

**Sedat
YILMAZ**



sedat.yilmaz@analizgazetesi.com.tr

**İmalattaki zayıflık girdi
enflasyonu kaynaklı**

İMALAT sektörüyle enflasyon arasında ayırtılmaz bir bağ var. Son yıllarda bahsettiğimiz kur geçişliliği bunlardan en önemlisi. Kur, imalat pahalı hale getiriyorsa, yurt içinde enflasyonu yükseltmesinin yanında yurt içi talebi ve ihracatı da yavaşlatabiliyor. Neticede arzda sıkıntılar direkt talebe olumsuzluk şeklinde yansıyor.

2020 Aralık yüzde 25,15'lik üretici enflasyonu (UFE) ve arzda enflasyonun etkisiyle yüzde 14,60'a çıkan mamul enflasyonu, dünkü yazarmızdaki ifadeyle Mayıs'a kadar yükselmesini sürdürmeye benziyor. Maliyet enflasyonu ile tüketici enflasyonu arasındaki yalıtık 11 puanlık makasın geçişliliği kapılmadan Mayıs'a kadar etkili olacak. Kurdaki yüksek dalgalanma sebebiyle aslında üretici ve tüketici enflasyonu arasındaki fark 2019 Nisan'dan bu yana gerçekleşen zirve.

Ana **grup** gruplarımıza analiz ettiğimizde aylık bazda yüzde 2,91'lik ana mali enflasyonu ve yüzde 2,86'lık enerji enflasyonu; imalatta ay bazında yüzde 2,67 fiyat artışı, 23 alt sektörde 20 sektörün enflasyonist baskıya uğradığının habercisi. Bir bakıma tüketici enflasyonu trendini dik tutan; imalat sektörü... Ana metaller, kok, rafine petrol ürünleri ve gıda ürünleri maliyetleri artıran içinde gelen baskın değerler. Aynı grup, yıllık cökürdek verilerini 100 baz puanlık artışta yüzde 14,31'e ulaştırmasa, seyirini yavaşlatırsa lider enflasyon aşerinin desamı edeceğini fotoğraflıyor.

Anti parantez; son 15 yılda açık enflasyon hedeflemesine geçilmesinden bu yana TCMB, hedef enflasyonu 2020 itibarıyla on ikinci defa tutturamadı. Tabii bu durum müktesip sürecini ortaya çıkarıyor. Yani gerçekleşen enflasyon hedef tahmini dışında kalması dolayısıyla Merkez Bankası (TCMB) hükümete açık müktesip yazacak.

Enflasyondaki yükselişin etkisi imalat PMI üzerinde rahatlıkla görülebilir. Kasım'da 51,4 olan **ISO Türkiye** İmalat PMI Aralık'ta 50,8'e geriledi. Son veri imalatta iyimserliğin devamını raporluyor ancak gerek ekonomideki sıkıştırmaya ve genelleşen enflasyondaki yükselişli faaliyetleri kısıtlıyor. Virüsle ikinci dalga ve mutasyon elbette imalat aktivitesini zayıflattı. Bu da siparişleri azaltıyor. Dolayısıyla söz konusu süreç imalat PMI verilerini aşağı çelloyor. İmalat sektöründe aktivite zayıflasa da üretimi desteklemek gayesiyle istihdam artışı ve satın alma faaliyetlerini artırması bizi sevindirir iki mütepet gelişme. Söylediğim gibi bir tarafta TL'nin zayıflığı, talebe bağlı arz yetersizliği ve üretim maliyetlerindeki artış, enflasyonu Eylül 2018'den bu yana yükseltilmeye çalışıyor. Hatırlanacağı üzere 2018 Eylül'ünde aylık yüzde 6,30 ve yıllıkta yüzde 24,52'ye gelen enflasyon iş dünyası tarafından endişe ile karşılanmıştı.

Geniş çerçeveli analizimizde imalat sektörü ile enflasyonun birbirinden ayrılmaz bir parçası olduğunu gösteren diğer argüman tedarik zinciri... Pandemi nedeniyle arz ve talebin önemli aşığı olan tedarik zincirindeki tıkanmalar, kur geçişliliği kadar enflasyonist baskıya da kuvvetlendiriyor. Olay biraz daha açarsak; gıda, tekstil, metal, giyim ve deri gibi on sektörün 8'inde girdi maliyetleri Kasım ayına göre artmışsa elbette üretimde, imalatta sıkıntılar oluşacak. Nitekim tedarik ve metalde siparişlerle güçlü büyüme olmasına karşılık üretimde ivme kaybı yaşayan gıda, giyim ve deri sektörü sert bir yavaşlama trendine girdi.

Sadece ivme kaybıyla karşı karşıya gelen gıda, giyim ve deri sektörü değil. Elektrikli ve elektronik sektörü de 2 aydır daralma bölgesinde. Salgından en az olumsuz etkilenen sektör kimyasal, plastik ve kauçukta yavaşlama hızlandı.

Özetle: 2020 ikinci çeyrekte sert daralma, üçüncü çeyrekte "V" tipi toparlanmanın gözlemlendiği imalat ve hizmet sektörü öncü göstergeleri, 4. çeyrekte yavaşlama sinyalleri veriyor.

Her şey neyin reel sektör güven endeksi (RIKGE) Aralık'ta 2,9 puan artarak 106,8'e çıktı ve bu 2018'den bu yana görülen en yüksek seviye. Malımız ekonomik güven endeksinin 100'den büyük olması genel ekonomik durumun iyimserliğine, 100'den küçük olması ise kötümserliğine gösteriyor.

İş dünyasının bu süreçte haklarını teslim etmek lazım... Birçok sektör çok az kârla ürün fiyatlarını yükseltmemek için stok dahil ellerindeki tüm imkânları seferber ettiler ve ekonomik etki adına iyi bir gelişme olarak gördüğümüz olayı piyasamızın hizmetine sundular.

Demek istediğim şu ki, iş dünyası kur artışını tam anlamıyla ürün fiyatlarına yansımada. Bu durum da yüksek görünmesine karşılık enflasyonda hız düşürdü. Enflasyonun düşürülmesi ve üretimin artırılması sanık biraz da karşılıklı fedakarlıklara bağlı.



Türkiye İmalat PMI 50,8 oldu

Türkiye İmalat PMI, Aralık'ta 50,8'e düşmekle birlikte faaliyet koşullarının iyileştiği yönünde sinyal vermeyi sürdürdü.

İstanbul Sanayi Odası (İSO) Türkiye İmalat PMI (Satın Alma Yöneticileri Endeksi) anketinin Aralık 2020 dönemi sonuçları açıklandı. Eşik değer olan 50,0'nin üzerinde ölçülen tüm rakamların sektörde iyileşmeye işaret ettiği anket sonuçlarına göre, Kasım'da 51,4 olarak ölçülen manşet PMI Aralık'ta 50,8'e geriledi. Son veri, faaliyet koşullarındaki iyileşmenin sürdürdüğüne işaret etse de, söz konusu iyileşme son 7 ayın ortalı düzeyinde gerçekleşti.

Covid-19 salgını ve salgının yayılmasını önlemek için devreye sokulan kısıtlamalar, aralıkta üretim ve yeni siparişlerde yavaşlamalara yol açtı. Her iki göstergede de yavaşlama kasım ayına göre daha belirgin ancak salgının ilk dalgasına göre çok daha ılımlı gerçekleşti. Birçok ihracat pazarında virüsün ikinci dalgasının yaşanmasına bağlı olarak yeni ihracat siparişleri de yavaşladı. Üretim ve yeni siparişlerdeki ivme kaybına rağmen, Türk imalatçıları üretimi desteklemek amacıyla hem çalışan sayısını hem de satın alma faaliyetlerini artırdı. İstihdam üst üste 7'nci ay artış gösterdi. Söz konusu artış güçlü düzeyde gerçekleşti ve oran olarak Kasım ayına kıyasla değişim göstermedi. Önceki ayda yaşanan artışın ardından girdi alımlarında da artış kaydedildi. Satın alma faaliyetlerindeki artışa karşılık, ham madde temininde yaşanan zorluklar nedeniyle girdi stoklarındaki düşüş devam etti. Teslimat sürelerinin anketin başladığı Haziran 2005'ten beri ikinci en yüksek oranda artması, arz tarafında yaşanan sorunları öne çıkardı. Teslimat sürelerindeki en belirgin artış, salgının nisan ayındaki zirvesinde görülmüştü. Arz yetersizliklerinin para birimindeki zayıflık ile birleşmesi, girdi maliyetlerinde keskin ve önceki aya göre hızlanan bir artışa yol açtı. Enflasyon oranı Eylül 2018'den beri en yüksek düzeyde kaydedildi. Böylece nihai ürün fiyatlarında da keskin artış gözlemlendi. Ancak

bu artış kasım ayına göre hafif yavaş gerçekleşti.

İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat PMI anket verileri hakkında değerlendirmede bulunan IHS Markit Ekonomi Direktörü Andrew Harker, şunları söyledi: "Türk imalat sektörü 2020 yılını iki zorlukla karşı karşıya kalarak bitirdi: Birincisi, yılın büyük bölümünde etkili olan Covid-19 salgını, üretim ve yeni siparişlerin yavaşlamasına yol açtı. İkincisi, tedarik zincirindeki ciddi aksamalar, firmaların ihtiyaç duyduğu malzemeleri temin etme imkanını sınırladı ve maliyet yüklerinde zaten yüksek seyreden artış hızlandırdı. Tüm bu zorluklara rağmen, firmalar ek personel alımına giderek ve daha çok girdi alımı yaparak kapasite artırmaya istekli olduğunu gösterdi. Bu gelişmeler, yukarıda belirttiğimiz, faaliyetleri olumsuz etkileyen sıkıntılar hafiflediğinde imalat sektörünün yoluna devam etmeye hazır olduğunu gösteriyor".

bu artış kasım ayına göre hafif yavaş gerçekleşti.

İSO Türkiye Sektörel PMI

Aralık verilerine göre, Covid-19 salgınının ikinci dalgası ve salgının yayılmasını önlemeye yönelik devreye alınan kısıtlamalar, takip edilen 10 sektörün çoğunda üretim ve yeni siparişlerin aralık ayında yavaşlamasına yol açtı. Sektörlerin çoğunluğu bu dönemde istihdam oluşturmaya devam etti. Tedarik zincirinde yaşanan ciddi aksamalar, enflasyonist baskıları güçlendirdi. On sektörün sadece üçünde üretim artışı kaydedilirken en güçlü büyüme tekstil sektöründe gerçekleşti, üretimde en belirgin ivme kaybı ise giyim ve deri ürünlerinde kaydedildi. Sadece ana metal ve tekstil sektörlerinde yeni siparişler büyüme kaydederken, en sert yavaşlama ise giyim ve deri ürünleri sektöründe gözlemlendi. Takip edilen 10 sektörün sekizinde istihdam artışı kaydedilirken, bu durumun istisnası gıda ürünleri ile giyim ve deri ürünleri sektörleri oldu.



ISO Türkiye İmalat PMI 50,8 oldu

ARIF ÇAVDARLI

■ **Istanbul Sanayi Odası (İSO) Türkiye** İmalat Satınalma Yöneticileri Endeksi (PMI) anketinin Aralık 2020 sonuçları açıklandı.

Eşik değer 50'nin üzerinde ölçülen tüm rakamların sektörde iyileşmeye işaret ettiği anket sonuçlarına göre, Kasım 2020'de 51,4 olarak ölçülen manşet PMI Aralık 2020'de 50,8'e geriledi. Son veri, faaliyet koşullarındaki iyileşmenin sürdüğüne işaret etse de, söz konusu iyileşme son 7 ayın en ılımlı düzeyinde gerçekleşti.

Yeni tip koronavirüs (Kovid-19) salgını ve salgının yayılmasını önlemek için devreye sokulan kısıtlamalar, aralıkta üretim ve yeni siparişlerde yavaşlamalara yol açtı. Her iki göstergede de yavaşlama kasım ayına göre daha belirgin, ancak salgının ilk dalgasına göre çok daha ılımlı gerçekleşti.

Birçok ihracat pazarında virüsün ikinci dalgasının yaşanmasına bağlı olarak yeni ihracat siparişleri de yavaşladı. Üretim ve yeni siparişlerde-



ki ivme kaybına rağmen, Türk imalatçıları üretimi desteklemek amacıyla hem çalışan sayısını hem de satın alma faaliyetlerini artırdı. İstihdam üst üste 7. ay artış gösterdi. Söz konusu artış güçlü düzeyde gerçekleşti ve oran olarak kısım kıyasla değişim göstermedi.

Önceki ayda yaşanan düşüşün ardından girdi alımlarında da artış kaydedildi. Satın alma faaliyetlerindeki artışa karşılık, hammadde temininde ya-

şanan zorluklar nedeniyle girdi stoklarındaki düşüş devam etti. Teslimat sürelerinin anketin başladığı Haziran 2005'ten beri ikinci en yüksek oranda artması, arz tarafında yaşanan sorunları öne çıkardı. Teslimat sürelerindeki en belirgin artış, salgının nisan ayındaki zirvesinde görülmüştü. Arz yetersizliklerinin para birimindeki zayıflık ile birleşmesi, girdi maliyetlerinde keskin ve önceki aya göre hızlanan bir artışa yol açtı.

**EN GÜÇLÜ BÜYÜME
TEKSTİLDE**

ISO Türkiye Sektörel PMI aralık verilerine göre yaşanan ikinci dalga ve salgının yayılmasını önlemeye yönelik devreye alınan kısıtlamalar, takip edilen 10 sektörün çoğunda üretim ve yeni siparişlerin aralıkta yavaşlamasına yol açtı.

Sektörlerin çoğunluğu bu dönemde istihdam sağlamaya devam etti. Tedarik zincirinde yaşanan ciddi aksamlar, enflasyonist baskıları güçlendirdi. 10 sektörün sadece 3'ünde üretim artışı kaydedilirken en güçlü büyüme tekstil sektöründe gerçekleşti, üretimde en belirgin ivme kaybı ise giyim ve deri ürünlerinde kaydedildi.

Sadece ana metal ve tekstil sektörlerinde yeni siparişler büyüme kaydederken, en sert yavaşlama ise giyim ve deri ürünleri sektöründe gözlemlendi. Takip edilen 10 sektörün 8'inde istihdam artışı kaydedilirken, bu durumun istisnası gıda ürünleri ile giyim ve deri ürünleri sektörleri oldu.



İmalat 50.8'e geriledi İYİLEŞME İLİMLİ

İstanbul Sanayi Odası Satın Alma Yöneticileri Endeksi son yedi ayın en ılımlı düzeyinde gerçekleşti

EKONOMİK büyümenin öncü göstergelerinden, **İstanbul Sanayi Odası (ISO) Türkiye** İmalat PMI (Satın Alma Yöneticileri Endeksi), Kasım'daki 51.4'ten, Aralık'ta 50.8'e geriledi.

ISO Türkiye İmalat PMI anket verilerini değerlendiren IHS Markit Ekonomi Direktörü Andrew Harker, şunları söyledi: "Türk imalat sektörü 2020 yılını iki zorlukla karşı karşıya kalarak bitirdi: Birincisi, yılın büyük bölümünde etkili olan Covid-19 salgını, üretim ve yeni siparişlerin yavaşlamasına yol açtı. İkincisi, tedarik zincirindeki ciddi aksamalar, firmaların ihtiyaç duyduğu malzemeleri temin etme imkanını sınırladı ve maliyet yüklerinde zaten yüksek seyreden artış hızlandırdı. "Tüm bu zorluklara rağmen, firmalar ek personel alımına giderek ve daha çok girdi alımı yaparak kapasite artırmaya istekli olduğunu gösterdi. "Bu gelişmeler, yukarıda belirttiğimiz, faaliyetleri olumsuz etkileyen sıkıntılar hafiflediğinde imalat sektörünün yoluna devam etmeye hazır olduğunu gösteriyor."

SİPARİŞLERDE YAVAŞLAMALAR

ISO'dan yapılan açıklamada, Covid-19 salgını ve salgının yayılmasını önlemek için devreye sokulan kısıtlamaların, Aralık'ta üretim ve yeni siparişlerde yavaşlamalara yol açtığına işaret edilerek, "Her iki göstergede de yavaşlama Kasım ayına göre daha belirgin, ancak salgının ilk dalgasına göre çok daha ılımlı gerçekleşti. Birçok ihracat pazarında virüsün ikinci dalgasının yaşanmasına bağlı olarak yeni ihracat si-



parişleri de yavaşladı" denildi.

ÜST ÜSTE YEDİ AY ARTIŞ

Üretim ve yeni siparişlerdeki ivme kaybına karşın, Türk imalatçıların üretimi desteklemek amacıyla hem çalیشان sayısını hem de satın alma faaliyetlerini artırdığının altı çizilen **ISO** açıklamasında, "İstihdam üst üste yedinci ay artış gösterdi. Söz konusu artış güçlü düzeyde gerçekleşti ve oran olarak Kasım ayına kıyasla değişim göstermedi. Önceki ayda yaşanan düşüşün ardından girdi alımlarında da artış kaydedildi" denildi ve şöyle devam edildi: "Satın alma faaliyetlerindeki artışa karşılık, ham madde temi-

ninde yaşanan zorluklar nedeniyle girdi stoklarındaki düşüş devam etti. Teslimat sürelerinin anketin başladığı Haziran 2005'ten beri ikinci en yüksek oranda artması, arz tarafında yaşanan sorunları öne çıkardı. Teslimat sürelerindeki en belirgin artış, salgının nisan ayındaki zirvesinde görülmüştü. Arz yetersizliklerinin para birimindeki zayıflık ile birleşmesi, girdi maliyetlerinde keskin ve önceki aya göre hızlanan bir artışa yol açtı. Enflasyon oranı Eylül 2018'den beri en yüksek düzeyde kaydedildi. Böylece nihai ürün fiyatlarında da keskin artış gözlemlendi. Ancak bu artış Kasım ayına göre hafif yavaş gerçekleşti." **DHA**



Aralık ayında yeni siparişler yavaşladı

İSTANBUL Sanayi Odası

(ISO) Türkiye Sektörel PMI (Satın Alma Yöneticileri Endeksi) Aralık verilerine göre, Covid-19 salgınının ikinci dalgası ve salgının yayılmasını önlemeye yönelik devreye alınan kısıtlamalar, izlenen 10 sektörün çoğunda üretim ve yeni siparişlerin yavaşlamasına yol açtı. ■ 8'de



Aralıkta yeni siparişler yavaşladı

STANBUL Sanayi Odası (ISO) Türkiye Sektörel PMI (Satın Alma Yöneticileri Endeksi) aralık verilerine göre, Covid-19 salgınının ikinci dalgası ve salgının yayılmasını önlemeye yönelik devreye alınan kısıtlamalar, izlenen 10 sektörün çoğunda üretim ve yeni siparişlerin yavaşlamasına yol açtı.

ISO'dan yapılan açıklamaya göre, sektörlerin çoğunluğu bu dönemde istihdam yaratmaya devam etti. Tedarik zincirinde yaşanan ciddi aksamalar, enflasyonist baskıları güçlendirdi. Buna göre, 10 sektörün yalnızca üçünde üretim artışı kaydedilirken en güçlü büyüme tekstil sektöründe gerçekleşti, üretimde en belirgin ivme kaybı ise giyim ve

deri ürünlerinde oldu. Yalnızca ana metal ve tekstil sektörlerinde yeni siparişler büyüme kaydederken, en sert yavaşlama ise giyim ve deri ürünleri sektöründe gözlemlendi. İzlenen 10 sektörün sekizinde istihdam artışı kaydedilirken, bu durumun istisnası gıda ürünleri ile giyim ve deri ürünleri sektörleri oldu. İstihdamdaki en yüksek oranlı artış kimyasal, plastik ve kauçuk sektöründe kaydedildi. Aynı dönemde 10 sektörün sekizinde girdi maliyetleri kasım ayına ayına göre daha yüksek oranda arttı. Sektörlerin yarısında nihai ürün fiyatları enflasyonu hız kesti ancak fiyat artış oranları genel olarak yüksek düzeylerde kaldı. DHA



2021

ALMANAK & BEKLENTİLER

Dünya ve Türkiye için 2020 yılı pandeminin gölgesinde yaşandı. Pandemi iş yapış şekillerini nasıl değiştirdi? Kriz yönetiminden hangi sonuçlar çıkartıldı? 2021'den beklentiler, planlanan proje ve yatırımlar neler olacak, iş dünyası ne diyor?

Finans Dünyası, yeni yılın ilk sayısında iş dünyasının nabzını tuttu, öngördükleri fırsat ve riskleri sordu...



2021

ALMANAK FD

İSMAİL GÜLLE
Türkiye İhracatçılar
Meclisi Başkanı

2020 yılı değerlendirmesi ve 2021 yılı için hedefler ve beklentiler

2021 yılında; gıda ve tarım sektörlerinin aynı ivmeyi korumasını, son dönemde ihracatı ivme kazanan hazır giyim, elektrik-elektronik, savunma ve havacılık, makine ve mücevher sektörlerinin yeni rekorlara imza atabileceğini öngörüyoruz.

2020 yılına ihracat ailesi olarak büyük hedeflerle başladık. Bu hedeflerimizle uyumlu bir şekilde yılın ilk iki ayında ihracatta rekor kırdık. Mart ayının ortasına kadar günlük ihracat rakamlarımız bir hayli başarılı bir tablo ortaya koydu. Mart ortasından itibaren salgının tüm dünyada etkisini derinden hissettirmeye başlamasıyla birlikte ihracatımız da ister istemez etkilendi. Bu dönemde önceki yılın aynı dönemine göre ihracatımız düşüş yaşasa da Haziran ayıyla başlayan yeni normal döneminde hızla eski temposuna kavuştu. Pandeminin etkilerinin en derinden hissedildiği Mart, Nisan ve Mayıs aylarında tarım ve gıda sektörlerimiz olumsuz etkilenmek şöyle dursun; kapıların kapalı olduğu dönemde dahi ihracatlarını artırdı. Şoklara dayanıklı ve seri reflekslere sahip ihracatçılarımız, attıkları yerinde adımlarla yaşanan her krizden güçlenerek çıkmayı başardılar. Bu güçle birlikte, ticaret diplomasisinin saha neferleri ihracatçılar olarak pandemi öncesindeki ihracat rakamlarına ulaşmayı başardık.

