyor” dedi. 30 yıllık şirketini iki yıl önce oğlu ve kızına devrettiğini söyleyen Zamanpur, işleri çocuklarına nasıl devrettiğini şöyle anlattı: “Devir sürecimiz en az üç yıl süren, çok kapsamlı, planlı ve her aşamasında çocuklarımla paylaşmaya çalıştığım bir süreçti. Bir kurucu CEO, iş insanı, dene-

yim sahibi bir yönetici ve anne olarak devirde bu dengeleri korumaya çok uğraştığımı, zaman zaman çok zorlandığımı itiraf etmeliyim. Ama sonuçta bakılırsa fena da bir iş başarmadık galiba.”

Annesinden şirket yönetimini devralan Ferhat Zamanpur da şirket içi eğitime büyük önem verdiğini söyledi. “Bunun yanında şirket vizyonumuzda her zaman girişimcilik, vizyon odaklılık ve özgüven en önemli unsurlar arasında yer alıyor” diyen Zamanpur, şunları söyledi:

“Ancak annemden en çok örnek aldığım konuları, 10 maddede şöyle özetleyebilirim: Çözüm odaklı olmak, pes etmemek, takım oyununun önemini bilmek, başka markalara saygı duymak, kendine güvenmek, etik olmak, markanı nasıl temsil ettiğine önem vermek, şeffaf olmak, iddialı hedefler belirlemek ve rakamlarda detaycılık. Bunların dışında kendisinden aldığım pek çok ders olsa da bu özelliklerin hem özel hayatımda hem de iş hayatımda bana en büyük katkıyı sağlayan konular olduğunu düşünüyorum.”



“SANAT DESTEKLENMELİ”

Zirvede “Yeni Medya Sanatı” oturumunun moderatörlüğünü Sun Tekstil Yönetim Kurulu Üyesi ve TAİDER Sanat Komitesi Başkanı Ayşe Ünlütürk yaptı. Bilsar kurucusu Selman Bilal ve Bilsar Kreatif Direktörü Ceren Taşkent Acarol’un konuşmacı olarak katıldığı panelde, dinamizmi yüksek Türk sanatının desteklenmesi gerektiği vurgulandı.

Türkiye’de müzelerin çekim merkezi olması gerektiğini belirten Selman Bilal, video sanatının sergilenmesi için alan sağlamak amacıyla şirketin merkez binasının bir bölümünü kâr amacı gütmeyen, video sanatına odaklanan bir sanat mekânı olarak tasarlayarak Bilsart’a dönüştürdüklerini söyledi. 2018 yılından bu yana Bilsart’ın sanatçıların çağdaş video sanatı üretimlerini her 15 günde bir değişen bir programla sergilediğini söyleyen Bilal, şöyle konuştu: “Bu program, her sergide tek bir iş gösterme ilkesine dayanıyor. Bilsart’ın bu alana odaklanan bir kitaplığı da bulunuyor.”

Kendilerini yaratıcı olarak değil fırsat verici olarak tanımladıklarını söyleyen Bilsar Kreatif Direktörü Ceren Taşkent Acarol da “Yaptığımız projeye 100’den fazla eser ve bir sergi dahil oldu” dedi.



MORAL PARTNERS ORTAK SERRA HAVİYO

AİLE ŞİRKETLERİNDE ORTAKLIK YOLU İLE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK



Günümüzde uluslararası başarıyı yakalamış ve toplumun her kesimince bilinen şirketlerin büyük bir bölümü Türkiye ekonomisinin belkemiğini de oluşturan aile şirketleridir. Gerek aile şirketlerinin büyük bir çoğunluğunun anonim şirket olarak kurulması, gerekse de birleşme devralma işlemlerine konu olan şirketlerin çoğunlukla anonim şirket türünde olması sebebiyle bu yazımızda anonim şirket türünde kurulan aile şirketlerinde ortaklık yolu ile sürdürülebilirlik bakımından değerlendirme yapılmıştır.

