



BİR-İZ

dergisi
İŞİN GELECEĞİ

ÖMER BARBAROS YİŞ

KARİYER VE
E-TİCARET



Ufuk TARHAN

Dijital Çağda T-İnsan Olmak

Filiz DEMİRÖZ

Değişen Dünya Düzeninde Sürdürülebilir Kurumlar, Finans ve Muhasebe Mesleği

Prof. Dr. Burcu GÜNERİ ÇANGARLI

Geleceğin Liderlerinden Hangi Yetkinlikleri Bekliyoruz ?

Genel Yayın Yönetmeni

Derya ÇİÇEK

Editörler

Aleyna KARABUL

Merter VARDAR

Ege YILMAZ

Tolga OKLAY

Yayın Kurulu Üyeleri

Prof. Dr. Burcu GÜNERİ ÇANGARLI

Doç. Dr. Berna AYDOĞAN

Doç. Dr. Bengü Sevil OFLAÇ

Dr. Öğr. Üyesi Serhun AL

Dr. Öğr. Üyesi Birce DOBRUCALI

YELKENCİ

İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ
İŞLETME FAKÜLTESİ
BALÇOVA/İZMİR

Yayın Türü

Yerel, Süreli, Üç Ayda Bir

Tasarım

İEÜ Kurumsal İletişim Direktörlüğü

İÇİNDEKİLER

01. Rektörümüzün Mesajı

02. Dekanımızın Mesajı

03. Fakülte Temsilcisi Mesajı

04. Editörler

06. Değişen Dünya Düzeninde Sürdürülebilir Kurumlar, Finans ve Muhasebe Mesleği

09. Değişen Dünya Düzeninde Lojistik Sektörü

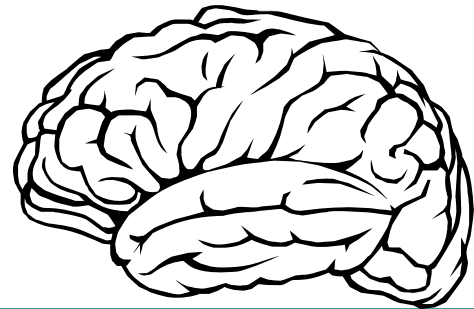
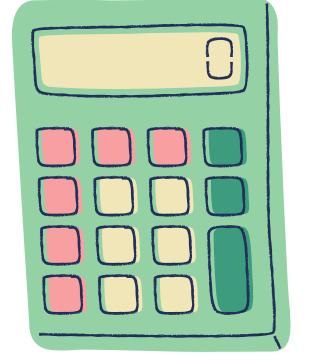
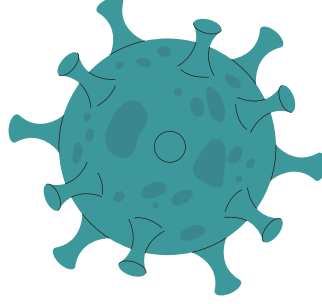
12. Muhasebe ve Denetimin Geleceği