Dünyanın belki de yüz yılda bir karşılaşılabileceği bu tür bir salgın süreci, oldukça dikkat gerektiren ve kendi içerisinde dinamikleri olan bir dönemdi. Sağ olsunlar Bakanlarımız, Başkanlarımız, İhracatçılarımız topyekün bir mücadeleyle; her koşulda ihracatın sürmesini sağladılar. Ülkemizdeki 100 bin ihracatçının çatı kuruluşu olarak bizler bu dönemde elimizi taşın altına koymaktan çekinmedik. İşlerimizi dijital platformlara taşıdık, birçok ilki yine bu dönemde gerçekleştirdik. İlk Sanal Fuar, ilk Sanal Ticaret Heyeti, ilk Sanal Yarışma ve ilk Sanal Ödül Törenini hayata geçirdik. Ticaret diplomasisinin saha neferleri olarak gerçekleştirdiğimiz her bir dijital etkinliğin ihracatımıza şimdiden büyük katkılar sağladığını görmeye bizleri gururlandırıyor.

Bu süreçte, ihracatımız adına tanıtım ve dijitalleşme hamleleriyle güçlü bir adım attık. TİM olarak, yapmış olduğumuz tanıtım çalışmaları ve sanal çalışmaların son derece önemli olduğunu görmekteyiz. Yeni nesil ticaret diplomasisi faaliyetlerimizle, sektör temsilcileri, ihracatçılar ve Bakanlarımızla olan buluşmalarımızla, "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" hedefine, her zamankinden daha büyük bir inançla odaklanmış durumdayız. Pandemi süreci, bizleri yeni nesil ticaret diplomasisi faaliyetlerimizden alıkoymadı. Yeni nesil ticaret heyetlerimizi, Ticaret Bakanlığımızın koordinasyonunda, 5 kıtada, toplamda 43 ülkede 35 sanal ticaret heyetiyle başarıyla gerçekleştirdik. Farklı coğrafyalardan birçok ülkeyle sanal ticaret heyetlerimize yeni dönemde de devam edeceğiz.

Eylül ve Ekim aylarında ise ihracatımızın yeni rekorlara imza atmasından büyük gurur duyduk. Bilhassa, otomotiv ve kimyevi maddeler gibi yüksek miktarda ihracat yapan sektörlerimizdeki hızlı toparlanma ve hazır giyim sektörümüz başta olmak üzere kimi sektörlerimizdeki ihracat rekorlarının etkisiyle Eylül'de en yüksek Eylül ayı ihracatını gerçekleştirirken, Ekim ayında Cumhuriyet tarihinin en yüksek aylık ihracatına ulaştık. Bu süreçte Bakanlığımızın destekleriyle daha çok çalışarak, geliştirdiğimiz alternatif modellerle Türk ihracatçısının olağanüstü



2021

ALMANAK

FD



koşullarda ne kadar başarılı olduğunu dünyaya bir kez daha kanıtladık. Bu veriler V tipi toparlanmanın en net görüldüğü alanın ihracat olduğunu ortaya koyuyor.

Kasım ayı ihracat rakamlarımız, önemli pazarlarımızdan yeniden kısıtlamaların başladığı bir dönemde oldukça önemliydi. Takvimin olumsuz etkisine rağmen %0,95'lik oldukça sınırlı bir düşüş yaşayarak 16 milyar 88 milyon dolar seviyesinde ihracat gerçekleştirdik. Pek çok sektörümüz pandemi öncesi dönemin dahi üzerinde ihracat gerçekleştirdi.

Artık yılın son haftalarını yaşadığımız bu dönemde de ihracatımızın önceki yılın aynı dönemine göre daha iyi bir performans izlediğini görüyoruz. İnaniyoruz ki, 2020 yılını da Yeni Ekonomi Programı (YEP) hedefimiz olan 165,9 milyar doların üzerinde kapatacağız. Elbette bu başarıyı; dünyanın pandeminin ikinci dalgasıyla yüzleştiği, birçok ülkede vaka sayılarının tekrar rekor seviyelere ulaştığı bu dönemde, 'İhracatla Yükselen Türkiye' için gecesini gündüzüne katarak çalışan ihracatçılara borçluyuz. İhracatla yükselen Türkiye için ihracatçılarımızı her koşulda desteklemeye devam edeceğiz.

Yılın ilk 11 aylık döneminde sektörlerimizin ihracatını incelediğimizdeyse, kimi sektörlerin salgının küresel ticarete yarattığı daralmadan neredeyse hiç etkilenmediğini görüyoruz. Gemi ve yat, yaş meyve ve sebze, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, meyve sebze mamulleri, çimento cam seramik ve toprak ürünleri, fındık ve mamulleri ve halı sektörlerimizin, yılın ilk on ayında, önceki yılın aynı dönemine göre ihracatını artırdığını görüyoruz.

Mobilya, kağıt ve orman ürünleri, tütün, demir ve demir dışı metaller, kuru meyve ve mamulleri ve iklimlendirme sanayii sektörlerinin de yılı pozitif kapatacağı beklentisi içerisindeyiz. 2021 yılında ise; gıda ve tarım sektörlerinin aynı ivmeyi korumasını, son dönemde ihracatı ivme kazanan hazır giyim, elektrik-elektronik, savunma ve havacılık, makine ve mücevher sektörlerinin yeni rekorlara imza atabileceğini öngörüyoruz.

Gemi ve yat, yaş meyve ve sebze, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, meyve sebze mamulleri, çimento cam seramik ve toprak ürünleri, fındık ve mamulleri ve halı sektörlerimizin, yılın ilk on ayında, önceki yılın aynı dönemine göre ihracatını artırdığını görüyoruz.

Yeni Ekonomi Programı'nda 2021 yılı toplam ihracat hedefi, 184 milyar dolar olarak belirlendi. İnaniyoruz ki, pandeminin hızını kesmesi ve aşılmanın etkisiyle kısıtlamaların yıl içinde tamamen kalkmasıyla bu hedefe ulaşacağız. Elbette, belirsizlikler her zaman mevcut, fakat pandeminin etkilerini hissetmeye devam ettiğimiz Ekim ayında 17 milyar 333 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren ihracat ailesi, bu performansını sürdürdüğü takdirde çok daha yüksek hedeflere de kısa sürede ulaşacaktır. Karşıımıza çıkan tüm belirsizlikleri ihracatla aşıyoruz. **FD**



2021

ALMANAK

FD

ŞEKİB AVDAGIÇ
İstanbul Ticaret
Odası Başkanı



2021 kurgumuz: Üretim ve ihracatta anti-Covid 2021

Virüs nasıl mutasyona uğruyorsa, 2021'de biz de iş yapış şeklimizi aynı hızla değiştireceğiz. Yeni dünyada güçlü pozisyon alacağız.

Covid-19'a karşı etkili bir aşının 2021'de dünyada yaygın şekilde kullanılacağına dair açıklamalar arka arkaya geliyor. Önümüzdeki günlerde aşı bir tür ekonomik göstere muamelesi görecektir. Yeterli ölçüde aşıyla ile Covid endişesinin geride kalmasıyla Türkiye'ye siparişler de artacaktır.

Ne var ki aşı ile birden normal hayata dönmemiz de hiç kolay olmayacak. Hem virüsün en yakınımıza kadar sokulduğunu hem de buna karşı alacağımız yeni tedbirleri konuşacağımız dönüm noktası bir yıl bizi bekliyor.

2021'de virüsün yok olmasını temenni etmekten çok, kontrol altında olmasını beklemek daha doğru bir bakış olabilir. İş dünyası olarak A ve B planlarını birlikte göz önünde tutuyoruz.

Yeni dünyada güçlü pozisyon alacağız

2021 yılı koronavirüsün ve aşıyla insanların birlikte yaşayacağı bir yıl olacak. İş dünyası olarak 2021'de umutlarımızı tek başına aşıya bağlamadık. Virüs nasıl mutasyona uğruyorsa, 2021'de biz de iş yapış şeklimizi aynı hızla değiştireceğiz. Yeni dünyada güçlü pozisyon alacağız.

Yeni yılda yüzümüzü maskeleyelim ki üretimimiz maskelenmesin. Çünkü Covid-19, Covid-21 olarak kendini hissettirmeye devam edecek. Virüs hayatımızı zaten değiştirdi, ama daha da değiştireceği muhakkak. Covid-19 aşısı pandeminin sonunun sadece başlangıcı olacak.

Bugün alacağımız tedbirler, virüsü 2021'de hayatımızdan ne kadar erken uzaklaştırmak istediğimizi de gösterecek. Virüsün asıl sonunu hepimizin alacağımız tedbirlerin getireceği gerçeğini sözde bırakmamak gerek.

Sınır aşan elektronik ticaret alanında büyük potansiyel görüyoruz

Pandemi süreci, bize bir şeyi gösterdi. Üretimden pazarlamaya değin, geniş ölçekte dijital çağa en hızlı şekilde uyum sağlayan, açık ara öne geçecektir. Geliştireceğimiz 'yeni teknolojik ürün ve hizmetlerin' önemli gelişmelerin başlatıcısı olacağına inanıyoruz.

Türkiye için doğru bir strateji ile pandemi dönemi sıçrama dönemine dönüşebilir. Üretim kompozisyonunda Türkiye öne çıkarken 2021 ülkemiz için güçlü ihracat yılı olacaktır, olmalıdır.

Bu yüzden reel sektör ve hükümet olarak odaklanmamız gereken tek konu, milli üretim ve ihracattır. Bilhassa sınır aşan elektronik ticaret alanında büyük potansiyel görüyoruz, Türkiye'ye ciddi bir gelir sağlayabileceğini öngörüyoruz.

2021'in yapılacaklar listesi

2021'de iş dünyasının yakından izleyeceği konuları ise şöyle değerlendirebiliriz.

İstanbul Ticaret Odası olarak 2021'de ekonomik politikaların oluşumun-



2021

ALMANAK

FD



da ve reel sektörle uyum içinde uygulanmasında aktif rol oynamaya devam edeceğiz.

Bu bağlamda Covid-19'un etkilerini ilk atlatan ülkelerden biri olmak için hep birlikte çalışacağız. Bu konuda Türkiye'deki 3 işletmeden 1'ini birini temsil eden İTO olarak üyelerimizi koordine edeceğiz.

Bir diğer konu ise ekonominin iyi işlemesi için Cumhurbaşkanımızın işaret ettiği hukuk ve diğer alanlarda reformlara hız verilmesine iş dünyası olarak katkıda bulunmayı hedefliyoruz.

2021 ülkemiz için güçlü ihracat yılı olacaktır, olmalıdır. Bu yüzden reel sektör ve hükümet olarak odaklanmamız gereken tek konu, milli üretim ve ihracattır.

Türkiye potansiyel enerjisini kinetik enerjiye dönüştüreceği bir ortama sahiptir. Güçlü ekonomi, sadece yer altı ya da yer üstü zenginliklere sahip olmakla olmuyor. Katma değer üretmekle mümkün hale geliyor. Bu konuda son dönemde atılan olumlu adımları daha da ileriye taşımamız gerekiyor. Böylece binlerce kilogram ürünü satıp karşılığında sadece bir teknolojik ürünü almak 'geleneği' tarihe

karışacak.

Biz Türk iş dünyasının en büyük odası olarak bu konularda üzerimize düşeni yapmaya çalışıyoruz. Bizim hep birlikte tüm yurttaki inovasyon rüzgarı estirmemiz lazım. Bütün gelişmiş ülkeler, bunu devletin desteği ve özel sektörün liderliğinde yaptı. Biz de bunu başarabiliriz. Yeter ki gayret edelim.

2021 bu yönde pandemiye rağmen umutlarla dolu olduğumuz, pandemiye rağmen büyük hedeflerden vazgeçmediğimiz ve kararlılıkla ilerlediğimiz bir yol olmalı. **FD**





2021

ALMANAK FD

ERDAL BAĞÇIVAN
İstanbul Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı



Türk sanayisinin en önemli gündem konuları: Finansman, istihdam ve KDV reformu

Sanayi sektörü, lojistiğinden istihdamına, tedarik zincirinden ihracat noktasına üretimin dinamizmini normal bir yaşamın standartlarında sürdürülebilirliği sınavını başarıyla verdi.

2020 yılına bakış
Pandeminin, ekonomi açısından yeniden dengeleme ve toparlanma diye umut edilen bir başlangıcın hemen akabinde gelmesi büyük talihsizlik oldu. Olumlu bir başlangıç yaptığımız 2020 yılında Covid-19 nedeniyle bütün dengeler alt üst oldu. Şokun ilk etkilerini Mayıs ve Nisan'da belli bir boyutta atlattıktan sonra yılın ikinci yarısına biraz daha umutla girdik. Gururla söyleyelim ki **sanayi** sektörü pandeminin en ağır olduğu günlerde dahi almış olduğu önlemlerle, üretimini en küçük detayına kadar aksatmayarak sürdürdü. Lojistiğinden istihdamına, tedarik zincirinden ihracat noktasına, her boyutunda üretimin dinamizmini normal bir yaşamın standartlarında sürdürülebilirliği sınavını çok başarıyla verdi. Yaşanan gerçeklerden sonra büyümenin çok küçük bir artı veya çok küçük bir eksi olması çok önemli değil. Yılı belli ki sıfır, eksi-artı arasında bir yerde bir büyümeyle kapatacağız.

ISO'nun pandemi ile mücadelesi

ISO olarak bakanlıklarımızla, İstanbul Valiliğimiz başta olmak üzere yerel otoriteyle **sanayicilerimiz** arasında sürekli bir köprü olma görevini 7/24 yerine getirdik. Kamu otoritesi de hassasiyetle sürekli bir diyalog ve anlayışla çözüm noktasında yanımızda oldu. Çatı kuruluşumuz **TOBB** ve ilgili bakanlıklar nezdinde, sorunlarımızın hepsine çare bulunmasa bile belirli ölçülerde çözüme kavuşturulması gereken konularda sürekli bir diyalog içinde olduk. Pandemi sonrası süreç kendimizi hazırlamak adına Price Waterhouse'la birlikte tüm sektörlerimizin ve meslek komitelerimizin katılımıyla önemli bir rapor çalışması da yaptık. Şu anda da başta Ticaret Bakanlığımız ve **Sanayi** ve Teknoloji Bakanlığımızla birlikte bu raporların bundan sonraki süreçte evrilmesi konusundaki toplantılarımız devam ediyor.

Covid-19 mücadelesinde **sanayi** işletmelerimizin neler yapmaları gerektiğine ilişkin çok kapsamlı ve adeta adım adım mücadele rehberi diyebileceğimiz bir çalışmaya da imza attık. Güçlü bir danışman firmayla bu konuda bir çalışmayı "Covid-19 ile Mücadele El Kitabı" altında kitaplaştırdık. Bu konuda ayrıca **OSB**'lerden farklı **sanayi** tesislerine kadar birçok sektörü kapsayacak şekilde eğitim toplantıları da yaptık ki bu çalışmalar halen devam ediyor.

2021 beklentileri

2021'in en önemli sorusu, hiç kuşkusuz pandemi ile ilgili yaşayacağımız süreç olacaktır. Yılın son günlerinde aşı ile ilgili ardı ardına gelen ve tüm dünyayı umutlandıran olumlu haberlerle hepimiz gerçekten sağlıklı günlerin yakın olduğuna inanmaya başladık. Fakat Covid-19 hakkında gelen son haberler, bu konudaki iyimserliğimizi biraz daha ertelememize yol açabilir. Umarız ki bu yeni gelişme, tıpkı Covid-19 gibi bütün dünyayı yeniden kasıp kavuracak bir dalgaya dönüşmez. Aksi halde bütün dünya gibi bizler de 2021 yılına ilişkin olumlu beklentilerimizi yeniden gözden geçirmek zorunda kalacağız. Şu anda bütün yeni gelişmelere karşın temkinli



2021

ALMANAK FD



iyimserliğimizi koruduğumuzu ifade etmek istiyorum.

Tabii, ülkemiz için yeni bir ekonomik yönetim başladı. Pandeminin hayatımızdan adım adım çıkmasıyla beraber 2021'in ilk dönemleri olmasa dahi bahar sonrasındaki dönemlerinde ben tekrar umut ışığının yanabileceği düşüncesindeyim. Finansmanın daha rahatlayabileceği, finansa daha rahat ulaşabileceğimiz bir döneme biz yılın ikinci yarısına doğru ulaşabilirsek herhalde yılın ikinci çeyreğinden sonra daha pozitif, 2020'yi tam unutturmasa bile bize moral verecek olan bir sene hayatımıza girer. Ama bunun için de tekrar söylüyorum, ölçülü bir iyimserliği korumamız gerekiyor.

Yeni büyüme modeli

Türkiye'nin yeni bir büyüme modeli konusunda pandeminin bitimiyle beraber çok daha güçlü ve stratejik bir karar vermesi gerekiyor. Çünkü büyümenin oranından öteye bizim yıllardan beri söylediğimiz bir gerçek var; büyümenin kalitesi. Türkiye'nin artık dengeli, sürdürülebilir, nitelikli ve **sanayinin** payının güçlü olduğu bir büyüme modeline ihtiyacı var. 2021 ve sonrası için biz böyle bir modelin Türkiye açısından çok daha doğru olacağını düşünüyoruz. Bu noktada hep söylediğim bir husus var; Türkiye'nin kaynak problemi yoktur, kaynakları doğru kullanma problemi vardır.

Sanayinin 2021 ajansında neler var?

Türk **sanayisinin** en önemli gündem konusu; fi-

nansman olacak. Şu anda maalesef finansal istikrarın son aylarda bozulduğunu gördük. 2021'in önemli bir döneminde yüksek finansman maliyetlerinin ve daralan finans kaynaklarının, Türk **sanayicisinin** hem mevcut işletmelerin döndürülmesi açısından hem de bizi bekleyen yeni yatırımların oluşturulabilmesi açısından elindeki en önemli stres kaynaklarından birisi olacağını düşünüyorum.

İkinci önemli konu istihdam. Ne yazık ki bu konuda kısa vadede çözüm göremiyoruz.

En önemli gördüğüm bir başka konu da ki eğer bir reform yapacaksak belki önce oradan başlamamız lazım; KDV reformu. Uzun yıllardan beri hayatımızda olan ama giderek bir üretim vergisine dönüşen KDV'nin de artık mevcut bu olumsuzluk teşkil eden halinden güçlü bir reformla dönüştürülmesi gerektiğini düşünüyorum. Bu konuda zaten bir rapor hazırlığı içindeyiz, Maliye Bakanlığı ile paylaşacağız.

Ayrıca **ISO** olarak 2021'deki iş programlarımızın en önemli bölümünü sürdürülebilirlik esasına üzerine kuracağız.

Avrupa Birliği

Avrupa Birliği, Türkiye'nin turizmde, ihracatta, yatırımlarda ve her türlü farklı organizasyon ve iş birliklerinde, sosyal hayatımızın her bölümünde tartışmasız en önemli dostumuz ve iş ortağımız. Avrupa ekonomisinin Türkiye'ye ihtiyacı, Türkiye'nin de Avrupa Birliği'nin ekonomik desteğine, iş ve stratejik ortaklığına ihtiyacı yüksek. Akliselimin 2021'de galip geleceğini düşünüyorum. **FD**



2021

ALMANAK

FD

DURMUŞ TOPÇU
DOW Türkiye ve Orta Asya
Cumhuriyetleri Başkanı



**Sürdürülebilirlik
temelli
yatırımlarımızı
küresel olarak
değerlendirmeye
devam edeceğiz**

Gıda ambalajı,
koruyucu ekipmanlar
ve hijyen ürünlerine
yüksek talebin
devamının yanı sıra;
beyaz eşya, mobilya,
yatak, otomotiv ve
inşaat sektörlerinde de
toparlanma görmeye
devam edeceğiz.

Pandemi döneminde ilk önceliğimiz tüm çalışanlarımızın ve ailelerinin zihinsel ve fiziksel sağlığını korumak oldu. Çalışanlarımızın özel hayatlarındaki sorumluluklarını da dikkate alarak her alanda desteklemek için ülke, bölge ve küresel kriz yönetim takımlarımız sürekli iletişimde oldu. Pandemi başlangıcında küresel esnek çalışma politikamızı güncelleyip, oldukça yeterli olan IT altyapımızda ilave geliştirmeler yaptık. Ofislerimizi ve üretim tesislerimizi işletmeye devam etmesi gereken çalışanlarımızın güvenliğinden emin olmak, enfeksiyona maruz kalma ve yayılım riskini en aza indirmek için çok sıkı koruyucu önlemler aldık.

Çocuklarına veya bakım ihtiyacı duyan başkalarına bakması gereken çalışanlarımızın esnek çalışma ve izin taleplerine destek sağladık. Tüm çalışanlarımızı aileleriyle birlikte 7/24 Çalışan Destek Programımızı kullanmaya teşvik ettik. Çalışanlarımızın enfeksiyon riskini en aza indirmek için, yurtiçi ve yurtdışı şirket hekimlerimizin takip ve tavsiyelerinin yanı sıra; diyetisyen, psikolog gibi uzmanlarla çalışanlarımızı ve ailelerini destekleyen eğitimler planladık.

31 ülkede ve 109 tesiste üretim yapan ve katma değerli ürün ihraç eden sanayicilerimize dünya standartlarında çözümler tedarik eden bir malzeme bilimi şirketiyiz. Yaygın üretimimiz, güçlü ekibimiz ve lojistik ortaklıklarımız sayesinde sanayicilerimize tedarik devamı konusunda önemli bir zorluk yaşamadık. Tüm toplantılarımızın sanal ortama taşınmasını başarıyla yönettik ve 2020 yılını oldukça başarılı bir şekilde kapatıyoruz.