Dünyada şirketlerin yüzde 65 ile yüzde 80 arasındaki kısmını aile şirketleri oluşturmakta, aile şirketlerinin çoğunluğu birinci kuşakta yok olmakta veya el değiştirmekte, üçüncü kuşakta yaşayan aile şirketlerinin sayısı ise oldukça düşük kalmaktadır. Devamlılık, ölçülebilirlik ve uzun süreli hedefler oluşturabilme aile şirketlerinin büyümesi için birincil önem taşıyan konulardır ve tüm şirketlerde olduğu gibi büyümenin ve süreklilik sağlayabilmenin yolu kişilerden bağımsız her zaman şirket menfaatlerini gözetken başarılı ve etkin bir yönetim oluşturulmasına, diğer bir ifade ile kurumsal yönetim ilkelerinin bir yönetim ve davranış biçimi olarak içselleştirilmesi suretiyle sürdürülebilir başarı riskinin yönetilmesine bağlıdır. Büyüme ile bağlantılı olarak kurumsallaşma sürecinde aile şirketlerinin ortaklık, yönetim ve aile ile ilgili konuları şeffaflık çerçevesinde birbirinden ayırmak ve aile anayasası hazırlanması, aile konseyi, aile kurulu, danışma ve yönetim kurulları gibi mekanizmalar kurulması elzemdir.

Kurumsallaşma farkındalığı ve bunun şirkete yansımalarıyla şirketin üçüncü kişilerle ortaklık süreçlerine girmesi gündeme gelebilir ve bu halde sürdürülebilir başarıyı yakalamak adına gerek aile mensubu pay sahipleri gerekse yeni ortak için söz konusu olabilecek riskler karşılıklı şekilde görüşülerek mutabakat altına alınmalıdır. Ancak bu yolculukta öncelik verilmesi gereken en önemli kriter, karşılıklı hak yarışından ziyade, şirkette hızlı ve doğru karar almak ve operasyonları efektif şekilde yürütmek

adına taraflar arasındaki ortaklık kimyası ile kurum kültürünün uyduğundan emin olmaktır, aksi halde kültür farklılığı ortaklık süreçlerindeki en dominant bariyerlerden biri olabilir.

Aile şirketlerinde ortaklık yoluyla sürdürülebilirlik ve kurumsallaşma temelinde varsa şirketin mevcut aile anayasasının ruhuna uygun ancak ortakların çıkar birliğine dayalı vizyon ve hedeflerine uygun bir hissedarlar sözleşmesi düzenlenmesi yatar.

Aile anayasası içeriğinde şirkette istihdam edilme gibi koşullardan şirketin üst düzey yöneticilerinin seçiminde, aile servetinin şirkette değerlendirilmesinde önemli işlemlere sahip olmakla temel olarak şirketi gelecek kuşaklara taşımadaki sistemi oluşturur. Bununla birlikte, hissedarlar sözleşmesinde de mevcut ortaklık yapısı, payların korunması, devir sınırlamaları ve buna bağlı haklar, yönetim hakları, rekabet hükümleri gibi konular düzenlenir. Türk Ticaret Kanunu tahtında şirketlerin ana sözleşmelerinde düzenleme yapılabilecek konular emredici hükümler ilkesi gereği sınırlı kaldığından, aile ile ilgili hususların kişiselleştirilebilmesini sağlayan ve ortaklık yapısına ilişkin olarak ana sözleşmede düzenlenemeyecek nitelikteki hükümlerin mutlaka hissedarlar sözleşmesinde yansıtılması uygun olur.

Sonuç olarak doğru bir ortak ile büyüyen bir aile şirketi sermaye yapısını güçlendirmiş, ortağının know-how ve bilgi transferiyle inovasyona yönelik avantaj sağlamış, verimliliği/kârlılığının artmasıyla paralel olarak global pazarda rekabet edebilmek için kendini geliştiren ve daha geniş bir bakış açısının ürünü olan sürdürülebilirlik yolunda gerek paydaşlarına daha saygılı, gerek çalışanlarına daha çok değer veren ve çevreye daha duyarlı sosyal etkileri yüksek projeleri önceliklendirebilen bir evreye geçmiş ve yolculuğunu bu ilkeler doğrultusunda devam ettiriyor olacaktır.

endless conveyor web

FOR BISCUIT PRODUCTION



**BEZBAND
TEXTILE LTD.**

www.bezband.com

Anadolu Mahallesi Kavaklı Sk. No. 6 16260 Bursa TURKEY
Tel: +90 224 360 91 58 - 360 52 22 Fax: +90 224 364 38 11 Mail: bezband@bezband.com

aromsa
40. yıl



Lezzet Yolculuğunda 40 Yıl

Kalite, dürüstlük ve güven üzerine kurulu çalışma prensibimiz ve yenilikçi ürünlerimiz ile 40 yıldır hayata lezzet katıyoruz.

www.aromsa.com