17. Bankacılık Sektörü Dijitalleşme Hamlesi ile Diğer Sektörlere Öncü Oluyor

23. Başarılarıyla İlham Veren Yönetici: Ömer Barbaros Yiş

31. Lider Olabilmek

34. Dijital Çağda T-İnsan Olmak



İÇİNDEKİLER

41. Future of Work: Geleceğin İş Dünyasında Başarı Kriterleri

45. Pazarlamanın Kuralları Yeniden Yazılıyor: Dijital Pazarlamada

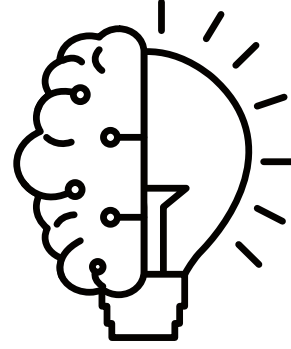
Ezber Bozan Influencer Marketing

48. Geleceğin Liderlerinden Hangi Yetkinlikleri Bekliyoruz ?

51. Salgın Bitiyor Etkileri Yenileniyor

54. Mücadelemiz Bitmez

58. Yabancı Dile İlk Adım: Karar Vermek



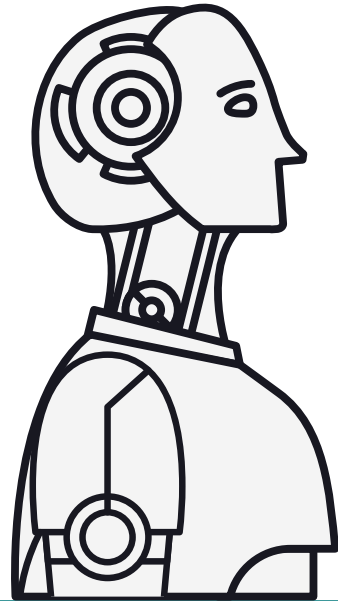
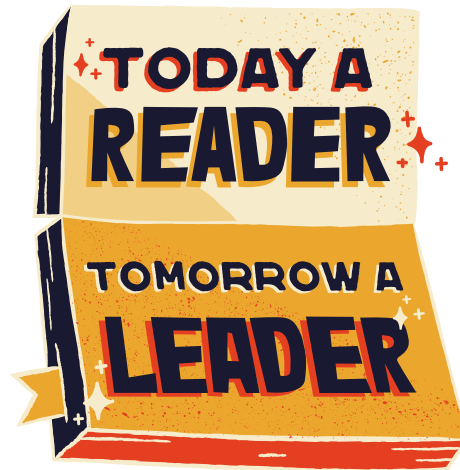
61. Covid-19 Sonrası Yaşantımızdaki ve Alışkanlıklarımızdaki

Farklılıklar

64. Mezunlar Köşemiz

69. Kulüpler Köşemiz

73. Fakülte Bulmacası



REKTÖRÜMÜZÜN MESAJI



Prof. Dr. Murat AŞKAR

**İzmir Ekonomi Üniversitesi (İEÜ)
Rektör**

İzmir Ekonomi Üniversitesi olarak öğrencilerimizin yayınladığı İşletme Fakültesi Dergisi Bir-İz'in yayın hayatına başlamasından büyük mutluluk ve gurur duyuyoruz. Üniversite olarak öğrencilerimizin seslerini duyuracakları ve yaratıcılıklarını gösterecekleri ortamlar yaratılmasını her zaman destekledik. İçeriği zengin bu tür bir yayın dizisi, geleceğimizi emanet edeceğimiz gençlerimizin bilgi ve tecrübelerini arttırmaya yardımcı olacaktır.

Pandemi süreciyle birlikte iş yaşamında büyük değişimlerin yaşandığı bu dönemde gençlerin, akademisyenlerin ve sektörün görüşlerinin yansıtılması, tartışılması çok önemli sonuçlar çıkarmamızı sağlayacaktır. Pandemi süreci süregelen ürün ve hizmet zincirlerinin yeniden tanımlanmasını gerektirecek yeni bir kaotik durum yaratmıştır. Bu tür kaotik ortamlar bir değişim süreci yaratmakta ve sonunda iş dünyasında dengeler yeniden oluşmakta; şirketlerin pazar payları ve etkileri değişmektedir. Bu değişimi anlamak, yakalamak ve yön vermek konusunda üniversite olarak çok önemli bir noktada bulunmaktayız. Bir-İz dergisi değişimle şekillenen yeni iş ve yönetim modellerini, farklı girişimcilik örneklerini ve iş trendlerini okurlarına aktararak tüm bu değişimlere ışık tutacak bir kaynak olacaktır.

İşletme Fakültesi öğrencilerinin büyük emek vererek ortaya koyduğu bu dergi ile öğrencilerimizin gözünden iş dünyasını ilgilendiren konulara farklı pencerelerden bakma imkânı olacaktır. Farklı sektörlerdeki uzmanların görüşlerinin aktarılacağı dergi, öğrenci, akademi ve sektörler arasında bambaşka bir köprü oluşturacaktır. Öğrencilerimizin yazıları, mezunlarımız ve sektörün ileri gelenleri ile yapılan röportajların yanı sıra güncel konularda akademisyenlerimizin görüşlerinin de yer alacağı bu dergi, zengin içeriği ile okuyucularına farklı dünyaların kapısını aralayacaktır.