Global olarak üçüncü çeyrekte dünya genelinde kendi sektörümüzün lideri olmayı başardık ve dördüncü çeyrekte de talep artışı devam ediyor. Aşılar ile yavaş yavaş hayatın yeniden eski normaline dönmesini bekliyoruz. Gıda ambalajı, koruyucu ekipmanlar ve hijyen ürünlerine yüksek talebin devamının yanı sıra; beyaz eşya, mobilya, yatak, otomotiv ve inşaat sektörlerinde de toparlanma görmeye devam edeceğiz.

Türkiye, 2021 yılında beklenen hızlı toparlanmayı başarmak için gereken her şeye sahip. Yetkinliklerimiz, sanayimiz ve doğru ekonomi politikalarımız ile büyüme trendimizi koruyacağımıza inanıyorum. Türkiye'de yatırım yaptığımız dört tesisimiz bulunuyor. Partnerlerimiz ile karbon elyaf gibi geleceğin teknolojilerini de ülkemizde üretiyor olmaktan dolayı büyük gurur duyuyoruz. Sürdürülebilirlik temelli yatırımlarımızı küresel olarak değerlendirmeye devam edeceğiz. **FD**



2021

ALMANAK FD

Pandemi döneminde birçok firmada olduğu gibi biz de BiggPlus grup şirketleri içinde yurt içi ve yurt dışı ekiplerimizin bir kısmını uzaktan çalışmak üzere güvenli erişimlerle donattık ve evden çalıştırdık, halen de çalıştırıyoruz. Gerek "BIGGLOYALTY" projelerinde gerek "BIGGBRANDS" e-ticaret işlerimizde tamamen dijital projeler yapan bir grup olduğumuz için bu geçiş ve adaptasyon bizim için çabuk ve kolay oldu.

Bu süreçte çalışanların şirket kurum kültürüne olan bağlılığı çok önemli. Uzaktan çalışmada en çok olumsuz etkilenen şey maalesef verimlilik, şirketteki diğer ekiplerle olan iletişim ve kurum değerlerine olan bağlılık. Dolayısıyla yeni dönemde çalışanları diğer iş arkadaşları ile daha çok etkileştiren ve hedefe odaklanmayı artıran, performans tabanlı uzaktan iş yapma modelleri geliştirmeye çok önem veriyoruz.

Aşı ile birlikte 2021 yılının ikinci yarısından sonra Covid-19 etkileri çok azalacak. Ama uzaktan çalışma, global e-ticaret, dijital dönüşüm hız kesmeyecek... Bizde bir global B2B2C e-ticaret grubu olarak bu alandaki yatırımlarımızı gerek ülkemize gerek çalışanlarımıza değer yaratacak şekilde büyümeye devam edeceğiz.

Yurt dışında Avrupa, Mena ve Amerika'da e-ihracat için açtığımız lojistik ve yönetim merkezlerimizi Asya, Afrika ve Rusya tarafına da genişletmek istiyoruz. Kadim Anadolu'da birçok KOBİ tanımlı ustamız, işyerimiz ihracat kalitesinde ürünler yapabiliyor. Halen e-ticaret pazar yerlerinde satışa sunduğumuz 45 Türk markasına ilave olarak yeni markaları "Made in Turkey" başlığı altında dünya e-ticaret pazar yerlerinde satışa sunmak ve ülkemizin ihracat gelirinin artmasına katkıda bulunmak en büyük motivasyonumuz ve hayalimizdir. **FD**

**ENİS KARSLIOĞLU**
Biggplus Group CEO'su**Dijital dönüşüm
hız kesmeyecek**

Avrupa, Mena ve Amerika'da e-ihracat için açtığımız lojistik ve yönetim merkezlerimizi Asya, Afrika ve Rusya tarafına da genişletmek istiyoruz.



2021

ALMANAK FD

ŞEVKET SARAÇOĞLU
Mitsubishi Electric
Türkiye Başkanı



Tüm dünya "Dijital Fabrika" kavramı üzerine yoğunlaşacak

Uzun dönemli çevresel yönetim vizyonumuz "Çevre Vizyonu 2021" doğrultusunda karbon salınımını düşürmeye, geri dönüşüme dayalı bir toplum yaratmaya, biyolojik çeşitliliğe saygı duyarak doğaya uyum sağlamaya ve çevre bilincini artırmaya katkıda bulunmayı amaçlıyoruz.

2020'de dijitalleşme alanındaki gelişmeler; markaları, işletmeleri, iş yapış şekillerini ve tüketici alışkanlıklarını büyük bir hızla değiştirmeye başladı. Bu yeni süreçte; mobil iletişim, giyilebilir cihazlar, akıllı araçlar, akıllı evler, akıllı şehirler, nesnelerin interneti, yapay zeka, artırılmış gerçeklik gibi teknolojilerin etkisiyle geleneksel iş modelleri de hızla değişiyor. Dünya çapında bir asırlık bir teknoloji şirketi olarak, her zaman çağın ilerisi için inovatif ürün ve çözümler geliştirmek hedefiyle çalışıyoruz. Bu dönemde de uzaktan çalışma operasyonu dışında faaliyetlerimiz her zaman olduğu gibi devam etti.

Pandeminin etkisiyle birçok alanda dönüşüm hızlandı. Faaliyet alanımız olan üretim açısından bakacak olursak üretimin tüm dünyanın en hassas konularından biri olmaya devam edeceğini söyleyebilirim. Artan rekabet, maliyetlerdeki artış, tüketici bilincinin artması, yepyeni ihtiyaçların oluşması ve teknolojinin yarattığı baskılar işletmeleri ve markaları farklı çözüm arayışlarına sürüklemeye devam edecek. Tüm dünyanın "Dijital Fabrika" kavramı üzerine yoğunlaşmayı sürdüreceğini öngörüyoruz. Teknolojinin insan yararına kullanımının daha da artacağı bu yeni dönemde; yapay zekâ tabanlı ve iç ortam hava kalitesini artıran klimalara ve havalandırma sistemlerine talep de artacak. Yine iletişim altyapısı da diğer önemli konular arasında yerini alacak.

Markamızın Sanayi 4.0'a yanıtı olan e-F@ctory yaklaşımımızla sanayicilerin ve KOBİ'lerin dijitalleşmesine katkıda bulunmayı sürdüreceğiz. Manisa Organize Sanayi Bölgesi'nde ev tipi klima üretimi gerçekleştiren fabrikamızla Türkiye ve Avrupa pazarında klima ve soğutma sistemleri segmentini büyütmeyi hedefliyoruz. Fabrika otomasyon sistemlerimiz, iklimlendirme çözümlerimiz, yüksek güvenliklili asansör ve yürüyen merdivenlerimiz, yüksek görüntü işleme kapasitesine sahip dev ekranlarımız, Antalya havalimanında da kullanılarak uçak ve uçuş güvenliğini artıran radar sistemlerimiz ve Türksat 4A ve 4B uydularımız başta olmak üzere faaliyet gösterdiğimiz tüm alanlarda çalışmaya devam edeceğiz.

Gelecekte robot ve insanların iş birliği içinde çalışacağı ve insanların emek gücünden zihin gücüne geçeceği öngörüsüyle insan kaynaklarına da yatırım yapmayı sürdüreceğiz. Üniversitelerin mühendislik fakültelerinde robot eğitim merkezleri kurulmasına katkı sağlayarak geleceğin mühendis adaylarına vizyoner bir bakış açısı sunuyoruz. Uzun dönemli çevresel yönetim vizyonumuz "Çevre Vizyonu 2021" doğrultusunda karbon salınımını düşürmeye, geri dönüşüme dayalı bir toplum yaratmaya, biyolojik çeşitliliğe saygı duyarak doğaya uyum sağlamaya ve çevre bilincini artırmaya katkıda bulunmayı amaçlıyoruz. Büyüyen Türkiye'nin belirlediği yüksek ekonomik hedeflerine ulaşması için gerekli teknoloji ve bilgi kullanımını aktarmayı hedefleyen bir marka olarak üstün teknolojiye sahip, enerji verimli, çevreci, yenilikçi ürün ve hizmetlerimizle Türk halkı için yatırım yapmaya devam edeceğiz. **FD**



2021

ALMANAK FD

Pandemi her alanda olduğu gibi iş dünyasında da süreçleri ve iş yapış biçimlerini derinden etkiledi. En belirgin etkisi dijitalleşmeye kazandırdığı ivme oldu. Bu dönemle birlikte önceden dijitalleşmeye yatırım yapmış, bu alanda ürün ve hizmetler geliştirmiş, iş süreçlerini dijitalleşen dünyaya adapte etmiş şirketlerin beklenmedik bu koşullara nasıl hızla uyum sağladığını deneyimlemiş olduk.

Sektörümüzdeki dijital dönüşümün lideri olarak pandemiden önce dijitalleşme alanında almış olduğumuz aksiyonların çok faydasını gördük. Bu sayede müşterilerimizde daha ihtiyaç oluşmadan onların sorunlarını öngörüp, çözüm sunabildik. Burada çevik yönetim sistemini benimsemiz de rolü çok büyüktü. Hijyenik ve temassız ödemelere yönelik artan bilinç ve talep sayesinde ürettiğimiz dijital çözümleri geliştirme ve yaygınlaştırma imkanı bulduk.

Öncelikle, sektörle özdeşleşmiş olan tüm kağıt çek ve fiziksel kart üretimini durdurduk. Sektörümüzde bu radikal adımı atan ilk markayız. Mobil Kart çözümümüz sayesinde tüm akıllı telefonlar yemek kartı işlevi görmeye başladı. Özellikle tüm çalışanların ofiste bir arada bulunmadığı bu dönemde, bu özelliğimiz bir tercih unsuru haline geldi. Mobil Çek çözümümüz ile tamamen dijital ve hijyenik bir çözüm sunmuş oluyoruz. Mobil Ödeme çözümümüz sayesinde kart kullanıcılarımız ödemelerini temassız, güvenli ve hijyenik bir şekilde, kolayca yapabiliyorlar. Online Ödeme çözümümüz, artan e-ticaret eğilimine paralel olarak daha çok hayatımıza giren online yemek ve gıda alışverişlerinin yemek kartları ile ödenebilmesini sağlıyor. Kullanıcılarımıza bu alanda da her geçen gün daha fazla sayıda seçenek sunuyoruz. Pandemi sonrasında çalışanların hayatı çok temelden değişiyor.

Hibrit çalışma yöntemlerine geçişin etkisiyle önümüzdeki dönemde şirketlerin esnek yan haklara daha fazla yöneleceğini öngörüyoruz. Yeni dünyada çalışanların mümkün olduğunca özgür ve esnek faydalara sahip olması, teşvik edilmesi, motivasyonu çok önemli. Artık her şeyin temelinde çalışan deneyimi yatıyor. Dijital bu alandaki tüm talepleri karşılayabiliyor. Dolayısıyla 2021'de şirketlerin yemek, gıda, giyim desteği gibi geleneksel çalışan faydalarının yanına spor, sağlık, kişisel gelişim gibi yeni nesil faydalar ekleyeceklerini öngörüyoruz. Sodexo olarak, çalışanların iş ve kişisel yaşamlarına yönelik uçtan uca dijital çözümler sunan bir platform olma hedefimizle ve bu dönüşümün lideri konumuzla, iş dünyasının her anında yanında olmaya devam edeceğiz.

Türkiye'nin girişimci ekosistemi oldukça gelişmiş durumda. Geçtiğimiz yıl yatırım yaptığımız, restoranların kurye ve sipariş yönetimini optimize eden ve tamamen Türk mühendislerinin eseri olan Hemen Yolda start-up'ına yatırım yaptık. Benzer girişimleri yakından takip ediyoruz. Ayrıca 2021'de yapay zeka, analiz ve otomasyon araçlarına da yatırım yapmaya devam edeceğiz. Kullanıcılar için de yepyeni alanlarda çok iyi deneyim sunan güzel sürpriz yatırımlar planlıyoruz. **FD**

EDA ULUCA ÖZCAN
Sodexo Avantaj ve
Ödüllendirme Hizmetleri
İcra Kurulu Başkanı



**Mobil Kart
sayesinde tüm
akıllı telefonlar
yemek kartı işlevi
görüyor**

2021'de şirketlerin yemek, gıda, giyim desteği gibi geleneksel çalışan faydalarının yanına spor, sağlık, kişisel gelişim gibi yeni nesil faydalar ekleyeceklerini öngörüyoruz.



2021

ALMANAK

FD

KAAN GÜR
Alternatif Bank
Genel Müdürü

Hizmet kanallarımızı daha optimize hale getirmeye odaklanıyoruz

2021'de aşının erkene çekilmesi durumunda, ülkemizde daha yüksek bir büyümenin gerçekleşmesini bekliyoruz. Buna bağlı olarak sektörde TL ağırlıklı %15 civarında bir büyüme ve yılın başlarında düşecek kârlılığın kademeli olarak senenin geri kalanında dengeleneceğini öngörüyoruz.

Pandemi tüm dengelerde yarattığı değişimle yeni normale hızlıca adapte olmamızı sağladı. Dijital kanalların kullanımı artarken uzaktan çalışmanın pek gündemde olmadığı sektörümüzde bu disiplinin kazanılması ve yaygınlaştırılması önemli kazanımlar oldu. Alternatif Bank olarak bu süreci yetkin insan kaynağımız ve hızla uyguladığımız tedbirlerle iyi yönettik. Önceliğimiz çalışanlarımızın ve müşterilerimizin sağlığıydı. Altyapımızın gücüyle kısa sürede tüm süreçlerimizi uzaktan yürütebilecek hale getirdik. Böylece operasyonel ve finansal performansımız hedeflerimize paralel sonuçlar verdi.

Bankacılık sektöründeki önlemlerle ekonomiye verilen destek birçok işletme için can suyu oldu. 2021'de aşının erkene çekilmesi durumunda, ülkemizde daha yüksek bir büyümenin gerçekleşmesini bekliyoruz. Buna bağlı olarak sektörde TL ağırlıklı %15 civarında bir büyüme ve yılın başlarında düşecek kârlılığın kademeli olarak senenin geri kalanında dengeleneceğini öngörüyoruz. Ekonomik performansın seyri de yılın ortalarına doğru sektörün kredi hacminde büyümeyi destekleyebilir.

Banka olarak stratejimize paralel, geçmiş dönemlerdeki gibi sektörün üzerinde büyümeyi planlıyoruz. Yetkin kadromuzla dış ticaret, nakit yönetimi, sigorta ve hazine ürün gruplarımızın önemli desteğiyle tüzelde güçlü büyümemizi sürdüreceğiz. Sağlıklı büyürken müşteri bazımızı genişleterek, hizmet kanallarımızı teknolojinin sunduğu son imkânlarla daha optimize hale getirmeye odaklanıyoruz. Etkin risk yönetimiyle müşteri memnuniyetini ana odağına alan bir kurum kültürü oluşturmak da olmazsalarımızdan olacak. Son bir yılda artan dijital çözümlerimizle çok daha rahat bir müşteri deneyimi, daha fazla sayıda ürün seçeneği sunabiliyoruz. Bu da gelecek dönemde daha geniş bir müşteri kitlesine hizmet verme imkânı sağlayacak.

Salgının etkileri bir süre daha devam edecek gibi görünüyor. Çalışanlarımızla müşterilerimizin sağlığını önceliklendirip, dijital altyapımız ve çevik organizasyonumuzla uzaktan çalışma modelimize bir süre daha devam edeceğiz. Ürün ve çözümlerimizle müşterilerimize katma değerli danışman bankacılık hizmetlerimizi dijital kanallardan sunacağız. E-imza, e-onay, e-teminat mektubu gibi dijital hizmetlerimiz, ürün çeşitliliğini artırdığımız mobil ve internet şubelerimizle bu sürece hazırız.

2020 engelliler, yaşlılar, kaza ve benzeri nedenlerle kısıtlanmış tüm gruplara kolay ulaşılabilen hizmetler sunmak için Engellsiz Bankacılık odağında çalışmalar yaptığımız özel bir yıldır. Kurum kültürümüzün önemli dayanaklarından biri olması hedefiyle beş yıllık bir plan hazırladık. Yaptığımız ve yapacaklarımızla eşitlik ve hak temelli kurguladığımız hizmet modelimizin tüm kurumlara ve sektörlerle örnek olmasını arzu ediyoruz. **FD**



2021

ALMANAK FD

Arzum'un içinde bulunduğu küçük ev aletleri sektörü, ekonomik dalgalanmalara en dayanıklı iş kollarından biri. Covid-19, özellikle salgının ilk aylarında stratejik pazarlarımız da dahil olmak üzere birçok ihracat pazarını oldukça yavaşlatsa da markamız ve sektörümüz büyümeye devam etti. Covid-19 ve olumsuz etkilerinin iyiden iyiye hissedildiği Mart-Nisan aylarında durağan bir seyir izleyen ihracatımız, ağırlıklı online olarak yürüttüğümüz pazarlama aktiviteleriyle de Mayıs-Haziran aylarında hızlı bir toparlanmaya başladı. Sokağa çıkma yasaklarında tüketicilerimizin ihtiyaçlarını karşılayabilmek için e-ticaret alanında çalışmalarımıza daha da ağırlık vermeye başladık. Tüketicilerimiz evde kalsalar da biz onların yanında olmalıydık.

Pandemi döneminde tüm çalışanlarımızla birlikte evden çalışmaya, günlük iş akışımızı evlerimizden çalışarak tamamlamaya devam ediyoruz. Lojistik tarafta ise tüm hijyen önlemlerimizi alarak hizmet vermeye devam ediyoruz. Şirket içi ve diğer tüm toplantılarımızı ise online olarak yapmaya özen gösteriyoruz.

Covid-19 pandemisinde, toplum olarak aynı hisleri ve tedirginliği yaşadığımız bu dönemde hepimizin odağında tek bir konu vardı; sağlık. En büyük hedeflerimizden biri salgından etkilenen her sektöre ve bireye sorumlu marka kimliğimizde yardımcı olmaktı. Küçük ev aletleri sektörü Covid-19 ile en az zarar gören sektörlerden biri oldu. Sokağa çıkma yasağı ve AVM'lerin kapatıldığı dönemde satışlarımıza devam edebilmek için e-ticaret öncelikli olsa da tüketicilerimize ulaşabildiğimiz her noktadan ulaşmaya çalıştık. Öncelikli iş hedefimiz, tüketicilerimizin ihtiyaçlarına yetişebilmek oldu. İşlerimize her zamankinden daha çok sarıldığımız bu dönemde Arzum olarak motivasyonumuz tam tutuyoruz ve tedbirlerimizi elden bırakmıyoruz.

2021 yılında da 2020 yılında olduğu gibi sektörümüzün ve markamızın ivmesini kaybetmeden büyüyeceğini öngörüyoruz. 2021 yılında adetlerimiz düşse de ciroda yükselmelerin olacağını düşünüyoruz. Türk kahvesi kültürünü dünyaya yayma misyonuyla çıktığımız bu yolda, bugün dünyanın birçok ülkesinde milyonlarca kişiye Türk kahvesini sevdiiren Arzum OKKA markamızla 2021'de daha çok ülkeye ve insana ulaşma hedefimiz var.

Pandeminin etkisinin yavaş yavaş etkisini kaybedeceğini düşündüğümüz 2021 yılında üretmeye fayda sağlamaya devam edeceğiz. Gıda hazırlama, blender, saç kurutma, saç şekillendirme ve tost makineleri kategorilerinde sektör liderliğimize yeni lider kategorileri eklemeyi hedefliyoruz. Pandemi dönemiyle önemi daha da artan sağlıklı beslenme/hijyene yönelik inovatif ürünlerimizin çeşitliliğini ve sayısını arttırmaya devam edeceğiz. **FD**

MURAT KOLBAŞI
Arzum Yönetim
Kurulu Başkanı



Misyonumuz:
Türk kahvesi
kültürünü
dünyaya yaymak

Dünyanın birçok ülkesinde milyonlarca kişiye Türk kahvesini sevdiiren Arzum OKKA markamızla 2021'de daha çok ülkeye ve insana ulaşma hedefimiz var.



2021

ALMANAK FD

DR. MEHMET AKTAŞ
Yaşar Holding
İcra Başkanı



**2021 yılında
%15 büyüme
hedefindeyiz**

Son 5 yılda gıda ve içecek iş kolumuz ağırlıklı olmak üzere, üretim, lojistik, Ar-Ge alanlarında çok önemli ve değerli yatırımlar gerçekleştirdik. Kısa vadedeki yatırımlarımız, otomasyon, dijitalleşme, modernizasyon ve sürdürülebilirlik ağırlıklı olacak.

Pandemi ile birlikte yaşamlarımız, iş yapış biçimlerimiz, iletişim şeklimiz, alışkanlıklarımız, kısaca gündelik yaşamdan profesyonel yaşama kadar her şey değişti.

Toplum sağlığı, tedarik zincirinde ilişki yönetimi ile kusursuz işleyiş, esneklik ve çeviklik önem kazandı. Bazı sektörler büyümesini sürdürürken turizm, ulaşım ve ev dışı tüketim sektörleri ise pandemideki kısıtlamalardan en fazla etkilenen sektörlerden oldu. Pandeminin ilk döneminde tüketicilerin “evde kal” çağrılarını uymaları ile market alışverişlerinde ve hane tüketimlerinde artışlar yaşandı. Sürece uyum sağlamayla birlikte satın alma davranışları normale döndü. Sonrasında ise tüketim olağan seyrine döndü.