Yayın hayatına başlayan Bir-İz ile öğrencilerimizin gündemi yakalayacaklarına ve gündem yaratacaklarına dair inancımız sonsuz.

Nice güzel yayınlara. Yayınınız bol, yolunuz açık olsun...

DEKANIMIZIN MESAJI



Prof. Dr. Burcu GÜNERİ ÇANGARLI
İzmir Ekonomi Üniversitesi (İEÜ)
İşletme Fakültesi Dekanı

Elinizdeki dergi İşletme Fakültesi öğrencilerimizin inisiyatifiyle başlayan, her aşamasında onların emek verdikleri, sorumluluğunu üstlendikleri bir sürecin ürünü. Pek çok faydasının yanında, sadece bu nedenle bizim için çok değerli.

Dergimizin ismi; Bir'İz. İşletmecilik alanında yayınlanan bir dergiye bu ismin çok yakıştığını düşünüyorum. Bir'İz, çünkü yaşadığımız dönemde kâr amacı güden gütmeyen tüm kurumların, grupların, bireylerin kendi hayatlarında, diğer insanlar ve tüm canlılar üzerinde, gezegende nasıl "bir iz" bıraktığını sorgulama zamanı. Bir'İz çünkü birlikte olmadığımızda, sadece kendi çıkarımızı düşündüğümüzde, sürdürülebilir olmaktan uzaklaşıyor ve yine zarar görüyoruz. Bir'İz çünkü ancak farklılıklarımızı anlayarak ve saygı duyarak, birlikte çalışabildiğimizde varız.

Dergimizin isminin bize çağrıştırdığı, yukarıda saydığım bu değer ve prensipler genç neslin değer yargılarını, bizim gibi işletme okullarının değişen misyonlarını anlatıyor. Pandemi ve iklim kriziyle birlikte farklılıkların değer gördüğü, iletişim ve iş birliğinin öne çıktığı, etik ve sürdürülebilir davranmanın her zamankinden önemli olduğu bir devirde yaşıyoruz. Tedarik zinciri yönetiminden tutun da üretim süreçlerine, pazarlama ve müşteri ilişkilerine, yetenek yönetimine tüm işletme literatürü bu değişen değer ve beklentiler içinde şekilleniyor, adeta yeniden yazılıyor.

İşletme Fakültesi öğrencilerimizin bu süreçte, yeni bir yayına hayat vererek, işletmeciliğin içinde bulunduğu değişimi anlatma, daha iyi bir gelecek arzusuyla hareket eden şirketlere, sivil toplum kuruluşlarına ve akademiye ses olma çabalarını kutluyorum. Bu amaç doğrultusunda, dergimizde öğrencilerimizin, mezunlarımızın, akademisyenlerimizin ve özel/kamu/sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerinin yazı ve röportajlarına ulaşabileceksiniz.

Farkındalığımızı arttıracak, günlük hayat pratiklerimizden stratejik kararlarımıza güvenilir ve kaliteli girdi oluşturacak bir yayın olacağına inanıyorum.



Derya ÇİÇEK

İzmir Ekonomi Üniversitesi (İEÜ)

İşletme Fakültesi Temsilcisi

Değerli Okurlar,

İşletme Fakültesi ailesi olarak uzun zamandır büyük emek ve özveri ile çalıştığımız Bir-İz Dergisi 2. Sayı'yı sizlere sunmaktan büyük gurur ve mutluluk duymaktayım. Dergimizin isminden de anlaşılacağı üzere amacımız siz değerli okuyucularımızın hayatlarında birlik olarak gerçekleştirdiğimiz dergimiz ile bir iz bırakmaktır. Fakültemizin "Gelecekte insanlara daha iyi bir hayat sağlamak için Türkiye ve Dünya'nın ihtiyaç duyduğu liderleri yetiştirmek" olan vizyonu doğrultusunda her bir sayfası için ayrı özveri ile çalıştığımız bu sayımızda mesleklerin geleceklerini ele alarak bizi bekleyen geleceğin neler olduğunu daha iyi anlayabilmek için alanında uzman isimler ile sizleri bir araya getirmeyi amaç edindik. Bu doğrultuda; LC Waikiki E-Ticaret Genel Müdürü Ömer Barbaros Yiş ile kariyer ve iş yaşamından, Fütürist, Ekonomist, Dijital Ajans Başkanı, Yazar Ufuk Tarhan'ın Dijital Çağda T-İnsan Olmak, akademisyen ve WE.Q. Kurucu &Yönetici Ortağı Doç. Dr. Dicle Yurdakul'un Future Of Work: Geleceğin İş Dünyasında Başarı Kriterleri başlıklı yazıları yer almaktadır.