Bugün en önemli sorun; belirsizlik. Süreci herkes yaşayarak öğreniyor. İnsanın devamlılığı için kritik öneme sahip sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin de iş yapış şekillerini değiştirmeleri, değişime hızlı uyum sağlamaları gerekiyor. Bu süreç, değişime ayak uyduramayanlar için riskleri barındırırken, çevik ve hızlı uyum gösterenler için fırsatlar sunuyor.

Yaşar Topluluğu olarak, pandeminin ülkemizde yayılmaya başlamasıyla birlikte, çalışanlarımızın sağlığını ve ürünlerimizin tüketicilerimize aksamadan ulaşmasını sağlamak için şirketlerimizde mesai saatlerinden çalışma ve dinlenme alanları ile servis araçlarının düzenine kadar pek çok şeyi değiştirdik. Özellikle gıda, içecek, tarım-hayvancılık ve temizlik kağıtları iş kollarında, “evde kal” çağrılarını uyarak toplum sağlığı için evlerinde kalan vatandaşlarımıza ürünlerimizi en sağlıklı halleriyle ulaştırabilmek için aralıksız çalışmaya devam ettik. Bu zorlu süreçte çalışanlarımız bize koşulsuz destek verdi.

Sağlıklı yaşama ilişkin farkındalığın artması, bireysel sağlığa verilen önemin de artmasını sağladı. Bu gelişmeyle, ürünlerin tedarik zincirleri, tüketici sağlığına olan faydaları, dünya kaynaklarının sürdürülebilirliğine olan katkıları sorgulanmaya başlandı. Artık şirketler bunları dikkate alarak ürün ve hizmetlerini tüketicilere sunmak zorundalar. Dünyayı ve insan sağlığını düşünmeyen, sadece kar amacı güden şirketlerin varlığını sürdürebilmesi çok daha zor hale geldi.

Pandemi bize şunu gösterdi; satın almadan üretime, satıştan lojistiğe kadar tüm değer zincirini iyi yöneten, sağlam bir değer zincirine sahip olan, riskleri önceden gören ve tedbirleri hızlı alan şirketler süreci iyi yönetti. Dijitalleşme herkesin olduğu gibi bizim de gündemimizde ön sıralara geçti.

Dünya, önümüzdeki 10 yılda geçireceği dijital dönüşümü belki de aylar içinde gerçekleştirdi. Satın alma davranışlarındaki değişikliklerle birlikte satış noktaları, üreticiler, üreticilerin iş ortakları bu değişikliğe uyum sağladı. Biz de sağlam tedarik zincirimizle ürünlerimizi eksiksiz olarak, en sağlıklı halleriyle müşteri ve tüketicilerimize ulaştırdık. 20 yıla yakın süredir işimizi geliştirmek, mükemmeliyete erişebilmek için tüm süreçlerimizde dijital dönüşümü gerçekleştiriyoruz. İş ortakları



2021

ALMANAK FD

mızla kurduğumuz dijital bağ, işimizi hızlı, çevik ve esnek yönetme kabiliyetimizi geliştiriyor. Bununla birlikte tüm değer zincirimizi izleme ve ak-sayan noktaları hızla görerek düzeltme fırsatı da yaratıyor. Salgının öncesinde portföyümüzü fonksiyonel ürünlerle zenginleştirmiştik. Ürün zenginliği ve çeşitliliğinin pandemi sürecinde önemli bir rekabet avantajı sağladığını gördük.

Son olarak belirtmek ve teşekkürlerimi iletmek isterim ki; ürünlerimiz en sağlıklı halleriyle tüketicilerimize eksiksiz ulaştıysa; çalışanlarımızın gayret ve özverisi, tedarikçilerimizin ve bayilerimizin desteği ve iş ortaklarımızın uzmanlığı sayesinde.

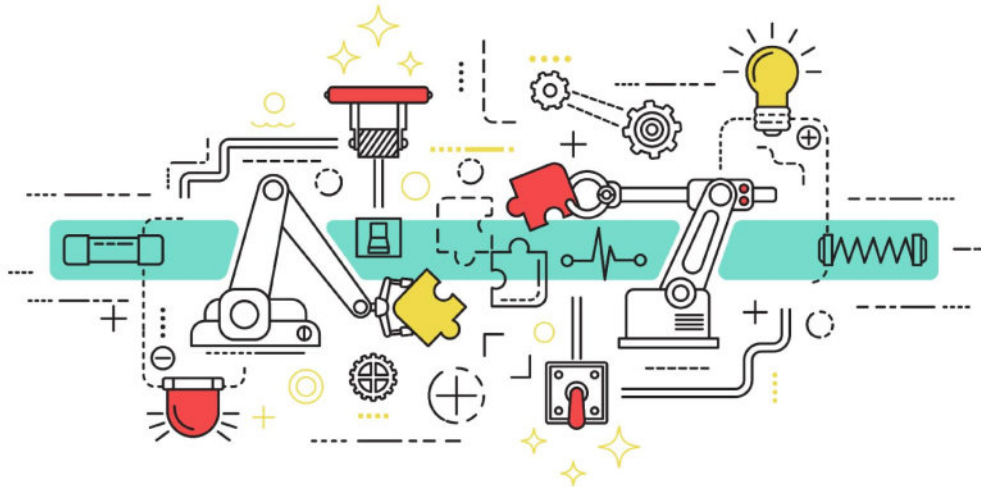
Aşının bulunması ve geniş kitlelere uygulanmaya başlamasıyla birlikte pandeminin etkisini yitireceğini ve normalleşme sürecinin yılın ikinci yarısında hızlanacağını, bununla birlikte, turizm, ulaşım, ev dışı tüketim gibi sektörlerin yeniden canlanarak bu toparlanmaya eşlik etmesinin daha fazla umutlu olmamızı sağlayacağını düşünüyorum.

Yerel üretim, pandemi döneminde değeri anlaşılan konulardan biri oldu. 2021 yılında tarım ve gıda başta olmak üzere tüm sektörlerde yerel üretim için desteklerin ve kaynakların artacağına inanıyorum.

Yaşar Topluluğu'nda 2021 yılı bütçe çalışmaları devam etmekle birlikte son yıllardaki büyümemize ve ülke ekonomisinin üzerinde büyüme hedefimize paralel olarak %15 büyüme hedefindeyiz. Küresel dinamiklerdeki değişiklikleri, sektörlerimizi etkileyecek ekonomik, toplumsal ve teknolojik gelişmeleri yakından takip ediyoruz. 2021 yılında sürdürülebilir büyüme ve karlılık, maliyet optimizasyonu ve verimlilik, çalışma sermayesinin, risklerin ve likiditenin etkin yönetimi ve sürdürülebilirlik yine odağımızda olacak.

Son 5 yılda gıda ve içecek iş kolumuz ağırlıklı olmak üzere, üretim, lojistik, Ar-Ge alanlarında çok önemli ve değerli yatırımlar gerçekleştirdik. Bu yatırımlarla marka ve ürünlerimizi yurt içi ve yurt dışında geleceğe taşıyacak adımları attık. Pandemi döneminde ne denli doğru yatırımlar yaptığımızı da teyit etmiş olduk. Yatırımlarımızın sonuçlarını almaya başladığımız dönemdeyiz. Kısa vadeli yatırımlarımız, otomasyon, dijitalleşme, modernizasyon ve sürdürülebilirlik ağırlıklı olacak.

Yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda sürdürülebilir ve kârlı büyüme, yeni pazarlar yaratma ve bulunduğumuz pazarlarda derinlemesine büyüyerek marka ve ürünlerimizi daha çok tüketiciye ulaştırma hedefimizi her zaman koruyoruz. **FD**





2021

ALMANAK

FD

MERVE TOLAN
Allianz Partners
Türkiye CEO'suOdağımızda
her zaman
insan faktörü var

Telefonla hizmet veren, Dr. Allianz ekibinin web chat ve görüntülü olarak da hizmet vermesini sağlayarak ekibimizi genişlettik. 9 ayrı branşta uzman doktorlarla uzaktan görüşme imkanı sağladık.

Pandemi sebebiyle hayatımızdaki öncelikli değişim çalışma sistemimizde yaşandı. Çalışanlarımızı koruyabilmek amacıyla tümüyle evden çalışmaya geçtik. Türkiye’de görülen ilk vakayı takiben hazırlıklarımızı tamamladık, hizmetlerimizin devamlılığını sağlayabilmek için bir dizi önlemlerle kararımızı destekledik ve tüm hizmet sağlayıcılarımıza hijyen konusunda uymaları gereken prensiplerimizi aktardık. İstanbul ve Antalya ofislerimizdeki çalışanlarımızı evden çalışabilir duruma getirdik. Duruma hızlıca adapte olma gereksinimi, ekip olarak esnekliğimizin ve değişimlere hızlı ayak uydurabilmemizin önemini gösterdi ve müşteri memnuniyetini aksatmamayı çok önemsedik. Bu dönemde sunduğumuz hizmetlerle de fark yarattık. Dr. Allianz isimli dijital sağlık hizmetlerimize talep arttı. Telefonla hizmet veren, Dr. Allianz ekibinin web chat ve görüntülü olarak da hizmet vermesini sağlayarak ekibimizi genişlettik. 9 ayrı branşta uzman doktorlarla uzaktan görüşme imkanı sağladık. Sigortalılara sunduğumuz kiralık araçların dezenfeksiyonu, araçlarda el dezenfektanı bulunması, konut ve iş yerleri için dezenfeksiyon hizmeti, evde çalışanlara ergonomi danışma hattı, karantina danışma hattı gibi uygulamalarımızı hayata geçirdik. Seyahat Sağlık tarafında Allianz Partners olarak İsviçre üzerinden Covid süreçlerini poliçe kapsamına aldığımız bir reasürans altyapımız var. BT altyapımız üç noktada yedekli çalışan, “disaster recovery” denilen ve olağanüstü durumlarda veri koruma kabiliyeti olan bir altyapıya sahip. Bu süreçte iş devamlılığı planımızın hazır olmasının faydasını ve ek gereksinimler için hızlı aksiyon alabilmemizin pozitif etkilerini gözlemledik. İki farklı lokasyondan hizmet vermemiz de planımıza olumlu katkıda bulundu. İş dünyası adına, değişime hızlı ayak uydurmanın rekabette bizi bir adım öne çıkaran en önemli konulardan olduğunu gözlemledik.

2021’de mevcut müşterilerimizin memnuniyetini korumayı, yeni müşterilerimize vereceğimiz hizmetlerin kalitesini en üst seviyede tutmayı hedefliyoruz. Müşterilerimize daha etkin ve proaktif hizmet sağlayabilmek adına başlattığımız altyapı çalışmalarının devamı gelecek; çözümlerimizi geliştirecek ve dijital hizmetlerimizin yaygınlığını artıracaktır. Allianz Partners’ın global olarak pandemiyle hayatlarımızın nasıl değişeceğine dair açıkladığı raporda evlerimizde bir durak olmaktan çıkıp çok fonksiyonlu dijital kalelere dönüşeceği; dijital ve giyilebilir sağlık teknolojilerinin hızla benimseneceği; karayolu seyahatinin normale dönüşeceği; dünyadaki büyük şehirlerin mikro mobilitayı teşvik etmek için altyapılarını düzenleyeceği; turizm sektörünün yeni sağlık önlemleri alacağı; havayolu taşımacılığının ancak birkaç sene içinde yeniden eski haline dönebileceği öngörülüyor. Biz de markamızın global vizyonundan ilham alarak ülkemize ve sigortalılara yönelik yeni ihtiyaçları tespit etmeye, bu doğrultuda yeni servisler geliştirmeye, insan faktörünü her zaman odağımızda tutmaya devam edeceğiz. Sektörümüz açısından baktığımızda ise müşterilerinin bu süreci en çevik ve en şeffaf biçimde, atlatmasını sağlayan şirketler bir adım öne çıkacak ve kendini değişime adapte edebilenler kazanacak. **FD**



2021

ALMANAK FD

Getir'i 2015'te dünyanın ilk 10 dakikada teslimat iş modeli ile bir teknoloji şirketi olarak kurduk. Yaklaşık 1500 ürünü, haftanın 7 günü, gece gündüz, dakikalar içinde kullanıcılarımıza ulaştırıyoruz. 5 senede iş modelimizi genişleterek GetirYemek, GetirBüyük ve GetirSu'yu kurduk. Şu ana kadar 3,2 milyon aktif kullanıcıyla, 50 milyondan fazla zil çaldık.

Pandemi, şirketleri dijital dönüşüm konusunda hızlı karar almaya yöneltti. Biz ise mobil ticaret alanında çalışan bir teknoloji şirketi olduğumuz için, işimizi saatlik hatta anlık kararlarla yönetebildik. Getir'i kurarken amacımız, kullanıcılarımızın anlık ihtiyaçlarında yanlarında olmaktı. Pandemi ile birlikte herkes evde kaldığında, biz de insanların sağlığını korumak için ihtiyaçlarını kapılarına götürmeye odaklandık. Gelen talebi karşılayabilecek esneklikte, yüksek performansla çalıştık. Teknolojik altyapımız sayesinde, kullanıcılarımızın ve çalışanlarımızın sağlığı için çok kritik olan 'siparişi kapıya bırak' seçeneğini devreye alarak sektöre öncülük ettik. İstanbul Valiliği ile işbirliği yaparak 50 bin ihtiyaç sahibi büyüğümüze 6 hafta boyunca 333 bin gıda kolisinin dağıtımını ücretsiz olarak üstlendik. Getir Turkcell'le projemizle, 65 yaş üstü Turkcell'lilerin çağrı merkezini arayarak Getir'den sipariş vermesini sağladık. Herkesin evlere çekilmesiyle sokakta yemek bulamayan dostlarımız için 'Yardım Maması' projesini gerçekleştirdik. Son olarak, 'online bahşiş' uygulamasını devreye alan ilk uygulama olduk. Tüm bu örnekler, ihtiyaçları doğru anlayıp, hizmetimizi hızlı ve doğru yönlendirmemiz sayesinde hayata geçen uygulamalar oldu.

Son dönemde ise yeme-içme sektörünün içinden geçtiği zorluğu görüp, elimizi taşın altına koyduk. 10 Aralık'ta GetirYemek ile başlattığımız Bi Mutluluk Hareketi'yle iş birliği yaptığımız restoranlardan 2021 Ocak sonuna kadar sipariş yönlendirme hizmeti komisyonu almamaya karar verdik. Bu kampanyamızın sadece işimizi en iyi şekilde yapmakla yetinmeyen, her zaman ülkesi için iyiyi ve doğruyu yapmayı hedefleyen bir şirket olduğumuzu gösterdiğini düşünüyorum.

Pandemi ile birlikte bütün dünyada herkesi ilgilendiren kriz yönetimi süreci yaşanıyor. Şu anda şirketler, anlık yönetimin, esnek olabilmenin, hızlı ve doğru karar alabilmenin önemini anladı. Biz de yaptığımız işin ne kadar doğru olduğunu bir kez daha gördük. Herkesi etkisi altına alan bu belirsizlik sürecini iyi yönetebildiğimizi düşünüyorum. Hızlı odağına alan bir şirket olarak, karar mekanizmalarımızdan, değişiklikleri uygulamaya kadar her aşamada hızlı ve doğru hareket etmenin önemini tekrar gördük.

Öncelikli hedefimiz sürdürülebilir büyümemizi, kazandığımız ivmede devam ettirmek. Türkiye'den çıkan başarılı bir teknolojik girişim olarak, ekonomik alanda, istihdamda ve teknoloji geliştirmede ülkemize değer katmaya devam edeceğiz. **FD**

TUNCAY TÜTEK

Getir

Kurucu Ortağı



**Şu ana kadar
3,2 milyon aktif
kullanıcıyla,
50 milyondan
fazla zil çaldık**

**İstanbul Valiliği ile
işbirliği yaparak 50 bin
ihtiyaç sahibi
büyüğümüze 6 hafta
boyunca 333 bin gıda
kolisinin dağıtımını
ücretsiz olarak
üstlendik.**



2021

ALMANAK

FD

AHMET ONUR
Kolektif House
Kurucu Ortağı ve CEO'su



Ofis stratejilerini herkes için geliştiren bir yapı: Kolektif House

Kolektif Enterprise ile istenilen adreste kurumun ihtiyaç duyduğu büyüklükteki ofisi bulup, kurumun tercihleri doğrultusunda tasarlarken; Kolektif Suites ile ise 5-35 kişi kapasiteli olarak izole ofis tercih edenler için kurumların ihtiyaçları doğrultusunda, taşınmaya hazır daireleri düzenliyoruz.

Pandemi ile birlikte kurumsal iklim esneklik ve çeviklik kavramları çerçevesinde değişirken, ofis ve çalışma mekanları kavramlarına da yeni anlamlar yüklendi. Biz de Kolektif House olarak bu konudaki tecrübemiz ve vizyonumuz ile kurumların ihtiyaçları doğrultusunda hazırladığımız yeni ofis çözümlerimizden en optimum kombinasyonu sunarak kurum dinamiklerini desteklemek için öncü rol üstleniyoruz. Bunlardan ilki olan Kolektif Enterprise ile istenilen adreste kurumun ihtiyaç duyduğu büyüklükteki ofisi bulup, kurumun tercihleri doğrultusunda tasarlayıp, tüm operasyonel süreçlerini de verimli bir şekilde yönetirken; Kolektif Suites ile ise 5-35 kişi kapasiteli olarak izole ofis tercih edenler için kurumların ihtiyaçları doğrultusunda, taşınmaya hazır daireleri Kolektif dokunuşuyla düzenliyoruz ve tüm operasyonel süreçlerini yönetiyoruz. Ayrıca, kişilerin ve kurumların esnek çalışmasına katkı sağlamak ve ihtiyaçları olan çevikliği artırmak amacıyla uzaktan çalışma kültürünü desteklerken, “kullandığın kadar öde” sistemiyle ihtiyaç duyulan kadar lokasyon kullanımı için gün satın alma imkânı da sunan Dijital Üyelik'i hayat geçirdik. Özetle; pandemi şirketlerin daha esnek ve verimli olması gerektiği sonucunu ortaya koyarken, Kolektif House'un tecrübelerini ve yetkinliklerini kullanabileceği de güzel bir ortam yarattı. Biz de sonuç olarak ofis stratejilerini herkes için geliştiren, bireylerin ve firmaların daha verimli çalışmalarını sağlayan bir yapı haline geldik.

Pandemi iş hayatının doğasında dönüşümü beraberinde getirdi. Uzaktan çalışmanın giderek benimsendiği günümüzde ofislerin rolü şirketler tarafından yeniden masaya yatırılıyor. Şirketler için artık kâr elde etmenin ötesinde toplumsal bir fayda sağlama, fark yaratma, insan odaklı yaklaşım ve ideal çalışma ortamı sunmak için özgürleşmek temel değerler haline geldi. Şirketler artık daha küçük merkez ofisler, uydu ofisler ve uzaktan çalışmanın harmanından oluşan; kendilerine özel çalışma sistematiği geliştiriyor. Dolayısıyla önümüzdeki dönemde küçük büyük fark etmeksizin tüm şirketlerin çalışanlarını ve kendilerini daha verimli ve esnek kılan esnek ofis çözümlerine yöneldiğini göreceğiz.

Türkiye'de enterprise, paylaşımlı ofis ve dijital alanlarda yatırımlarımız devam ederken, yurt dışında iş geliştirme faaliyetlerimize devam edeceğiz. Ayrıca, teknoloji yatırımlarımızı tamamen esnek ve her yerden çalışmanın önünü açmak üzere artıracamız. **FD**



2021

ALMANAK

FD

BANU SÜREK
İndeks Bilgisayar
Genel Müdürü

Türkiye BT pazarı 2021'de büyümeye devam edecek

2021 yılında, oyun bilgisayarları, IOT, sanayide temassız çalışma ve hijyen koşullarının tam sağlanabilmesi için devreye hızla giren robotlar, otonom araçlar, akıllı cihazlar, giyilebilir teknolojiler ve yapay zeka ürünlerinde büyümenin devam etmesi çok olasıdır.

Türkiye Bilişim Teknolojileri sektöründe 31 senedir faaliyet gösteren distribütör grup olarak kurulduğumuz günden bugüne kadar pek çok kriz gördük. İş hayatı göz önüne alındığında “kriz”, global veya lokal kaynaklı ekonomik zorlukları ifade ederken, ilk defa bu sene bir sağlık krizi yaşadık ve bu durum, bugüne kadar bildiklerimizin dışında birtakım yeni ve farklı önlemler almamızı gerektirdi.

İlk olarak biz de tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi çok hızlı bir şekilde hibrid çalışma düzenine geçtik. Bu süreçte iş, eğitim ve sosyal yaşamın merkezinin eve taşınmasıyla birlikte, hayatın sürekliliği açısından teknoloji sektörünün kritik önemi ortaya çıktı. Özellikle uzaktan erişim ile çalışma ve eğitim koşullarının gereksinimi olan bilişim teknolojileri ürünlerine önemli ölçüde bir talep oldu. Bu talebe karşılık verebilmek için geride kalan 9 ay boyunca başlıca önceliklerimizden biri, pandemiyle mücadele gereği alınan tedbir kararları sebebiyle kısıtlanan lojistik operasyonlarımızın kesintisiz sürdürmek oldu. Dolayısıyla öncelikle çalışanlarımızın sağlığını koruma ve beraberinde çok yoğun bir talebi yöneterek distribütörlüğünü yaptığımız ürünleri kanalımıza hızla ulaştırma konusunda müthiş çaba gösterdiğimiz, oldukça değişik bir yıl yaşadığımızı söyleyebilirim.

Önemli olan kriz ortaya çıkmadan krize hazırlıklı olmaktır ama şunu biliyoruz ki böyle bir krizi dünyanın hiçbir ülkesi veya kurumu tahmin edemezdi. Dolayısıyla hiç beklenmedik bu süreçten her ülkenin, her kurumun ve hatta herkesin kendine göre gereken dersleri çıkaracağını düşünüyorum. Biz Index Grup olarak değişikliklere uyum sağlamada hızlı karar almanın, bu kararları yine hızla hayata geçirmenin ve elbette doğru iletişimin önemini gördük. Hızlı karar alma kasımızın kuvvetli olması sayesinde bu oldukça dinamik süreçte meydana gelen gelişmelere göre yönetim kararlarımızı çevik bir şekilde güncelleyerek yolumuza devam ettik. Soğukkanlı, sakin, çevik ve güçlü bir yönetim anlayışıyla bizim işimizin kalbi olan sahaya yakınlığımızı daha da arttırdık. Birinci önceliğimiz her zaman çalışanlarımızın sağlığı, sıhhati ve morali olurken her koşulda işimize odaklanmaya ve işlerimizi sürekli takip etmeye devam ettik. İnsani krizler, birlik beraberlikle atlatılır. Bana göre kriz yönetiminin çıkardığımız en önemli sonuç şudur: Her ne kadar sürekli bir planlama yapsak da hayatta her zaman beklenmedik sürprizler olacak. Böyle zor zamanları iyi yönetmenin ve hasarsız bir şekilde geride bırakmanın yolu, değişime hızla uyum sağlamak, hızlı karar ve aksiyon almak ve hem kendi çalışanlarımız hem üreticilerimiz hem de kanal iş ortaklarımızla her zamanki gibi çok yakın iletişim kurmaktır. Böyle bir sistematik yaklaşımın yenemeyeceği zorluk yoktur.

Aşırı uygulamalarının sene başında başlayabileceği öngörüsü ile 2021 yılında kademeli olarak eski düzenimize dönmeye başlama beklentisi olsa da uzaktan erişimin uzun bir süre hayatımızın önemli bir parçası olarak kalacağını söylemek, sanıyorum yanlış olmaz. Bu sebeple hem 2021 yılında hem de devamında, kişisel bilgisayarlar başta olmak üzere



2021

ALMANAK

FD



birçok teknoloji ürününün ticaretinde büyümenin devam etmesini ve Türkiye BT pazarının bu bakışla 2021 yılında belli oranda büyümeye devam etmesini bekliyoruz.

Yine pandemi etkisi ile ticaretin belli ölçüde geleneksel satış kanallarından online ticarete kaymaya başladığını gözlemledik. Bu trend, 2021 yılında da tüm sektörlerde olduğu gibi BT ürünleri ticaretinde de devam edecektir. Oyun bilgisayarları, IOT, sanayide temassız çalışma ve hijyen koşullarının tam sağlanabilmesi için devreye hızla giren robotlar, otonom araçlar, akıllı cihazlar, giyilebilir teknolojiler ve yapay zeka ürünlerinde de büyümenin devam etmesi çok olasıdır.

Tüm bu faktörlerle kilit bir sektör haline gelen BT sektörünün pozitif ivmesinin yanında tabii ki pandeminin BT dışındaki sektörlerde yarattığı daralma, işsizlik ve makroekonomik dengelerdeki bozulma sinyallerini göz önünde bulundurmamız gerekir. Bu açıdan kendi işimizi ve bütçelerimizi ele alırken, 2021 yılını temkinli iyimser planladığımızı söyleyebiliriz.

BT sektörü açısından kurumsal bütçelerin yoğun

olarak teknoloji alımına dönüştüğü ve bireysel tüketici kampanyalarının çok hızlı döndüğü senenin son çeyreği, yılın performansını belirleyen dönemdir diyebiliriz. Bu açıdan 2021 yılında da özellikle makroekonomik dengelerin, kur, faiz, işsizlik parametrelerinin durumu bizim performansımızı da belirleyecek önemli faktörler olmaya devam edecektir. BT pazarında faaliyet gösteren distribütör bir grup olarak daimi yatırımımızın, dağıtımını yaptığımız marka sayısını ve ürün çeşitliliğini arttırmak olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim. Dolayısıyla 2021 yılında da Türkiye pazarına yeni giren ve ülkemizde uzun vadeli iş yapma kararı olan markalar ile yeni distribütörlük imkanları aramaya devam edeceğiz. Diğer taraftan; iş ortaklarımızın değişen lojistik ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunma önceliğimiz her zaman var. Halihazırda hem geleneksel satış kanallarımızdaki iş ortaklarımızın, hem de pandemi ile birlikte hızlanan online ticarete yönelik olarak, elektronik satış platformları üzerinden ticaret yapan iş ortaklarımızın lojistik ihtiyaçları ile ilgili verdiğimiz hizmetleri geliştirmeye ve çeşitlendirmeye devam edeceğiz. **FD**



2021

ALMANAK

FD

EMRE ALAMAN
HP Türkiye
Genel Müdürü

"Hepimiz için daha iyi bir dünya" fikrine odaklanıyoruz

3D baskı teknolojisi, güvenlik ve oyun da odaklanacağımız alanlar arasında yer alıyor.

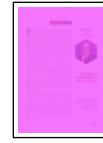
Pandemi teknolojiye duyulan ihtiyacı artırdı ve dijital dönüşümü bir nevi zorunlu kıldı. HP olarak bu dönemi önemli bir dönüşüm fırsatı olarak görüyoruz ve yeni ihtiyaçları karşılayacak inovasyonlar geliştirmeye odaklanıyoruz. Yapacağımız ve yapmakta olduğumuz yenilikler ile müşterilerimizin memnuniyetini ve verimliliği önemli ölçüde artırabileceğimizi düşünüyoruz. Öncelikle satış kanallarımızı geliştirici çalışmalar yaptık. Online satışa yönelik yatırımlarımızı artırdık ve buna devam ediyoruz. Uçtan uca operasyonumuzu basitleştirici ve hızlandırıcı önlemler aldık. Değişen, gelişen ve farklılaşan tüketici taleplerini her zaman ön planda tutarak çözümler üretiyoruz ve bu süreçte kendimizi geliştiriyoruz.

2021'de Türkiye'nin güçlü bir şekilde büyüyeceğini düşünüyorum. Kaliteli büyüme hepimiz için daha çok fırsat, daha çok iş, daha çok yatırım demek. Bilişim sektörünün de yıllar sürecektir bir büyüme trendine girdiği kanaatindeyim. Dijitalleşmenin hızlanması, uzaktan çalışma ve uzaktan eğitim ihtiyaçları, bilgisayar ve yazıcı gibi son kullanıcı cihazlarına talebi de artırıyor. Kurumlar altyapı, yazılım ve iş süreçlerini bu yeni gerçeğe göre güncellemek zorunda kalıyor. Uzun yıllar sürecektir bu değişim, bilişim sektörünü canlı tutacaktır. Düşünenin ve geliştirenin kazanacağı ve değer yaratacağı bir gelecek bizleri bekliyor.

"Hepimiz için daha iyi bir dünya" fikrine odaklanıyoruz. 2021 yılında da bu kapsamda daha az enerji tüketen, daha az materyal ile üretilen ve kolay geri dönüştürülebilen ürünler üretmek için sürdürülebilirlik alanında inovasyonlara devam edeceğiz. 2021'de yakından ilgilendiğimiz 3D baskı teknolojisi, güvenlik ve oyun da odaklanacağımız alanlar arasında yer alıyor. 3D teknolojimiz ile seri üretime öncülük ediyor ve bu alandaki dönüşümün hızlanmasına yardımcı oluyoruz. 3D yazıcılar aynı zamanda salgınla mücadelede büyük önem kazandı, bu kapsamda hem globalde hem de Türkiye'de önemli çalışmalara imza atıldı. Global olarak iş ortaklarımızdan ve müşterilerimizden oluşan küresel topluluğumuz bünyesinde toplam 4 milyondan fazla 3D basılmış parça üretildi ve üretimin tamamında HP'nin cihazları kullanıldı.

Güvenlik de dönüşüm ile birlikte şirketler için her geçen gün daha önemli hale gelen konulardan bir tanesi. Her satın alınan bir güvenlik kararı olduğunu düşünüyoruz. Bu bilinçle, güvenliği her aşamaya dahil ediyor ve yeni sektör standartları belirleyecek inovasyonlara imza atıyoruz. Oyun tarafında ise evlerde geçirilen zamanı daha keyifli hale getirmek için OMEN markamızı ve Pavilion oyun ürün ailemizi geliştirmeye devam ediyoruz.

Dijital dönüşümü toplumun geneline yaymak için dijital referans olacak adımlar atmaya gayret eden bir şirket olarak gelecek yıl ve diğer yıllarda müşterilerimizin ihtiyaçlarını en uygun şekilde karşılayacak çözümler ile sektördeki etki alanımızı büyüteceğiz. Tüm yatırım planlarımızı Covid-19 sonrası hem Türkiye hem de sektörümüz için olumlu beklentilerimizi göz önünde bulundurarak yapıyoruz. **FD**



2021

ALMANAK FD

Pandemi etkisinde geçen 2020 yılında hayata geçirilen yoğun dijitalleşme çalışmaları hayatımıza pek çok yeniliği getirdi ve doğal olarak iş yapış süreçlerinde farklı uygulamalar gördük. Pandeminin faaliyet gösterdiğimiz yapay zeka tabanlı chatbot alanına yansması ise yoğun kullanım olarak öne çıktı. Bu dönemde sektör olarak pek çok şirket için çözümler sunduk ve durmadan çalıştık. Zira bizim faaliyet gösterdiğimiz yapay zeka sektörü ve yapay zeka tabanlı chatbot ve dijital asistan alanı aslında dijitalleşmenin lokomotifini konumunda yer alıyor. Pandemi döneminde şirketleri dijitalleşme yatırımları bizim de ürün ve hizmetlerimize yönelik talebi artırdı. Bu da sektör olarak iş yapış şekillerimizi hızlandırdı. Öte yandan aslında biz sektör olarak bu krizi fırsata çeviren bir konumdayız. Bu dönemde gördük ki, gelecek öngörülerini takip etmek ve bu noktada yatırım yapmak oldukça kritik. Biz pandemi öncesi gerekli yatırımları önceden yapmamış olsaydık bu krizi fırsata çevirmemiz mümkün olmayacaktı.

2021 yılı aslında 2020'de yaşadığımız gelişmelerin etkilerini daha fazla hissedeceğimiz bir yıl olacak. 2021'de ülkeler ve şirketler zaten öneminin farkına vardıkları dijital dönüşüm kavramını tam olarak benimseyecek ve dijital dönüşüm teknolojilerine yaptıkları yatırımların meyvelerini toplayacaklar. 2021 yılı ve sonrasında bankacılık, telekomünikasyon, perakende, e-ticaret gibi lokomotif sektörlerin yanında sağlık, sigorta, imalat, seyahat gibi sektörlerde ve kamu alanında yapay zekanın öncelikli bir teknoloji olacağını ve olması gerektiğini düşünüyoruz. Şirketler için, çeviklik, yenilikçilik, veri odaklılık kavramlarını karşılayan bu teknolojinin kullanımı artık bir seçenek değil, bir zorunluluk.

CBOT olarak Covid-19 süresince lider yapay zeka teknolojimizi kullanıcıların yararına sunarak çalışmalarımızı son hızında sürdürdük. Bu dönemde özellikle Koronabot, EBA Asistan ve MEB Asistan projeleriyle önemli adımlar attık. Tabii ki bu adımları atmamızda insan kaynağımızın yetkinliği oldukça önemliydi. Gerek pandemi döneminde gerekse 2021'de istihdam rakamlarımızı artırmayı istiyoruz. Teknoloji yatırımı noktasında teknolojimize sürdürülebilir bir yatırım yapıyoruz. Bugün başarılı projelere imza atmamızda bir önceki yıl yaptığımız yatırımlarımızın büyük bir payı var. Dolayısıyla 2021 yılı için yatırımlarımızı da şimdiden yaptığımızı söyleyebilirim. 2021 yılı için yapay zeka, NLP, ses teknolojisi ve makine öğrenimi gibi teknolojilere yatırım yaptık. **FD**

METE AKTAŞ
CBOT
Kurucu ve CEO'su



**Teknolojimize
sürdürülebilir bir
yatırım yapıyoruz**

Covid-19 süresince,
Koronabot, EBA Asistan
ve MEB Asistan
projeleriyle önemli
adımlar attık.



2021

ALMANAK FD

MURAT MEDİÇELER

VMware Türkiye
Ülke Direktörü



2021 yılında yazılıma dayalı inovasyon hızını arttıracak

Pandemi dönemi bittiğinde bile çalışma şeklimiz kökten değişecek. Bu da kurumların sadece dijital alanda değil, kültürel anlamda da dönüşmesini zorunlu hale getirecek. Güvenliğin önemiyle birlikte bu alana yapılan yatırımlar artacak.

Biz değişimi pandemi öncesinde başlatmıştık. Son birkaç yıldır çalışanlarımız dijital çalışma alanı çözümlerimizi kullanıyor, bu sayede ofis dışında herhangi bir yerden güvenli bir şekilde çalışabiliyor. Pandemi süreci başladığında dünya genelinde 30.000 çalışanımız bir günde evden çalışma modeline geçti. Bu çalışma sistemine zaten alışık olduğumuz için teknoloji açısından herhangi bir sıkıntı yaşamadık. Yönetilmesi gereken asıl konu, ekibin moral ve motivasyonunu yüksek tutmaktı. Biz de çalışmalarımızı bu alanda yoğunlaştırdık. Çünkü teknoloji, iş süreçleri başarı için çok önemli fakat çalışanlar değişime uyum sağlamazsa süreci yönetmek imkansız hale gelir. Bu dönemde iletişimi daha da artırdık. İş dışında sadece sohbet amaçlı düzenli toplantılarımız oldu. Süreci nasıl yönettiğimiz, ne gibi gelişmeler beklediğimiz, her seviyedeki yöneticiler tarafından ekipleri ile düzenli olarak paylaşıldı. Böylece tüm çalışanların ekibin bir parçası olduğu ve değerli olduğu anlayışını hissettirmeye gayret ettik.

Her zaman insan odaklı ve sonuç odaklı bir yönetim stratejisi uygulamışım. Bu stratejiyi devam ettirdim. Bu dönemde anahtar kelime hoşgörü oldu. İnsanların eve kapandığı, sağlık ile ilgili kaygıların arttığı pandemi sürecinde hoşgörü ve pozitif enerji hiç bu kadar gerekli olmamıştı.

Dijital dönüşüm, 2021 yılında da hem kamu hem de özel sektördeki üst düzey yöneticilerin ajandalarında ilk sıralarda yer alacak. Bu dönemde yazılıma dayalı inovasyonun hızını artıracığına inanıyorum. Benzer şekilde uzaktan çalışma modelleri de hayatımızın bir parçası haline gelmeye devam edecek. Pandemi dönemi bittiğinde bile çalışma şeklimiz kökten değişecek. Bu da kurumların sadece dijital alanda değil, kültürel anlamda da dönüşmesini zorunlu hale getirecek. Güvenliğin önemiyle birlikte bu alana yapılan yatırımlar artacak. Bu noktadan hareketle VMware olarak uygulamaları geliştirecek, çalıştıracak, yönetecek, bağlı hale getirecek ve güvenliğini sağlayacak çözümlerin yanı sıra bu uygulamalara herhangi bir cihazdan ve herhangi bir bulutu kullanarak güvenli erişim sağlayan yazılımları sunuyoruz. Dolayısıyla 2020'de olduğu gibi 2021 yılında da büyümeye devam edeceğiz. Kurumlar açısından en önemli riskin teknoloji ve organizasyon/yönetim kültürü dönüşümünde geç kalmaları olacağını düşünüyorum.

Pandemi sürecinde işe alım süreçlerimizi aynı hızla devam ettirdik. Tamamen online olarak yönettiğimiz ve yüz yüze görüşme yapmadan işe başlayan arkadaşlarımız oldu. Çalışan sayımızı yüzde 10 arttırdık. Pandemi sonrasında da ekibimize ve iş ortaklarımıza yatırım yapmaya devam edeceğiz. Bu yatırımlar eğitim, pazarlama ve finansman alanlarında yoğunlaşacak. **FD**



2021

ALMANAK FD

Koronavirüs salgını 2020 yılı hedeflerimizi yeniden düzenlememizi gerektirse de hedeflerimiz değişmedi. Artan online satışlara ve dijitalleşmeye yaptığımız yatırımları artırarak; yurt dışı pazarlarda büyümeye, dijitalde daha etkin olmaya ve mağaza sayımızı artırmaya devam ediyoruz. Porland olarak gastronomi sektöründe; otel, restoran ve kafelere hizmet ederken, perakende sektöründe ise ev halkına yönelik geniş bir ürün yelpazesi ile hizmet sunuyoruz. Bu anlamda gerek gastronomi sektöründe gerekse tüketiciler bazında değişen ihtiyaç ve beklentilere uygun, inovatif ürünler geliştiriyoruz. Globalleşen sektörde rol almak geleneksel yöntemler ve iş yapış biçimlerinin çok ötesinde bir anlayış ve inovasyon gerektiriyor. Biz de bu bilinçle hareket ediyoruz.

2020 yılına hem yurtiçi mağaza sayımızı artırmak hem de mevcut satış kanallarımızı genişletmek hedefi ile başlamıştık. 2019 Aralık ayından bu yana 3 yeni mağazamızı hizmete açtık. Pandemi sürecinde de ürün portföyümüzü zenginleştirmeye devam ettik. Premium segmentteki ürün gruplarımız için inovatif LIMOGES markamızı geliştirdik. Kahve fincanları ile başlayan Superior Bone Porselen üretimimiz de yakın gelecekte aynı gruba ait diğer ürün grupları ile genişleyecek. Cookland ismini verdiğimiz pişirim kapları da ürün yelpazemizi genişleten, çok sayıda testten geçirilerek optimize edilmiş, güvenlik ve işlevselliğin ön plana çıkarıldığı yeni ürün grubumuz.

Porselen sektörünün öncü firması Porland olarak, yurtdışı pazarlarda büyümeyi hedefliyoruz. Bir Türk markası olarak İngiltere’de yüzde 8’lik önemli bir pazar payına sahibiz. Bununla birlikte, ABD pazarına yeni işbirliklerimiz ile hızlı bir giriş yaptık. Formülünü kendi geliştirdiğimiz premium ürünlerimizi Amerika’ya sunmaya hazırlanıyoruz. Avustralya ve Afrika da radarımızda olan niş pazarlar arasında.

Her zaman büyümeye odaklı çalışıyoruz ancak büyümek bizim için ciroal büyümeden çok daha farklı tanımladığımız bir kavram. Hizmet ağıımızı genişletip yaygınlaştırarak, inovatif ürünlerimizle portföyümüzü zenginleştirerek, ilklerimiz ve yeniliklerimizle sektörümüze de rehber olarak büyümeyi hedefliyoruz. Bu doğrultuda 2021 yılında da ezber bozacak, standartları değiştirecek yeniliklerimizle müşterilerimizin karşısında olmaya devam edeceğiz.

Hayata geçirdiğimiz ilklerimizle sektörümüze öncü olma ve üretimimizde farklılaşmamızı sağlayan inovasyon misyonumuz ile yenilikçi projelere imza atıyoruz. Sektörün ilk akredite Ar-Ge merkezini hayata geçiren Porland olarak, 2021 yılında tamamlanmasını beklediğimiz 3 yeni projemiz bulunuyor. Bununla beraber, dijital alandaki yatırımlarımıza devam ediyoruz. Biz yalnızca ürün değil, aynı zamanda duygu yaratıyoruz. Müşterilerimizin memnuniyeti bizim çok önemli. Bu kapsamda, memnuniyeti en üst seviyeye taşıyacak şekilde mağaza müşteri deneyimini mükemmelleştirmek için çalışıyoruz. **FD**

İMGE PAMUKÇU
Porland
Yönetim Kurulu Üyesi



Geleneksel yöntemlerin ötesinde bir anlayış ve inovasyon bilinci ile hareket ediyoruz

Bir Türk markası olarak İngiltere’de yüzde 8’lik önemli bir pazar payına sahibiz. Bununla birlikte, ABD pazarına yeni işbirliklerimiz ile hızlı bir giriş yaptık. Formülünü kendi geliştirdiğimiz premium ürünlerimizi Amerika’ya sunmaya hazırlanıyoruz.



2021

ALMANAK

FD

HALUK TEKİN
Red Hat Türkiye
Genel Müdürü

Açık kaynak,
geleceği
bugünden
şekillendiren
teknolojilerde
önemli bir rol
oynuyor

Türkiye'deki iş ortaklarımıza yaptığımız yatırımların sayısını, miktarını artıracamız ve iş ortaklarımızın uzmanlık alanlarını genişleteceğiz.

Pandemi döneminde çalışanlarımızın sağlığı en önemli önceliğimiz oldu. Bu kapsamda hızlı bir şekilde evden çalışma düzenine geçtik. Çalışma arkadaşlarımızın fiziksel ve psikolojik sağlıklarını yüksek tutmak için uzaktan çalışma yöntemine geçtiğimiz ilk günden itibaren çok yoğun bir çaba sarf ediyoruz. Bu kapsamda çok çeşitli konularda kendilerine destek veriyor ve fiziksel olarak yanlarında olamamak da her zaman destek olduğumuzu hissettiriyoruz. Öncelik sıramızın devamında müşteri ilişkilerimiz geliyor. Çünkü pandemi döneminde çalışanlarımız gibi müşterilerimiz de önemli ölçüde etkileniyor. Bu etkiyi her zaman göz önünde bulundurarak bütçelerin mecbur olarak kısıldığı, çalışan sayısının azaldığı bugünlerde müşterimizin gündeminde bir sorun olarak yer almaktan kesinlikle kaçınıyoruz. Müşterimize daha yakın çalışarak, onları daha iyi anlayarak ve daha çok dinleyerek geçirdiğimiz, her türlü yardımı yaptığımız bir dönemde olduğumuzun bilinciyle ilerliyoruz.