Bir-İz Dergimizin dopdolu geçen bu sürecinde siz değerli okuyucularımıza ulaşacağı hayaliyle yürüttüğümüz emek dolu yolda her zaman heyecanımızı paylaşan ve bize her daim destek sağlayan başta Sayın İşletme Fakültesi Dekanımız Prof. Dr. Burcu GÜNERİ ÇANGARLI, Sayın Dekan Yardımcımız Doç. Dr. Berna AYDOĞAN ve fakültemizdeki diğer tüm öğretim üyelerine, büyük bir fedakârlık ve özveri ile çalışan Bir-İz Dergi ekibine ve siz değerli okuyucularımıza şimdiden teşekkür ederim.

Okuduklarınızın geleceğinize ışık olması dileğiyle...

Hoşça ve sevgiyle kalın...

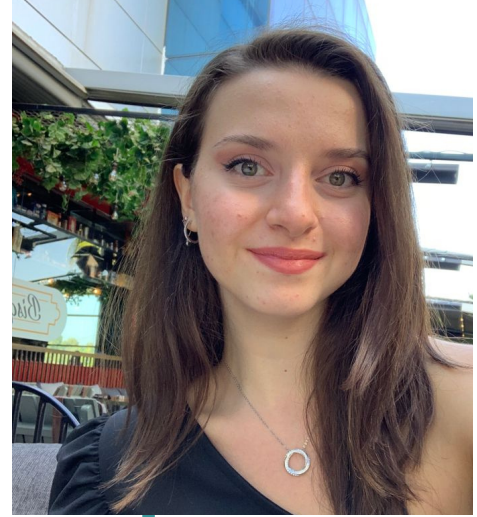
EDİTÖRLER

İzmir Ekonomi Üniversitesi
İşletme Fakültesi Temsilcileri

Aleyna KARABUL

İzmir Ekonomi Üniversitesi
Ekonomi Bölümü

Ekonomi Bölümü 3. Sınıf öğrencisiyim. İzmir Ekonomi Üniversitesi Öğrenci Konseyi'nde Ekonomi bölümü temsilcisi ve Denetleme Kurulu üyesi olarak görev almaktayım. Öğrenci Konseyi'nde bulunmamın temel amacı arkadaşlarımla sorunlarını çözüme kavuşturmak, fikirlerini ve önerilerini özgürce duyurmaktır. Yenilikçi bir eğitim hayatı için çeşitli araştırma ve projelere birlikte imza atarak fakültemizi ve bölümümüzü bir adım öteye taşımak istiyorum. Bunun ilk adımlarını da Bir-İz Dergisi ile atıyor olmaktan mutluluk duyuyorum.



Ege YILMAZ

İzmir Ekonomi Üniversitesi
Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü

Uluslararası Ticaret ve Finansman bölümü 3. sınıf öğrencisiyim. Öğrenci Konseyi'nde Uluslararası Ticaret ve Finansman bölüm temsilcisi ve Denetleme Kurulu üyesiyim. Öğrenci Konseyine katılma sebebim gerek bölüm içi gerekse bölüm dışındaki arkadaşlarımla iyi bir şekilde temsil edebilmek, karşılaştıkları sorunları çözüme ulaştırmak ve üniversite hayatlarını daha verimli geçirmelerini sağlamaktır. İçinde bulunduğum Bir-İz Dergisi ile umarım okuyan herkes kendi için bir şeyler bulabilirler.