Hibrit bulutun gün geçtikçe daha fazla kullanıldığı bir dönemdeyiz. Bu teknolojiyi daha çok kişi anlıyor, daha çok kişi merak ediyor ve dinlemek, denemek istiyor. Bu trendden güç alarak biz de pazarda bilinirliğin artırılabilmesi için özel bir çaba sarf ediyoruz. Daha çok anlatıyoruz ve bu konu hakkında daha fazla webinarlar düzenliyoruz. Dinlemek isteyen herkese, "açık kültürümüzün" bir parçası olarak kapımızı açıyoruz ve anlatıyoruz. Böylece bir önceliğimizi de bu alana vermiş olduk. Bunun dışında yerel yatırımlarımızı, müşterilerimizi ve paydaşlarımızı merkeze aldığımız stratejiler belirledik. Türkiye'deki iş ortaklarımıza yaptığımız yatırımların sayısını, miktarını artıracamız ve iş ortaklarımızın uzmanlık alanlarını genişleteceğiz. Çünkü bugünün ve yarının inovasyonlarına güç veren, önünü açan açık kaynak, geleceği bugünden şekillendiren teknolojilerde de çok önemli bir rol oynuyor. Dolayısıyla şirketler de bu inovasyon potansiyelinden avantaj kazanabilmek için açık kaynağa daha fazla yöneliyor. Bunun dışında Türkiye'de yapacağımız ve tüm dünyada anlatabileceğimiz başarılı projeler ve uygulamalar yapmak için çalıştığımız sektör lideri markaların sayısını artıracamız.

2021 yılında, ülkemiz orta ve uzun vadede hızlı büyüme trendine tekrar geri dönecek. Bu yüzden 2021'de ve önümüzdeki yıllarda Türkiye'nin geleceğine yönelik beklentilerim son derece olumlu. Bu tarz durgunluk dönemleri aynı zamanda firmalar için inovatif yatırımlara odaklanacak bir zaman da yaratıyor. Durgunluk dönemi bittikten ve işler arttıktan sonra yatırım gibi başka konulara gerekli ilgiyi verebilecekleri vakti yaratmaları çok zor oluyor. Bu yüzden yapılacak yatırımların da artacağını düşünüyorum. **FD**



2021

ALMANAK FD

Pandemi nedeniyle alışılmıŖın dıŖında bir yıla Ŗahit olduk. Tüm olumsuzluklara karŖın sektörümüzün her Ŗeyin hayatta kalmakla ilgili olduğu bir zamanda insanlara nasıl yardım ettiği- ne tanıklık ettik. Diğer yandan da sektörde gerçekleŖmesi beklenen deđiŖimler hız kazandı. Pandemi, her anlamda sanal ve teknolojik geliŖmelerin ne kadar önemli ve gerekli olduğunu vurguladı. Pandemi- nin ortaya çıkıŖından hemen sonra dünyada ve ülkemizde bu deđiŖimleri yakalayabilen kiŖi, kurum ve Ŗirketlerin böyle bir kriz anında bile kendilerini nasıl geliŖtirebildiklerini gördük. Bu deđiŖime adapte olanlar başarı elde ederken çözüm bulma yarışında geride kalanlar zor durumda kaldı.

2021'de elbette öncelikle pandeminin olumsuz etkilerinin en aza indirilebildiği, bu süreçte tüketicilerin hayatını kolaylaŖtırma yönün- de atılan adımların artarak devam ettiği, tüm akıŖların dijital ve daha iyi hale geldiği bir dönem bekliyoruz. 2021'de finansal teknolojiler alanında yaŖanan her geliŖmenin toplumu farklı açılardan etkileye- ceği bariz. Keza; pandemi sürecinde temsil ettiğimiz fintech sektörü, ölçeği ne olursa olsun tüm Ŗirketlerin yeni normale adapte olmasında adeta bir lokomotif görevi gördü. Bu nedenle 2021 yılında, açık bankacılık uygulamaları, yapay zeka odaklı çözümler, tamamıyla dijitalde baŖlatılıp dijitalde bitirilebilen iŖlem akıŖları ve bunların sağlanabil- mesi için de güvenlik katmanlarının farklılaŖtırılıp sađlamlaŖtırılması, kripto – dijital varlıklar dünyası ile geleneksel finansın birleŖmesi ve birlikte çözümlere imza atmaları gibi geliŖmelerle, ülke ekonomisinin güçlenmesi için sektör olarak ne kadar stratejik bir öneme sahip olduğumuzun daha da farkına varılacağını düşünüyorum.

Öncelikle ülkemizin tek fintech derneği olan FINTR'nin üye tabanı- nı genişletmek hedefimiz. Ardından dünyadaki finansal merkezlerle mevcutta var olan uluslararası bağlantılarımızı daha sıkı hale getire- rek ortak inisiyatiflere imza atacağız. Finansal teknoloji alanının ül- kemizdeki geliŖimini ileri taŖımak ve üye firma ve start-up'larımızın dünyaya açılımları konusunda destek olmak misyonumuz.

Önümüzdeki süreçte fintech, ekonomimizde belirleyici rol oynayac- ak. Bu nedenle, ülkemizde regülasyonun proaktif geliŖimi için çalıŖ- ma gruplarımızla regülasyon kurumlarımıza yakın çalıŖmak ve düzenli raporlar üretmek amacımız.

Ayrıca, bu yıl ikincisi pandemi Ŗartları dolayısıyla online olarak dü- zenlenen, ana iŖ ortağı olduğumuz ve 30 ülkeden 125 konuŖmacı ve 2500 katılımcı ile küresel bir etkinlik haline gelen İstanbul Fintech Week'i (IFW) 2021 yılında da kapsamını genişleterek tekrarlayacağız. IFW '21 için çalıŖmalarımıza Ŗimdiden baŖladık. **FD**

DEMET ZÜBEYİROĐLU
FINTR
Yönetim Kurulu BaŖkanı



**Fintech,
ekonomimizde
belirleyici rol
oynayacak**

Finansal teknoloji alanının ülkemizdeki geliŖimini ileri taŖımak ve üye firma ve start-up'larımızın dünyaya açılımları konusunda destek olmak misyonumuz.



2021

ALMANAK FD

A. ERDEM ACAY

Coşkunöz Holding CEO'su



Rusya'daki pazar payımızı artırmayı hedefliyoruz

2021'de seri üretime geçilmesi planlanan Rusya'nın yerli otomobili Aurus araçlarına ait parça üretiminde ana tedarikçi olmak için çalışıyoruz.

Holding olarak otomotiv, savunma, havacılık, enerji, çevre teknolojileri, bilişim ve lojistik alanlarında toplam 7 sektörde 12 şirketimizle faaliyet gösteriyoruz. Pandemi döneminde farklı sektörlerdeki şirketlerimizle, yavaşlamanın olduğu sektörlerdeki şirketlerimizi destekledik, çalışmalarımızı ve yatırımlarımızı sürdürdük. Teknoloji, bilişim ve enerji gibi yoğun talep olan sektörlerin gücünü otomotiv gibi sektörleri lokomotif etmek için kullandık.

Farklı sektörler ve lokasyonlarda var olmanın avantajı pandemideki en büyük öğretimimiz oldu. Bu doğrultuda ulusal ve uluslararası birçok görüşme gerçekleştiriyor, iş birliğine imza atıyoruz.

2020 yılında yurt içi ve yurt dışında 350 milyon TL'nin üzerinde yatırım planlıyorduk. İlk aylarda yatırımlarımızı gerçekleştirdik. Ancak Mart itibarıyla sektörlerdeki gelişmelere ve nakit akışımıza göre yatırımlarımızı erteledik. Hayatın normale dönmesiyle birlikte planladığımız tüm yatırımları yeni yılda gerçekleştirmeyi, üretimimizi ve pazar payımızı artırarak globalleşmeyi hedefliyoruz.

2021'de özellikle Rusya, Türkiye Cumhuriyetlerindeki potansiyeli görüyor, uzun süreli anlaşmalar ve yeni mutabakatlara imza atmak için çalışıyoruz. Ayrıca Avrupa, Kuzey Afrika ve Amerika, Türkiye Cumhuriyetler ile Rusya otomotiv pazarında da seri üretim ve otomotiv kalıbı üretiminde proje ortaklıklarıyla işbirlikleri çalışmalarımıza hız verdik. Coşkunöz Savunma Havacılık şirketimizle Avrupa'da bir lokasyon ile havacılık sektöründeki müşterilere yakın olup çözüm ortağı stratejimiz bulunuyor.

Çin ile, Türkiye'de ve Çin'de kalıp ve seri üretim için de stratejik ortaklıklar hedefliyoruz. Savunma ve havacılık sektöründe de yakın zamanda duyurmayı planladığımız yeni işbirlikleri ve projelere imza attık. Çevre teknolojilerinde Doğu Avrupa, Türkiye Cumhuriyetler ve Rusya pazarlarında aktif rol oynamaya başlayacak, atık bertaraf sistemimizi global pazarlara açmayı planlıyoruz.

Coşkunöz MA şirketimiz ile Romanya'da 25 milyon Euro'luk yatırımı hayata geçirdiğimiz fabrikamızı 2021 yılında tamamlayıp üretime başlamayı hedefliyoruz. Ayrıca Romanya'da Coşkunöz MA tarafında yaptığımız yatırımın yanı sıra Asya-Pasifik bölgesi için de çözüm ortağı olma yolunda ilerliyor, Rusya'daki pazar payımızı artırmayı hedefliyoruz. 2021'de seri üretime geçilmesi planlanan Rusya'nın yerli otomobili Aurus araçlarına ait parça üretiminde ana tedarikçi olmak için çalışıyoruz. Bu projelere ek olarak Rusya'da farklı bölgelerde üretim gerçekleştiren, Avrupa'nın önemli bir otomobil üreticisiyle yeni bir projeye imza attık. İlk etapta 12 milyon Euro'luk yatırımla 2022 yılında seri üretime geçmeyi ve bölgedeki pazar payımızı artırmayı planlıyoruz.

Holding tarafında girişim sermayesi (Venture Capital) yönetim stratejisi üzerinde çalışıyor, bazıları ile görüşmeler yapıyoruz. **FD**



2021

ALMANAK FD

PEAKUP olarak, bilişim altyapı hizmetlerinden yazılım geliştirme faaliyetlerine kadar uçtan uca çözüm sunan, yerli teknoloji firmasıyız. Pandemi süreci bizim iş yapış şeklimizi değiştirmekten ziyade bize olan ilgiyi ve ihtiyacı arttırdı diyebiliriz. Çünkü; ofislerin dijitalleşme süreçlerine bakış açısı olumlu yönde değişti ve dijital ofis kavramı giderek önem kazandı. Pandemi ile başlayan uzaktan çalışma dönemi, sektörlerin teknolojik alt yapılarını geliştirmek için bir neden oldu. Biz de müşterilerimizin ihtiyaçları doğrultusunda geliştirdiğimiz ürünler ve verdiğimiz hizmetlerle onlara destek olmaya devam ediyoruz. Normalleşme sürecinin başlamasıyla beraber ofislerine dönen çalışanlar için de daha güvenli ve sağlıklı bir ortamda çalışabilmelerini sağlayacak ürünler geliştirmeye yöneldik. IoT platformu olan ve ofislerde minimum temas devrine öncülük eden NOVA'yı buna örnek gösterebiliriz. İş yapış şeklini dijitalle eviren bu dönem ve sonrası için NOVA, ofislerin yeni baştan dizayn edilmesine gerek kalmadan online ve offline entegrasyonu ile hayatı kolaylaştıran bir uygulama oldu. Diğer taraftan pandemiyle tanışmamız aslında bir noktada hepimiz için bir kırılma noktası oldu ve doğa bize bir kez daha sürdürülebilirliğin önemini hatırlattı. Alışkanlıklarımızı değiştirip daha az tüketmemiz gerektiğini fark etmemiz, doğa-insan-ekonomi dengesini koruyacak, buna katkı sağlayacak hizmetleri öne çıkarmamızı sağladı.

Pandemi sürecindeki en büyük farkındalığımız; krizlerin, değişime ayak uydurmak için iyi bir fırsat olduğunu anlamamız oldu. Dünya hızla değişirken tüketicilerin talepleri de aynı hızla değişiyor. Küresel rekabetle birlikte hız ve esneklik elzem hale geldi. Dijital dönüşüm farkındalığı yıllar önce başlasa da pandemiyle gelen değişimler tüm sektörleri bu alanda adımlar atmaya zorladı. Pandemiyle beraber Türkiye'deki her şirketin bir dijitalleşme stratejisi yaratması gerektiğini düşünüyoruz. PEAKUP olarak biz de, pazar dinamiklerini, ihtiyaçları ve fırsat alanlarını araştırarak çözüm üretmeye devam ediyoruz.

Geçtiğimiz yıllar itibarıyla Amerika Birleşik Devletleri, İrlanda, Portekiz, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerde satış aksiyonları yürüttük. Pandemiye hemen önce açtığımız Londra ofisimizle İngiltere pazarında daha etkin bir şekilde yer alma çalışmalarımız sürerken, Amerika pazarına agresif bir giriş yapmak başlıca hedeflerimiz arasında. Geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi önümüzdeki yıllarda da yine en önemli yatırım alanımız insan kaynağı olacak. Önümüzdeki yıl içinde Türkiye'nin Ar-Ge yönünden ilk 250 şirketi arasında yer almayı hedefliyoruz. İş zekası, veri bilimi, mobil ve web tabanlı yazılım bölümleri işe alım yapacağımız temel alanlar olacak. **FD**

AHMET TOPRAKÇI
PEAKUP CEO'su

Türkiye'nin Ar-Ge yönünden ilk 250 şirketi arasında yer almayı hedefliyoruz

İş yapış şeklini dijitalle eviren bu dönem ve sonrası için NOVA, ofislerin yeni baştan dizayn edilmesine gerek kalmadan online ve offline entegrasyonu ile hayatı kolaylaştıran bir uygulama.



2021

ALMANAK FD

FERHAN ÖZAY
AON Türkiye
Eş-CEO'su

İş sürekliliğini düzgün yönetebilen firmalar bu süreçten kazançlı çıkacaklar

2020 yılında küresel afetlerin sigorta sistemine faturası 80 milyar dolar üzerinde. Bu bağlamda sağladığımız hizmetlerin bazılarını ilave olarak yeni platformlar geliştirerek bunlar üzerinden müşterilerimize hızlı kapasiteler, faydalar sağlamayı planlıyoruz.

Hem kesintisiz müşteri hizmetinin devamlılığı hem de çalışan sağlığını her şeyin üzerinde tutmamız sebepleriyle 2020 Mart ayı ortasından itibaren ağırlıklı olarak evden çalışmaya başladık ve bu sebeple süreçlerimizi gözden geçirdik. Müşteri ziyaretleri, kişisel seyahatler ve salgının başlarında ofiste çalışılması gereken durumlar için düzenlemeler, uyarılar yaptık. Bina yönetimiyle görüşerek alınması gereken tedbirler konusunda mutabık kalarak uygulamaya aldık. Ziyaret yoluyla müşteri veya şirket içi ekip buluşmaları sekteye uğradığı için daha disiplinli bir iletişim ön plana çıktı. Bu bağlamda müşterilerimizle, ekibimizle ve yöneticilerimizle daha düzenli görüşerek, bilgilendirmelerde bulunarak diyalogun devamını ve iletişimde sürekliliği sağlamaya çalıştık. Tüm iş kolları salgından ama az ama çok bir şekilde etkilendi. Finansal manada etkinin bir kısmı iş sürekliliğinin sağlanması ile ilgili ortaya çıkan engeller bir kısmı da satışların doğru azalması şeklinde oldu. İş sürekliliği ve kriz yönetimi hakkında bir plana sahip olmanın, bu planın kriz öncesinde belirli oranlarda tatbikatlarının yapılmasının, çalışanların bu konu hakkında sürekli bilgilendiriliyor ve destekleniyor olmasının ne kadar önemli olduğunu gördük. Salgın döneminde teknoloji desteğini en iyi şekilde kullanarak müşterilerine kesintisiz hizmet ve destek veren bir şirket olarak, yeni yılda bu gücün de verdiği destek ve birleşmenin de yaratacağı sinerji ile büyümümüzün daha da hızlanacağını düşünüyorum. Evden çalışma, sanal toplantılar ve sanal etkinlikler artık muhtemelen yeni normalin birer parçası olacaklar. İş sürekliliğini düzgün yönetebilen firmalar bu süreçten kazançlı çıkacaklar. Müşteri memnuniyeti açısından özellikle internet üzerinden satış yapma imkânı olan firmalar için kolayca anlaşılabilir akıcı algoritmalar ve sorunsuz çalışan çağrı merkezi sistemlerine sahip olmaları ön plana çıkacak.

Ekonomide olumlu sinyalleri görüyoruz, istikrar bozulmadan bu yönde devam edebilirsek daha iyi bir seneyi yaşıyor oluruz. Ancak diğer yandan ülkemiz jeopolitik açıdan maalesef pek huzurlu bir bölgede değil, bu alanda yaşanacak sıkıntılar normalleşme sürecini sekteye uğratma potansiyeline sahip görünüyor.

AON olarak 2021 yılında gerçekleşecek küresel ölçekte devasa bir yatırımımız, birleşmemiz var. Bu yönde halihazırda devam eden çalışmalarımız 2021 senesine yayılacaktır.

Diğer yandan büyümemiz devam ediyor, dolayısıyla nitelikli işgücü anlamında istihdam yapmayı düşünüyoruz. Ekonomi olarak pandemi ve bununla alakalı sorunlara gömüldük ancak diğer riskler de hız kesmedi. 2020 yılında küresel afetlerin sigorta sistemine faturası 80 milyar dolar üzerinde. Bu bağlamda sağladığımız hizmetlerin bazılarını ilave olarak yeni platformlar geliştirerek bunlar üzerinden müşterilerimize hızlı kapasiteler, faydalar sağlamayı planlıyoruz. Süreçlerimizi yeni normale göre daha verimli hale getirmek, akışımızı sorunsuz bir şekilde yönetebilmek için bilgi işlem manasında da bazı ek projelerimiz var. **FD**



2021

ALMANAK FD

Vispera olarak 2020'yi öğrenme, uyum sağlayabilme ve gelişme fırsatı olarak değerlendirdik. Pandemi tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de bir anda etkisini göstermeye başladığında hızlı bir refleksle uzaktan çalışma yönteminde bütün sistemlerimizin kesintisiz çalışmaya devam etmesini sağladık ve personelimizin işlerini aynı verimlilikle yapabilmesinin koşullarını oluşturduk. Pandeminin yarattığı değişim rüzgarı, ürün vizyonumuzu hızlandırmamıza yardım etti.

Organizasyonel yapılanma ve büyüme gündemimize gelecek yıl da devam edeceğiz. Geliştirdiğimiz yapay zeka ürünleri ve hedeflerimiz, Vispera'nın tüm dünyada gördüğü ilgiyi artırıyor. Bu ilgiden de güç alarak 2021'de Vispera'yı daha etkili ve daha görünür kılacak fırsatlar yakalayacağımızı öngörüyoruz. Bu fırsatları değerlendirerek küresel bir teknoloji şirketi olma hedefimize bir adım daha yaklaşacağız.

Yeni ürün geliştirmelerine paralel olarak 2021'de Storesense, Shelvesight ve Core isimli ürünlerimizin işlev ve performanslarını artırmak için hazırladığımız planlarımızı uygulamayı sürdüreceğiz.

Ürünlerimizden Storesense, şu an 18 ülkede kullanılıyor. Shelvesight ürünümüz de Türkiye dışında Almanya ve Şili'deki mağaza ortamlarında deneme aşamasında. 2021'in ilk çeyreğinde de Amerika'da denemeleri başlayacak. Yeni ürünümüz Vispera Core'un da pilotu 2020'de başarı ile tamamlandı, 2021 yılında sahada kullanılmaya başlanacak.

2020, Microsoft'un Scaleup ve Intel'in Market Ready Solutions programlarına seçtiğimiz başarılı bir yıl oldu. 2020'de NVIDIA, Zebra, Atos SE gibi firmalarla geliştirdiğimiz stratejik işbirliklerimizi daha ileriye taşıyacağız. **FD**



CEYHUN BURAK AKGÜL
Vispera
Kurucu Ortak ve COO



Pandeminin yarattığı değişim rüzgarı, ürün vizyonumuzu hızlandırmamıza yardım etti

Ürünlerimizden Storesense, şu an 18 ülkede kullanılıyor. Shelvesight ürünümüz de Türkiye dışında Almanya ve Şili'deki mağaza ortamlarında deneme aşamasında. 2021'in ilk çeyreğinde de Amerika'da denemeleri başlayacak.



2021

ALMANAK FD

KAAN BARAL
Peyman CEO'su

2020 yılında
10'dan fazla yeni
ülkeye ihracat
gerçekleştirdik

İnovasyon adımlarımızı
hızlandırarak yeni tatlar
yarattık, fabrikamızda
glütensiz üretime
geçerek, "Gluten Free"
sertifikası aldık.

2020, koronavirüs salgınıyla zorlu ve beklenmeyen sınava tabi tutduğumuz bir yıl oldu. Dünyadaki ticari ve sosyal iletişimin kopma noktasına gelmesi, tüm sektörlerin ticari süreçlerine farklı bir açıdan bakmalarına yol açtı. Seyahat yasağının gelmesi, ülkeler arası üretim, tedarik, lojistik gibi hayati sektörlerin işleyememesi, birçok ticari süreci olumsuz etkiledi. İş alanlarında hızla tedbir ve aksiyon alabilen, dijitalleşmeyi şirketin temel yapı taşı olarak gören şirketlerin bu dönemden en az zararla çıkması, kriz döneminin en önemli sonucu diyebiliriz.

Peyman olarak, dijitalleşmenin öneminin bilinciyle pandemi döneminden önce tüm faaliyet alanlarımızda dijital dönüşüm için yatırımlara başlamıştık. Salgınla gelen kısıtlamalar, yatırımlarımızın hızını artırdı. Bu kapsamda; sistem ve enerji verimliliği, çevreye maksimum duyarlı ve sağlıklı ortamlar, akıllı otomasyon sistemlerinde teknolojik alt yapı çalışmalarımıza önemli yatırımlar yaptık. Tüm bunlarla beraber, koronavirüs salgınına karşı aldığımız yüksek düzeyli tedbirler doğrultusunda, TSE Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi almaya hak kazandık.

Her sektör gibi kuruyemiş sektörünün de etkilendiği pandemi döneminde, inovasyon ve üretim çalışmalarımıza daha fazla yatırım yaparak, ihracattaki hareketliliği kendi lehimize çevirdik. Hızlı ve profesyonel aksiyonlarımız doğrultusunda, 2020 yılında 10'dan fazla yeni ülkeye ihracat gerçekleştirdik. Salgın dönemi, tüketicilerin ambalajlı, sağlıklı kuruyemişe olan ilgisini önemli ölçüde artırdı. Biz de inovasyon adımlarımızı hızlandırdık, yeni tatlar yarattık, fabrikamızda glütensiz üretime geçerek, "Gluten Free" sertifikası aldık. Ayrıca, bu dönemde artan talebi karşılamak ve istihdamı korumaya yönelik tedbirlere destek olmak amacıyla yüzde 10 istihdam artışı gerçekleştirdik.

Ülkemizde ve dünyada sağlıklı beslenme, hijyenik ve ambalajlı ürünlere yönelme eğiliminin artacağına inanıyoruz. Peyman olarak, inovasyon ve Ar-Ge yatırımlarımızı yeni yılda da artırarak sürdüreceğiz. 2021 ve sonrasında da mevcut pazarlardaki konumumuzu güçlendirmeyi, açılacağımız yeni pazarlar ve dağıtım kanalları ile yerel ve globaldeki ağırlığımızı artırmayı hedefliyoruz.

Ulusal ve uluslararası standartları en üst seviyede karşılayan global sertifikasyon ve denetim süreçleriyle üretim yapan fabrikamızda, yeni teknolojik sistemlere yatırımı sürdüreceğiz. İnovasyon, Ar-Ge, üretim süreçleri ve kalite konularındaki titizliğiyle tanınan ve takdir gören bir şirket olarak, geleceğe odaklanacak ve dijitalleşme alanındaki gelişmeleri yakından takip edeceğiz. Değişen tüketici beklenti ve taleplerini doğru okumaya devam ederek, gurme lezzetler keşfetme ve sunma yeteneğimizi artıracak yatırımlara hız vereceğiz. **FD**



2021

ALMANAK FD

Aydem Enerji, Türkiye'nin ilk ve öncü entegre enerji şirketi... Elektrik üretimi, dağıtımı ve perakende alanlarında faaliyet gösteriyoruz. Aydem Yenilenebilir Enerji şirketimiz, portföyünün tamamı %100 yenilenebilir enerjiden oluşan, Türkiye'nin en büyük şirketi. Bu toprakların öncü enerji şirketi olarak, ülkemizin sürdürülebilir geleceği için çalışırken yenilenebilir enerjiyi odağımıza alıyoruz; hidroelektrik, rüzgar, jeotermal ve biyogaz kaynaklarından enerji üretiyoruz.

Koşullar ne olursa olsun bizim önceliğimiz, "insan". Pandemi döneminde de bu temel yaklaşımımızdan ödün vermedik. Hem kendi insan kaynağımızı korumak hem de bölgemizde tüketicilere, kamuya sunduğumuz hizmeti kesintisiz sürdürmek için çalıştık. Bunu sağlayabilmek adına, 600 yeteneği grubumuza kazandırdık ve mevcut kadrolarımızın tamamını koruduk. 2021'de de insan kaynağımızı %10 büyütmeyi hedefliyoruz.

2020 yılı, enerji sektörü için zorlu bir yıldır. Pandemi nedeniyle enerji talebinde ve ekonomik piyasalarda, dalgalanmanın etkisi hissedildi. Özellikle enerji talebinde yaşanan %15'lik düşüş, piyasa takas fiyatlarının da düşmesine neden oldu. Talepteki düşüş nedeniyle, ikili anlaşmaya sahip olmadan sadece piyasaya elektrik satışı yapan şirketler, zorlu bir yıl yaşadı. Fakat bunlara rağmen sektörümüz, şirket politikaları ve piyasanın regüle yapısı sayesinde enerji arz güvenliği anlamında iyi bir sınav verdi.

Dağıtım alanında önümüzdeki 5 yılda 9.6 milyar TL yatırım yapacağız. 2021, hibrit yatırımlarımız için başlangıç dönemi olacak. Yağmur az olduğunda GES'ten, güneş az olduğunda HES'ten enerji üretebileceğimiz hibrit santrallerle mevsim koşullarının etkisini, asgari seviyeye indirmeyi hedefliyoruz. Bunun için 100 milyon dolar mertebesinde kaynak ayırmayı planlıyoruz. Başlayan rehabilitasyon çalışmalarımıza da, 100 milyon dolar kaynak aktaracağız.

Önümüzdeki sene, enerji sektörünün önemli gündem maddeleri, hibrit yatırımlar, mini YEKA ihaleleri ve yeni YEKDEM tarifesi olacaktır. Enerji sektörünün global gündemindeki sürdürülebilirlik politikaları, verimlilik artırıcı projeler ve sıfır atık çalışmaları da, 2021'de üzerinde yoğunlaşacağımız konular arasında yer alacak.

Enerjide talep artışının yıllık %3-4 seviyesinde devam edeceğini öngörüyorum. IMF'nin Türkiye ekonomisi için %5'lik büyüme öngörüsü de oldukça önemli. Bununla beraber teknolojik yatırım ve istihdamın da, Türkiye ekonomisindeki büyüme tahminleriyle benzer oranda artış göstereceğini düşünüyorum.

Görünen o ki; şirketler iç ve dış müşterisi ile yenilikçi projeleri odağına alan, daha esnek yapılar kurmaya yönelecek. E-ticaret yöntemleri daha da hız kazanacak ve her sektör dijital dönüşüme adapte olmak için teknolojik yatırımlara önem verecek. **FD**

İDRİS KÜPELİ
Aydem Enerji CEO'su

2021, hibrit yatırımlarımız için başlangıç dönemi olacak

Yağmur az olduğunda GES'ten, güneş az olduğunda HES'ten enerji üretebileceğimiz hibrit santrallerle mevsim koşullarının etkisini, asgari seviyeye indirmeyi hedefliyoruz.



2021

ALMANAK

FD

FATİH FARUK ÖZER
Thodex
Kurucusu ve CEO'su



**Türkiye'nin lisanslı
ilk global kripto
para borsası:
Thodex**

2021 yılında en büyük hedefimiz Türkiye dışında yer aldığımız her ülkede daha çok kullanıcıya ulaşmak.

Tüm dünyada birçok sektörde olduğu gibi pandemi bize de evde çalışma modelinin son derece mümkün olduğunu gösterdi. Pandemi Türkiye'de ilk görüldüğünde evden çalışma kararı aldık ve tüm ekiplerimiz için gerekli tüm teknolojiyi sağlayarak işlerimize ofisteymiş gibi devam ettik. Burada en net gördüğümüz şeylerden biri de teknoloji araçlarının hayat kurtardığı oldu. Tüm ekipler kendi içinde işlerini ofiste olduğu gibi ilerletebilsin diye daha önce kullanmadığımız Zoom'u kullanmaya başladık. Jira ve Trello gibi web siteleri en önemli yardımcılarımız haline geldi. Dijital bir iş yaptığımız için herhangi bir aksilikle karşılaşmadık.

'Şimdiye dek bizlere öğretilen sistem vazgeçilmez değildir' ile 'dijitalde iş yaptığımız takdirde nereden çalıştığımızın önemi yoktur' çıkardığımız en önemli sonuçlardan oldu. 2020 yılı herkes için son derece zorlu geçti. Sağlığımızı koruma çabasının yanında sosyal hayatımızdan uzak kalmak, aktivitelerimizin sınırlanması gibi durumlar da bizi negatif olarak etkiledi. Ancak bunun yanında yeni bir çalışma sisteminin de mümkün olduğunu bizlere öğretti. Her şey normale döndüğünde dahi bundan böyle yeni çalışma modellerinin gündemimizde olacağı kesin.

Tüm dünya için tabii ki en büyük beklentim sağlık ve bir an önce normalleşebilmek. Bu yıl yaptığımız işlerden birçok ders çıkardık, diğer sektörleri de detaylı bir şekilde gözlemleme şansı yakaladık. Tüm bu süreçte dijitalde iş yapan sektörlerin ne kadar güçlü olduğunu gördük. Bu sebeple ben 2021'de tüm sektörlerin dijitalleşmeye adım atmasını ve genç girişimcilerin var olan ihtiyaçlar doğrultusunda yeni işlere adım atmasını bekliyorum.

Thodex 2017 yılında kuruldu ve biz 2020 yılında hem sektör hem de şirketimiz için çok önemli bir adım atarak ABD'den aldığımız FinCen MSB lisansı ile Türkiye'nin lisanslı ilk global kripto para borsası olduk. 2021 yılında en büyük hedefimiz Türkiye dışında yer aldığımız her ülkede daha çok kullanıcıya ulaşmak. Türkiye'de sektörün en önemli oyuncularından biriyiz, bunu globalde de yakalamak istiyoruz. Thodex dışında üzerinde çalıştığımız finans alanında önemli bir projemiz daha var, onu da ilerleyen günlerde açıklayacağız. **FD**





2021

ALMANAK FD

Mobilya sektörü, pandemi döneminde birçok sektöre göre daha az etkilendi. Evde geçirdiğimiz sürecin artması yaşam alanlarımızı yeniden şekillendirmememiz için bize olanak tanıdı, bu da mobilya sektörüne oldukça olumlu yansıdı. Yanı sıra gündelik alışkanlıkların evrilmesi e-ticaret sektörüne olan talep oranlarının katlanarak artmasına neden oldu. Biz de Kelebek Mobilya olarak bu dönemin getirdiği değişimlere uyum sağlamak adına halihazırda var olan teknolojik altyapımızı güçlendirmeye odaklandık. E-ticaret kapsamında yaptığımız çalışmalara yoğunlaşarak online satış kanallarımızda müşterilerimizin rahatlıkla yararlanabileceği platformlar haline gelmesi için planlamalar yaptık. Online platformların müşterilerimize konfor sağlaması açısından yapmış olduğumuz yaklaşık 1 milyon TL'lik yatırımla, SAP üzerinden verilen online siparişlerde müşterilerimizin istediği ürünün tüm detaylarını kendilerinin seçebilmesine yakın bir zamanda olanak sağlayacağız.

Geçtiğimiz her senenin sonunda şirketin büyüme oranlarında planladığımız hedeflerimize ulaşabilmemiz bizim için oldukça önemli bir yere sahip. 2020 yılında geçtiğimiz yıl ile kıyasladığımızda yüzde 69'luk bir büyümeye ulaştık. Grup olarak bu seneyi 1 milyar TL ile sonlandırmayı, 2021 yılında ise Kelebek Mobilya olarak yüzde 60 büyümeyi planlıyoruz. 2021 yılında yurt içinde 35 adet mağaza açmayı, yurt dışında 10 ülkeye giriş yapmayı hedefliyoruz. Dünya genelinde bilinirlik kazanma idealimizi; ihracatımıza, e-ticaretimize, teknolojik altyapımıza verdiğimiz hassasiyetlerle ulaşacağımıza, sektörümüzde öne çıkan isimlerden olmaya devam edeceğimize inanıyoruz.

Mevcut üretim kapasitemizi yenileme, geliştirme ve müşterilerimizden gelen talepleri karşılama doğrultusunda teknolojik altyapı çalışmalarımızı önemli ölçüdeki yatırım projeleriyle destekliyoruz. Dünya çapında başarılar elde etmek isteyen markaların rekabet dolu piyasa şartlarında müşteri, çalışan ve hissedarlarının beklenti ve isteklerini karşılamak adına teknolojiye önem vermesi gerektiğinin farkındayız. Bu doğrultuda 2021 yılında, teknoloji, Ar-Ge ve inovasyona olan yatırımlarımızla ön plana çıkmayı planlıyoruz. Fabrikamızda Ar-Ge ve tasarım merkezini yenileyecek, üretim tesisindeki teknoloji hamlemizi gerçekleştireceğiz. İhracat ve e-ticaret kanallarımızı da hız kesmeden büyütme adına adımlar atmaya devam edeceğiz.

Hem dünyada hem de ülkemizde yaşanan gelişmeleri anbean takip ediyoruz. Yeni normal ile hayatlarımızda alışık olmadığımız yeni hijyen standartlarını üretim tesislerimiz ve bayilerimizde hassasiyetle uyguladık. Kriz döneminde değişim gösteren tüketici alışkanlıklarına hızla uyum sağlayarak e-ticaret kanallarında kendimizi gösterdik. Müşterilerimizin gönül rahatlığıyla alışveriş faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için randevu sistemimizi ve Whatsapp hattı üzerinden online sanal mağaza ziyaretleri uygulamalarımızı başlatarak sektörde ilklere imza attık. Pandemi dönemi içerisinde karşı karşıya kaldığımız bu olağanüstü durumu doğru bir şekilde yönettiğimizi düşünüyoruz. Yaşanması ihtimal olan tüm süreçler için senaryolarımızı hazırladık, her zaman müşteri beklentilerini dinlemek, pazar talebiyle uyum içerisinde olmak ve hızlı reaksiyon almak için çalışmalarımızı bu bakış açısıyla sürdürüyoruz. **FD**

TOLGA KAYA
Kelebek Mobilya
Genel Müdür Yardımcısı



**2021 yılında,
teknoloji, Ar-Ge ve
inovasyona olan
yatırımlarımızla
ön plana çıkacağız**

2020 yılında geçtiğimiz yıl ile kıyasladığımızda yüzde 69'luk bir büyümeye ulaştık. Grup olarak bu seneyi 1 milyar TL ile sonlandırmayı, 2021 yılını ise Kelebek Mobilya olarak yüzde 60 büyümeyi planlıyoruz.



2021

ALMANAK

FD

ALİ OKTAY ORTAKAYA
Panasonic Kurumsal Mobil
Çözümler - Bölge Yöneticisi



**Çözüm sağlayıcı
konumuna
geçişimizin
hızlanacağı bir
döneme girdik**

2021 yılında, dijital dönüşümdeki hızlanma nedeniyle çok daha inovatif ve uzun vadeli yatırımların artacağını, mobilitenin ivme kazanacağını ve ürün almaktan çözüm almaya geçen bir değişimin yaşanacağını düşünüyorum.

Teknoloji sektörü olarak iş yapış şekillerimiz sayesinde pandemi ile yaşanan değişimlere diğer sektörlerle göre daha hazırlıklıydık. Ancak kurumsal müşterilerle iletişimde olması gereken bir iş birimi olarak potansiyel müşterilerimizle tanıştığımız birçok alanı online platformlara taşıdık. Pazarlama stratejimizi de dijitalde daha fazla kaydirdik. İç raporlamalar ve toplantıların hepsi çevrimiçi şeklinde yapılmaya başlandı. Bu değişimin pandemi sonrasında da hayatlarımızdan çıkmayacağını ve hibrit çalışma şekillerinin her sektörde standart hale geleceğini düşünüyorum.

Dijital dönüşümün kurum ve şirketler için olmazsa olmaz olduğu anlaşıldığı için teknoloji ve istihdam tarafında ciddi yatırımlar yapılmaya başlandı ve devam da edecek. Bu süreçte dijital dönüşüm hızlandı ve gerekliliği anlaşıldı. Girişimcilerin sunduğu yeni fikirlere ve uygulamalara her zamankinden çok daha fazla ihtiyaç duyuyoruz. Çok daha fazla girişimin kurulacağını, yatırım alacağını ve küresel çapta başarılı olacağını tahmin ediyorum. Krizlerin fırsatlar doğurduğu bir kez daha görüldü. Ayrıca özel ve iş hayatımızda beklenmedik durumlara karşı hazırlıklı olmanın ve yedek planın önemi anlaşıldı.

2021 yılında zorluklarla ve fırsatlarla dolu bir süreç bekliyoruz. Kur tarafındaki istikrarsızlık beklentisi, pandemi sürecinin belirsizliği ve karar alma mekanizmalarının bunlardan etkilenebilecek olması önemli riskler olarak görülebilir. 2021 yılında hem yeni hem de pandemi nedeniyle bekleyen projelerin gerçekleşeceğini, dijital dönüşümdeki hızlanma nedeniyle çok daha inovatif ve uzun vadeli yatırımların artacağını, mobilitenin ivme kazanacağını ve ürün almaktan çözüm almaya geçen bir değişimin yaşanacağını düşünüyorum. Bunlar bizim gibi üreticiler için önemli fırsatlar olacak. Ekonomi alanında doğru bir ekonomik plan ile ilerleyeceğimizi, faiz ve kur politikalarının işsizlik, büyüme, GSMH ve ithalat-ihracat açığı gibi kriterleri olumlu etkileyeceğini düşünüyorum. Elbette pandemi, süreci ve hedefleri etkileyecektir.

Türkiye pazarındaki ekibimiz ve yatırımlarımız, pazarın büyüklüğü ve potansiyeliyle paralel şekilde oluşturuldu. Özellikle pazarlama tarafında dijital yöntemleri çok daha fazla uyguluyor olacağız. Satış tarafında iş ortaklarımıza daha fazla destek olacağımız kanal programlarını hayata geçirmeyi planlıyoruz. Donanım sağlayıcı yerine bir ekosistemle çözüm sağlayıcı konumuna geçişimizin hızlanacağı bir döneme girdik. **FD**



2021

ALMANAK

FD

GÖKHAN GÖKSEL
Göksel Global
Kurucusu

Kendi lojistik merkezlerimizi kurarak, Avrupa öncelikli dünyanın birçok noktasına ulaşmayı hedefliyoruz

Dünyada ekonomilerin pandemi nedeniyle büyük ölçüde küçülmesinin beklenilmesine karşın, e-ticaret pazarının 2021 yılında daha da büyüyerek 5 trilyon dolar olması bekleniyor.

Pandemi, bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de sosyal ve ekonomik alanda yıllar içinde olması beklenen dijitalleşme ve teknoloji temelli değişim sürecini adeta bir katalizör etkisi ile çok kısa bir zamana indirgeyerek tedarik zincirinde dijitalleşmenin beklenen zamandan çok kısa bir sürede hayatımıza girmesini zorunlu kılmıştır. Bu süreçte insanın tecrit oluşuna karşın yapay zeka destekli teknolojilerin üretim ve lojistik modelleri üzerinde daha da yaygınlaşacağına şahit olacağız.

Göksel Global olarak ağırlıklı e-ticaret kanalları üzerinden faaliyet yürüten bir firmayız, bu süreçte ne kadar doğru bir yerde konumlandığımızı gördük.

Dünyada ekonomilerin pandemi nedeniyle büyük ölçüde küçülmesinin beklenilmesine karşın, e-ticaret pazarının 2021 yılında daha da büyüyerek 5 trilyon dolar olması bekleniyor.

Değişen tüketici alışkanlıklarına uygun bir şekilde teknolojik altyapımızı kurarak e-ticaret ile küçülen dünyada yer almamız gerekiyor. E-ticaret alanındaki büyük oyuncuların üretimden çok dijital platform altyapıları üzerinden pazar yaratma ve lojistik alanında geliştirdiklerini görüyoruz. Pazarlama için doğal kanal haline gelen bu platformların depolama ve lojistik alanlarında büyük ölçüde hakimiyeti ellerine geçirdikleri bir gerçektir.

Şirket olarak bu organizasyonların bu döngüsüne tam teslim olmadan kendi lojistik merkezlerimizi kurarak, Avrupa öncelikli dünyanın birçok noktasına ulaşmayı hedefliyoruz. Bu alanda ilk pratiklerimizi Çekya ve Almanya'da hayata geçirdik yakın bir gelecekte Çin Halk Cumhuriyeti'nde de lojistik merkezimizi faaliyete geçireceğiz.

2021 yılında ekonomide toparlanma sürecine girerek e-ticaret kanallarının çok daha etkin kullanıldığı, dijitalleşmenin hayatın her alanında daha çok yer işgal ettiği bir süreçte şahit olacağız. **FD**





2021

ALMANAK FD

Pandemi tüm dünyayı ve iş yapış şekillerini uzun vadede etkileyecek ve yeni dönemde dijitalleşmenin etkilerini çok daha yoğun olarak hissedeceğiz. Teknolojiye ve dijital dönüşüme yapılan yatırımların hız kazandığı günümüzde dünyaya paralel olarak Türkiye'nin de bu teknolojik gelişmelerin ışığında yol alacağına inanıyoruz. Artık üretici firmalar iş yapış süreçlerinde ürünlerini, araçlarını ya da çalışanlarını gerçek zamanlı olarak takip etmenin avantajlarını daha hızlı fark ediyor. Bu doğrultuda endüstriyel IoT'nin pek çok farklı sektörde çok daha etkin olarak kullanılacağını ve bu alandaki farkındalığın geçmişe nazaran çok daha hızlı bir şekilde artacağını öngörüyoruz.

Ana gündem maddemizin pandemi olduğu bu dönemde, sosyal mesafe kurallarına uygun izole çalışma ortamları oluşturmak, işletmelerin öncelikli gündemi haline geldi. Türkiye'de endüstriyel IoT alanında üretim yapan öncü ve güçlü referanslara sahip bir teknoloji olarak biz de kurumlarda çalışan sağlığını korumak adına alınan önlemlere katkıda bulunmak amacıyla Wipelot SDS Sosyal Mesafe İzleme ve Uyarı Sistemi geliştirdik. Çalışanların durumunun ve konumunun gerçek zamanlı olarak izlenmesine imkân tanıyan Wipelot SDS Sosyal Mesafe İzleme ve Uyarı Sistemi, kişilerin birbirine güvenli sosyal mesafeden fazla yaklaşmalarını önlemek için onları sesli ve titreşimli olarak uyararak farkındalık sağlıyor.