Tolga OKLAY

İzmir Ekonomi Üniversitesi
İşletme Bölümü



İşletme bölümü 3.sınıf öğrencisiyim. İEÜ Riders kulüp başkanı, Öğrenci konseyi Genel Kurul üyesi ve İşletme Bölüm temsilciliği görevlerini yürütmekteyim. Öğrenci Konseyinde bulunma amacım güzel projelere imza atmak ve arkadaşlarımla yanında olup her daim onlara yardımcı olabilmektir. Projelerimizin başlangıcı olan Bir-İz Dergisinin herkesin hayatına bir şeyler katmasını umuyorum.

Merter VARDAR

İzmir Ekonomi Üniversitesi
Lojistik Yönetimi Bölümü

Lojistik Yönetimi 4. sınıf öğrencisiyim. 2019 yılından itibaren İEÜ Lojistik Kulübü Başkanı olarak görevime devam etmekteyim. İEÜ Öğrenci Konseyinde Denetleme Kurulu Başkanı ve Lojistik Yönetimi Bölüm Temsilcisi olarak görev almaktayım. Öğrenci konseyine katılma amacım bölüm içerisindeki arkadaşlarımla sesi olup sorunlarını ve isteklerini dile getirmek ve öğrenci kulüplerindeki deneyimlerimle üniversitemizdeki arkadaşlarımıza fayda sağlamaktır. Bir-İz Dergisinin de bu anlamda okuyan herkes için fayda sağlayacağını umuyorum.



Değişen Dünya Düzeninde Sürdürülebilir Kurumlar, Finans ve Muhasebe Mesleği

Yazı: FİLİZ DEMİRÖZ

ACCA (Fermanlı Ruhsatlı Muhasebeciler Birliği)

Türkiye, Azerbaycan, Gürcistan ve Afganistan Bölge Başkanı



"Finans ve Muhasebe mesleği, günümüz toplumunun talep ettiği kapsayıcılık ve hesap verebilirliği temin etmek ve güveni sağlamada kilit role sahiptir."

Dünyanın 178 ülkesinde 233 binden fazla üyesi ve 536 bin adayı bulunan küresel muhasebe ve finans meslek kuruluşu ACCA (Fermanlı Ruhsatlı Muhasebeciler Birliği) Türkiye, Azerbaycan, Gürcistan ve Afganistan Bölge Başkanı Filiz Demiröz, ACCA Professional Insights departmanı tarafından gerçekleştirilen "Sürdürülebilir Kurumların Kalbindeki Muhasebe ve Finans Profesyonelleri" isimli araştırmanın bulgularını ve bu bulgular ışığında finans ve muhasebe mesleğinin geleceğine dair iç görüşlerini bizlerle paylaştı.

Hepimizin yakından gözlemlediği gibi dünya, özellikle Covid-19 pandemisi ile birlikte hiç olmadığı kadar hızlı bir değişim ve dönüşüm sürecine girdi. Covid-19 krizinden sonra yapılan en belirgin gözlemlerden biri, küresel pandeminin başlangıcından önce dijital dönüşüme yatırım yapmış olan kurumların ekonomik çöküşü atlatma ve yanıt verme konusunda daha iyi bir konumda olduklarıdır. Teknoloji, kurumların kriz yönetimi için gerekli tepkileri verebilmelerinde ve risklerle dolu bir arazide yaşam mücadelesi vermelerinde kilit bir rol oynamıştır. Krizle birlikte büyük ve küçük işletmeler tedarik zincirlerini hızla yeniden değerlendirmiş, pazara çıkan yeni kanalları araştırmış, yeni hizmet veya ürün olanaklarını hızlı yoldan geliştirmiş ve operasyon modellerini yeniden yapılandırmışlar ve böylelikle teknoloji uygulamalarının benimsenme hızı artmıştır.

Önümüzdeki on yıllık döneme baktığımızda, bu dijital dönüşüm geleceğin temellerini atıyor. Hiç kuşkusuz yeni teknolojiler iş yapış şeklimizi değiştirmeye çoktan başladı ve bu değişim hızla devam edecek.