Şirket olarak birçok ülkeye iş ortaklarımızla birlikte ihracat gerçekleştiriyoruz. İhracat hedefimizi ise bu yıl daha da büyütürük Avrupa ve Amerika pazarlarında yurt dışı satış faaliyetlerimize hız verdik ve hedef pazarlarımız arasına Ortadoğu ülkelerini de aldık. İhracat oranımızı her yıl ikiye katlama hedefiyle 2 yıl içinde ihracat cirosunun iç pazar cirosunu geçmesini planlıyoruz. Tüm bu hedeflerimiz doğrultusunda 2021 yılında da çalışmalarımıza hız kesmeden devam edip, gelişmeye ve büyümeye odaklanacağız. Bu noktada hem var olan ürünleri teknik anlamda geliştirmek için yoğun Ar-Ge çalışmaları gerçekleştiriyor ve yurt dışı pazarlarda gerekli olabilecek özel sertifikasyon süreçlerini tamamlıyor hem de şirket yapılanmamızı güçlendirerek altyapımızı sağlamlaştırıyoruz. Halihazırda dünyanın önde gelen firmalarına gerçek zamanlı izleme teknolojilerimiz ile çözüm sunuyoruz ve RTLS (konum belirleme), ISG (İş Sağlığı ve Güvenliği) ve Safe Zone (İş Makinası-Yaya-İş Makinası Çarpışma Önleme) alanlarında dünya markası olmayı hedefliyoruz. **FD**

M. RİFAT OK
Wipelot CEO'su



2 yıl içinde ihracat cirosunun iç pazar cirosunu geçmesini planlıyoruz

Çalışanların durumunun ve konumunun gerçek zamanlı olarak izlenmesine imkân tanıyan Wipelot SDS Sosyal Mesafe İzleme ve Uyarı Sistemi, kişilerin birbirine güvenli sosyal mesafeden fazla yaklaşmalarını önlemek için onları sesli ve titreşimli olarak uyararak farkındalık sağlıyor.



2021

ALMANAK FD

SEMİH MUŞABAK
Sipay
Genel Müdürü

Sipay Card ve Dijital Cüzdan 2021'de hayata geçecek

Cüzdan tarafında üye beklentimiz üst seviyelerde. Dijital Cüzdan tarafını banka olmadan parayı en ucuz ve hızlı bir şekilde transfer edecek bir platform haline getireceğiz.

Pandemi süreciyle birlikte dünya genelinde büyük bir değişim süreci yaşandı. Ekonomiden sosyal hayata, eğitimden sağlığa bildiğimiz tüm sistemlerin değiştiğini, dönüştüğünü ölçümledik. Bu süreçle beraber fiziki temasın en aza indirgenmesi gerekliliği ile daha önce yapılamaz denilen şeylerin gerekli altyapılar ve teknolojiyle yapılabildiğini dünya genelinde deneyimledik. Biz de hedef kitemize aslında uzun uğraşlar sonucu yapılabilecek birçok işin çeşitli entegrasyon ve basit işlemler ile uzaktan kısa sürede yapılabileceği konusunda yol gösterici olduk. Zaten asıl amacımız da şirket olarak zaman ve maliyet odaklı olarak teknolojinin ve dijitalleşmenin daha fazla insana fayda sağlaması ve bu faydanın gündelik yaşamımızı kolaylaştırmasını benimsetmek. Hizmetlerimizi ve planlamalarımızı da sürekli olarak bu doğrultuda yeniliyoruz.

Sürekli olarak yenilikçi bakış açısına sahip olmamızın aslında ne kadar da önemli bir etken olduğunu bir kez daha ölçümledik. Dünya genelinde yaşanan pandemi süreciyle birlikte çözüm odaklı yaklaşımlar sunmak ve zamanın daha verimli kullanılabilmesi adına yenilikler geliştirmek yaşanan bu kriz döneminde en önemli çıkarımlarımızın başında geliyor.

2021 yılında hizmet ve yeniliklerimizden daha fazla kişi ve kurumun faydalanabilmesi birincil amacımız. Özellikle pandemi süreciyle beraber hızın önemli olduğu, fiziki temasın en aza indirildiği, çözüm odaklı hizmetler daha da önem kazandı. Bu duruma paralel olarak kullanıcı alışkanlıklarının da değiştiğini hep birlikte gözlemledik. Bizlerin tüm ürün ve hizmetleri de paydaşlarımıza bu konuda yarar sağlamakta. 2021 yılında hizmet skalamızı daha da genişleterek çeşitlendirerek ve daha fazla kişiye ulaşmayı ve çözüm üretmeyi amaçlıyoruz.

Öncelikle pilotunu yaptığımız Sipay Card ve Dijital Cüzdan 2021'de hayata geçecek. Özellikle Cüzdan tarafında üye beklentimiz üst seviyelerde. Dijital Cüzdan tarafını banka olmadan parayı en ucuz ve hızlı bir şekilde transfer edecek bir platform haline getireceğiz. Yatırım açısından da bu sürece büyük bir pay ayırdık. Çünkü pandemiden sonra artık bizler sadece bir ödeme kuruluşu değil aynı zamanda sosyal sorumluluk açısından da büyük bir görev üstleneceğiz. Paraya değmemek, olabildiğince temassız alışveriş yapmak bu noktada daha da önemli haline gelecek. Yine yeni projelerimizi ve planlarımızı da tüm hızıyla kurgulamaya devam edeceğiz. **FD**



2021

ALMANAK FD

Siber dünya ile fiziksel dünyanın oldukça benzerlik yaşadığı bir dönem içerisindeyiz. Pandeminin başlangıcında da FortiGuard Labs ile geçen yıla kıyasla yüzde 131 gibi bir zararlı yazılım artışı gözlemledik. Siber saldırganlar gündemi yakından takip ettiği için politik ve sosyoekonomik konular hemen siber güvenliğe de yansıyor. Değişen çalışma ortamları ve kişisel cihazların daha fazla kullanılmasıyla siber saldırganlar için yeni fırsatlar oluştu. Son zamanlarda en çok başvurdukları yöntem ise oluşturması ve uygulaması çok kolay olan, aynı zamanda yasal gibi görünen oltalama e-postaları. Dijital inovasyonların hız kazanmasıyla birlikte her biri ayrı risk barındıran birçok sınır ortamı öne çıktı. Siber suçlular, birçok şirketin genişleyen ağı koruyacak eksiksiz güvenlik stratejisine sahip olmadığını da biliyor. Dolayısıyla siber saldırganlar kaynaklarının büyük çoğunluğunu bu yeni ortamları istismar etmeye ayırıyor. Makine hızında gerçekleşen saldırılar artık yapay zeka ve otomasyon yardımı ile tespit edilmeden sistemlerdeki birden çok zafiyeti istismar ediyor.

Önümüzdeki yıllarda mobilite, bulut teknolojisi ve nesnelerin interneti, yapay zeka gibi gelecek nesil teknolojiler daha fazla kullanılacak. Hızlı değişimlerin yaşandığı bir dönemde tehditlerden kaçınmak, tespit etmek ve karşılık verebilmek için yapay zeka ve makine öğrenmesinin gücünden faydalanacak bir planı şimdiden yapmak çok önemli.

Günümüzde birçok cihaz, ortam ve kullanıcı aynı ağa bağlanıyor. Hem çalışanlar hem de tüketiciler kritik uygulamaları her yerde, tüm cihazlarda, anında ve kesintisiz bir şekilde kullanmak istiyor. Bu doğrultuda güvenlikten güç alan ağ yaklaşımı, günümüzün dinamik ve değişen dijital altyapılarını korumak için önemli bir adım.

Fortinet olarak yapılandırmayı ve orkestrasyonu kolaylaştırmak için ağ ve güvenlik fonksiyonlarını bir araya getirdiğimiz bu yaklaşımla kurumların eksiksiz güvenliğe sahip olmasını sağlıyoruz. Güvenli SD-WAN ve 5G'li geleceği korumak da 2021'deki önceliklerimiz arasında yer alıyor.

SD-WAN alanına bugün sektörün ilk güvenli SD-WAN çözümü sunmamızı sağlayan yaklaşımımızla liderlik ediyoruz. İnovasyon yapmaya devam ederek, SD-WAN özelliklerini hızlandıran dünyanın ilk özel üretim işlemcisini sunduk. Bu sırada merkezi orkestrasyonla birleştirdiğimiz, kendisini tamamen iyileştirebilen bir SD-WAN çözümü de sağladık. İlerleyen günlerde buluttan sunduğumuz SASE inovasyonlarıyla büyümekte olan müşterilerimize ek kullanım alanları sağlayacağız.

5G tarafında ise şirketlerin yüksek hıza, düşük bekleme süresine ve daha fazla bant genişliğine sahip olacağını ön görüyoruz. Ancak her yeni teknoloji, yeni güvenlik riskleriyle birlikte geliyor. 5G erişime sunulduğunda ve hizmet sağlayıcıları kullandığında siber güvenlik mutlaka öncelik listesinin en üst sıralarında yer almalı. **FD**

ARZU AKKAYA
Fortinet
Bölge Direktörü



**Güvenli SD-WAN
ve 5G'li geleceği
korumak 2021'deki
önceliklerimiz
arasında**

İnovasyon yapmaya devam ederek, SD-WAN özelliklerini hızlandıran dünyanın ilk özel üretim işlemcisini sunduk.

Bu sırada merkezi orkestrasyonla birleştirdiğimiz, kendisini tamamen iyileştirebilen bir SD-WAN çözümü de sağladık.



2021

ALMANAK

FD

MURAT DEMİRHAN

Meal Box
CEO'su

Kriz, bizim için fırsata dönüştü

İşverenler evden çalışanların yemek problemini çözmeye odaklandılar. Kurumların bu arayışı, bizim sadece ofis ve iş yerlerine değil artık evlere de paketli yemek hizmeti vermemizi gerektirdi ve çalışanların hayatını bir nebze de olsa kolaylaştırdığımız yeni hizmetlerimizi devreye soktuk.

Meal Box olarak yaptığımız işi kapiya paketli yemek servisi hizmeti olarak tanımlayabiliriz. Pandeminin başlangıcında hemen her sektör gibi biz de olumsuz etkilendik. Abonelikler birden askıya alınmaya başladı. Evden çalışma modeline geçen iş yerleri yemekhanelerinin ve restoranların kapanmasıyla yemek çözümü için bizi tercih etmeye başladılar. Bu talepler kısa sürede çıg gibi büyüdü. Yani; kriz bizim için bir fırsata dönüştü. Hijyen sebebiyle mutfaklarını kapatan işyerleri, ofise kademeli gelen çalışanları için abonelik yöntemiyle hizmet veren soğuk ve sıcak teslimat alternatifi bulunan paketli yemek hizmetine geçiş yaptı. Pandemiyle başlayan ilgi yeni normalde de hız kesmedi, sadece şekil değişti. İşverenler evden çalışanların yemek problemini çözmeye odaklandılar. Kurumların bu arayışı, bizim sadece ofis ve iş yerlerine değil artık evlere de paketli yemek hizmeti vermemizi gerektirdi ve çalışanların hayatını bir nebze de olsa kolaylaştırdığımız yeni hizmetlerimizi devreye soktuk.

Bu süreçte daha önce tanıklık etmediğimiz birçok etkenle karşılaşmamız bizi yeni şeyler deneyimlemeye ve işimizi dönüştürmeye itti. Öğrendiğimiz ilk şey sabırlı ve yapıcı davranmak oldu. Daha önce karşılaşmadığımız bir durum olması sebebiyle önce panik yaşasak da ilerleyen zamanlarda yapıcı ve çözümcül hareket etmemiz bize her anlamda kazanç sağladı. İnsanların bu süreçte ne istediği, hangi konularda zorlandığı gibi birçok şeyi gözlemleyerek ne gibi çözümler getireceğimize adapte olduk ve beklentileri karşılamak üzere hizmetlerimize yön verdik. Tüm bunlarla beraber e-ticaretin tüm sektörler için çok ciddi bir potansiyele sahip olduğunu gördük. Günlük alışverişlerimizden yemek siparişimize kadar her konuda dijitale yöneldik. Dijital dönüşüm yatırımlarını yapmış olanların bu süreci daha kolay yönetebildiğine şahit olduk. Dolayısıyla bu süreçte dijital yatırımların ertelenmemesi gerektiği sonucunu çıkardık.

Önümüzdeki süreçte dağıtım ağıımızı Türkiye'nin diğer illerine yaymak istiyoruz. Yıllar önce kurduğumuz bu sistemin önemi salgınla beraber anlaşılmiş olsa da salgın sonrasında da bu ilginin devam edeceği kanısındayız. Özellikle abonelik modeline artan ilgi nedeniyle yurt içinde farklı bölgelerden gelen talepleri değerlendiriyoruz. İlk önceliğimiz Türkiye ama sonrası da uluslararası yatırımcı desteğiyle bizim işimize uygun olan pazarlara yönelmek hedefindeyiz. Yakın zamanda online ve fiziksel süpermarketler, benzin istasyonları, kahve zincirleri gibi noktalarda satılmak üzere; paketli, tek kullanımlık kaplarda, kısa raf ömürlü yemek ürünlerimizi piyasaya süreceğiz. Hedefimiz bu pazarı Türkiye'de yaratıp, lideri olmak. **FD**



2021

ALMANAK FD

Pandemi, tüm dünyada beklenmedik bir anda geliştiği için iş proseslerinin birçoğunu tamamen değiştirdi. Sürece akıl katan dijital sistemler ön plana çıktı. Mevcut koşullara kendini adapte eden ve yeni normale entegrasyonunu hızlı sağlayan firmalar nispeten daha iyi bir sene geçirdi. HT Solar olarak bu zorlu süreçteki arz-talep dengesini hassas bir şekilde yönettiğimizi düşünüyoruz. Doğru adımları attık, finans yönetimimizi iyi yaptık ve tedarik zincirini iyi organize ederek olası aksamaların önüne geçtik. Fabrikamızda süreçler çalışanlarımızın sağlığını maksimum seviyede tutacak şekilde aksamadan devam etti. Zaten birçok süreç otonom sistemler aracılığıyla yürütülüyor. Otomatik hücre birleştirme, cam yükleme, eva serme, backsheet yükleme, EL testi (2 robot), güç çıkış testi, laminasyon, alüminyum çerçeveleme olmak üzere 9 adet robot kullanılıyor. Bu sayede üretim bandında herhangi bir verim kaybı yaşamadan bu yılı Türkiye pazarına yaklaşık 240 MW'lik teslimat yaparak kapattık. Olası kriz senaryolarında yer almayan pandemi, aslında bazı konularda dünyanın ne kadar hazırlıksız olduğunu gösterdi. Bu noktada dijital dönüşümün, robotik sistemlerin, akıllı yöntemlerin, krizlerle birlikte bir anda değişebilecek gündemin ve önceliklerin ne kadar önemli olduğunu görmüş olduk.

2021 yılına çok daha hazırlıklıyız, bu yılı normale dönmek için bir geçiş süreci olarak kabul ediyor ve tüm yatırımlarımıza hız kesmeden devam etmeyi amaçlıyoruz. Pandemi ile birlikte aslında dünyadaki sınırlı kaynakların da ne kadar önemli olduğunu anlamış olduk. Türkiye pazarı için öncelikli hedefimiz pazar payımızı yüzde 60'a çıkarmak ve 1 GW global sevkiyat gerçekleştirmek. Buna ek olarak yeni yaptığımız yatırımlarla birlikte toplam güneş paneli üretim kapasitemizi de 1.2 GW'ın üstüne çıkarmayı amaçlıyoruz.

Yepyeni teknolojilerle birlikte inovatif ürünlerimizi bu yıl da üretmeye devam edeceğiz. Şu an Türkiye'de ve globalde referans projelere panel tedariki sağlıyoruz. Bu doğrultuda yatırımlar yapmaya ve yüksek performanslı güneş panellerimizle ülkemizde ve globalde referans projelere değer katmaya devam edeceğiz. Bunun yanı sıra hedeflerimiz arasında üretim kapasitemizi artırmakla birlikte ürün portföyümüzü genişleterek mevcut pazarlardaki payımızı artırmak ve yeni pazarlara açılmak yer alıyor. 2021 yılının ilk çeyreğinden itibaren lansmanını yapacağımız 166 mm hücreli yeni nesil güneş panelleriyle sektöre yenilik getireceğimizi düşünüyoruz. **FD**

MUSTAFA AHMET BELER
HT Solar Enerji
Genel Müdür Yardımcısı



Bu yılı Türkiye pazarına yaklaşık 240 MW'lik teslimat yaparak kapattık

Türkiye pazarı için öncelikli hedefimiz pazar payımızı yüzde 60'a çıkarmak ve 1 GW global sevkiyat gerçekleştirmek.

Buna ek olarak yeni yaptığımız yatırımlarla birlikte toplam güneş paneli üretim kapasitemizi de 1.2 GW'ın üstüne çıkarmayı amaçlıyoruz.



2021

ALMANAK

FD

OĞUZ KAYA
Felece
Genel Müdürü

**Mottomuz;
gelecek için
çözümler üretmek**

2021'den beklentilerimiz;
tohumlarını 2020'de
attığımız Londra
yapılanması üzerinden,
öncelikle Avrupa ve sonra
tüm dünyaya
hizmetlerimizi götürmek.

Pandemi iş hayatımızı birçok noktada etkiledi. Felece'de bakış açımızı değiştirdiğimiz 3 ana konu var diyebiliriz. Şirketin iç yönetimi, iş ortaklıklarımızla olan birliklilikler ve müşterilerimiz. Şirkette süreçlerimizi daha dijital mecralara taşıdık. Burada özellikle iş ortaklarımızın konfor alanlarında, dokundukları müşterilere en sağlıklı dokunabilmeleri için çeşitli dijital uygulamaları hayatımıza kattık.

Dokümantasyon ve kurumsal hafızanın eksiksiz oluşturulması konusunda ek önlemler aldık. Pandeminin etkilediği sektörlerdeki çoğu müşterilerimizin ihtiyaçlarını belirlemede ve uygun ürün ve hizmetleri iletmek noktasında daha fazla efor gerçekleştiriyoruz.

Bu dönemden en az kayıpla kurtulmanın yanı sıra, optimum kazançla çıkmak bizim için de müşterilerimiz için de önceliklidir. Kriz yönetiminden çıkardığımız öncelikli sonuç teknolojinin hızına kendi hızımızı eşitlemek zorunda olduğumuz diyebiliriz. İş yapış biçimlerimiz, önceliklerimiz değiştikçe belki de aylar alacak dijital dönüşümlere haftalarla karşılık verdik. Bu da artık kendimizle yarışımız değil teknoloji ile yarışımıza dönüştü.

2021'den beklentilerimiz; tohumlarını 2020'de attığımız Londra yapılanması üzerinden, öncelikle Avrupa ve sonra tüm dünyaya hizmetlerimizi götürmek. İkinci olarak da pek çok sektörde edindiğimiz kurumsal hafızamızı tecrübeli yazılım ekibimizle ürünleştirip, Felece'ye kendi ürünleri üzerinden bir gelir kanalı sağlamak. Buradaki nihai amacımız ise müşterilerimizin ihtiyaçlarını uzaktan da olsak en yakınlarında hissedecekleri şekilde en uygun ürün ile cevap vermek diyebiliriz. Veri ve teknoloji, deneyimli bir yazılım ekibi ile birleşince aradaki fiziki mesafeler saniyelere dönüşüyor. Biz de bunun cevabını aradık ve çözüm üretmeye başladık.

Yaptığımız en büyük yatırım Londra ofisimize ek olarak geçtiğimiz günlerde anlaşmasını sağladığımız Eskişehir Teknopark ve orada yetiştireceğimiz yeni sektör profesyonelleri diyebiliriz. Felece'nin mottosu gelecek için çözümler üretmek olurken, bu çözümleri de her zaman insanı en odağına alacak şekilde tasarlıyoruz. Teknik anlamda ülkemize yepyeni yetenekleri kazandırmak için çıktığımız bu yolda gerek veri teknolojileri ekosisteminde gerekse bilişim ekosisteminde birbirimizden güç alacağımız pek çok şirket de bulunuyor. Birlikte üretmeye ve inovasyona her zaman açığız. Artık yıl ve içinde bulunduğumuz şartlar dahilinde bireysel yükselmeler değil, kolektif yükselmeler önemli olacaktır. **FD**



İSO Türkiye İmalat PMI
geçen ay 50,8 oldu
İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat Satın-
alma Yöneticileri Endeksi aralıkta 50,8'e
geriledi.



Sanayide 7 ayın en düşük seviyesi

İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) açıkladığı ve büyümenin öncü verisi olarak kabul edilen Türkiye İmalat **PMI Endeksi**, 2020 Aralık'ta 50.8'e geriledi. Böylece İmalat PMI, son 7 ayın en düşük seviyelerine işaret etti. Veri bir önceki ay 51.4 düzeyindeydi.

İSO'dan yapılan açıklamada yaşanan gerileme korona salgınına bağlanarak, "Birçok ihracat pazarında virüsün ikinci dalgasının yaşanmasına bağlı olarak yeni ihracat siparişleri de yavaşladı" denildi. Teslimat sürelerinin Haziran 2005'ten beri ikinci en yüksek oranda artması, arz tarafında yaşanan sorunları öne çıkardı. Teslimat sürelerindeki belirgin artış, salgının nisan ayındaki zirvesinde görülmüştü. Arz yetersizliklerinin para birimindeki zayıflık ile birleşmesi, girdi maliyetlerinde keskin ve önceki aya göre hızlanan bir artışa yol açtı. En güçlü büyüme tekstilde, en belirgin ivme kaybı giyim ve deri ürünlerinde kaydedildi. **EKONOMİ SERVİSİ**