ACCA olarak önümüzdeki on yıl içinde, finans ve muhasebe mesleğinin daha da güçlenerek kurumların, iş dünyasının ve ekonomilerin sürdürülebilirliği için kilit konuma sahip olacağını ön görüyoruz. 2020'li yıllarda finans ve muhasebe alanını yeniden şekillendirecek ve hem bu sektörde çalışan hem de kariyer hayatına bu sektörde adım atacak Z kuşağına birçok fırsat sunacak üç kritik değişim ve fırsat dalgasını tespit ettik:

Akıllı Teknoloji: Dijitalleşme küresel ekonomiyi dönüştürecek ve meslekteki işleri, gerçekleştirilen faaliyetleri, bunların nasıl teslim edileceğini, işin nerede ve kimler tarafından yapıldığını yeniden düzenleyip değiştirecek.

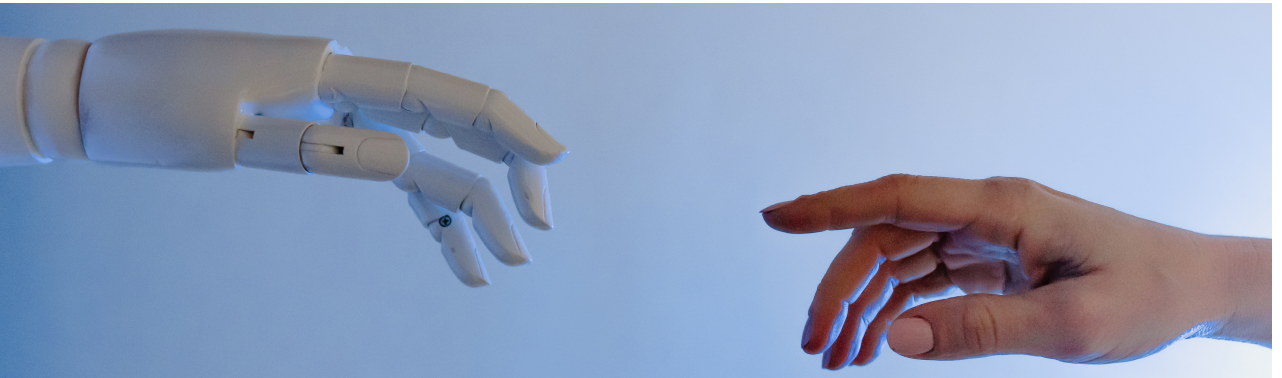
Beceriler ve Eğitim 4.0 : Kurumlarının büyümesini desteklemek için muhasebe ve finans mesleğinde ihtiyaç duyulan mesleki yetenekler, iş yeri becerileri ve mesleki eğitim üzerinde büyük değişiklikler olacak.

Dönüşen Kariyerler: Değişen iş ihtiyaçları ve iş operasyon modelleri karşısında kariyer yolları da değişecek.

Araştırmamızın sonuçları, ayrıca bizlere, değişen dünyamız ve iş yapış biçimlerinde, sürdürülebilir kurumlarda çalışan finans ve muhasebe profesyonellerinin yaptıkları işlerle kurumların değer zinciri içerisinde hayati katkılarda bulunacağı dört ana kariyer alanı sunmakta olduğunu gösteriyor.



**Finans ve muhasebe
mesleğinin daha da
güçlenerek kurumların, iş
dünyasının ve
ekonomilerin
sürdürülebilirliği için kilit
konuma sahip olacağını
ön görüyoruz.**





Ancak bu dört alana geçmeden önce şunu belirtmeliyiz; 2020'li yıllarda geleceğin sürdürülebilir kurumlarını şekillendiren beş değişim öncüsü bulunmaktadır. Bunlar sırasıyla; küresel ekonomideki değişiklikler, çevresel değişiklikler, teknolojik değişiklikler, toplumsal değişiklikler ve iş gücüne dair değişiklikler.

Bu bağlamda, geleceğin profesyonellerinin değer yaratma, değeri koruma ve değeri raporlama konusunda alacakları kilit rolleri üstlenecekleri dört ana kariyer alanı ise;

Dönüşümün Öncüleri: Kurum içinde ileriye düşünen ve uzun vadeli sürdürülebilir değeri yaratıp koruyan, aynı zamanda kurumsal değişimin gerçekleşmesinde yer alan profesyoneller.

Kurum Analistleri: Veri analizi ve geleceğe dair içgöründe bulunma yetenekleri ile çeşitli rollerde yer alarak kurumlarının değer yaratmasına ve yarattıkları değeri korumalarına yardımcı olan profesyoneller.

Güvence Sağlayıcılar: Üstlendikleri farklı roller ve sorumluluklar ile kurumlarının yarattıkları değerleri koruyup raporlamalarına yardımcı olarak kurumlarının yeni bir yönetim seviyesine ulaşmasını saptayabilen profesyoneller.

Paydaş Raporlamacıları: Kurumlarının merkezinde yer alıp, sürekli büyüyen paydaş taleplerine karşı kurumların performanslarını dışarıya karşı anlamlı şekilde raporlayan sürdürülebilir muhasebe ve finans profesyonelleri.

Özetleyecek olursak, sürdürülebilirliği iş yapış yöntemlerinin merkezinde konumlandırabilen, teknolojik gelişmeleri ve ekonomik göstergeleri yakından takip eden, kendini yenileyebilen, değişime ve gelişime açık finans ve muhasebe profesyonelleri, kurumlar için gelecekte belki günümüzdekinden de daha kritik önemi olan paydaşlar haline gelecektir.

Kamu yararına odaklanan, sürekli mesleki gelişim ile en güncel yetkinliklere ve yüksek etik değerlere sahip finans ve muhasebe profesyonelleri, kurumlar ve toplum için değer yaratma, değeri koruma ve raporlama konusunda merkezi konumdadır. Finans ve Muhasebe mesleği, günümüz toplumunun talep ettiği kapsayıcılık ve hesap verebilirliği temin etmek ve güveni sağlamada kilit role sahiptir ve bu özellikleri sayesinde meslek profesyonelleri, gelecekte daha iyi bir dünya için sürdürülebilir kurumların kalbinde bulunan haklı konumlarını alacaklardır.

Değişen Dünya Düzeninde Lojistik Sektörü

TIRPORT

Yazı: **BARIŞ ANIL** Operasyon Direktörü (COO)

Dünya ekonomisi, pandeminin gölgesinde zor bir yılı daha geride bıraktı. 2021'e, Çin'deki Covid-19 pandemisinden kaynaklanan kapanmaların bir yansıması olarak, çip ve konteyner krizi damgasını vurdu. Çin ve Avrupa arası konteyner maliyetleri 10 kattan fazla arttı. Çip krizi, otomotiv başta olmak üzere lokomotif sektörlerde üretime ciddi darbe vurdu. Artan tedarik ve lojistik maliyetleri, tahminlerin çok üzerinde sorunlar yarattı. 2020 Nisan ayında 20 doların altına kadar düşen ham petrol varil fiyatları, 2022 Mart ayına girerken 5 kattan fazla artarak 110 doları geride bıraktı ve yükselme trendi devam edecek gibi duruyor. Uluslararası lojistik

sektöründe, Covid-19 kaynaklı ciddi bir daralma yaşansa da, 2021 itibariyle toparlanma emareleri görülmeye başlandı. Buna rağmen, öngörülemeyen kapasite yönetimi, petrol fiyatlarındaki yükselme eğilimi ve navlun fiyatlarındaki dengesizlik, piyasa dinamiklerinin henüz tam olarak düzelmediğini işaret ediyor.

Bir limanda 30 gün boşaltma bekleyen bir gemi 3 milyon dolar kaybediyor.

Dünyadaki konteyner filosunun neredeyse yüzde 12'si limanlarda konteyner boşaltmak için sıra bekliyor. İngiltere'deki Felixstowe, ABD'deki Los Angeles gibi bazı önde gelen limanlarda, yüzde 95'in üzerinde kapasiteye ulaşıldığı için, boş konteynerlerin kabul edilemediği durumlar dikkat çekiyor. Bu durum çok sayıda konteynerin liman yakınlarında depolarda atıl durumda bekletilmesi sonucunu doğuruyor. Örneğin; bir gemi Los Angeles Limanı'nda 30 gün konteyner boşaltmak için bekletiliyorsa, sadece günlük gemi kira alternatif maliyeti 100 bin doların üzerinde.



Bu durumun sebebiyet verdiği verimsizliğin maliyeti bir hayli yüksek. Öyle ki, bu maliyetin navlun fiyatından yüksek olduğunu söylemek mümkün. Pandemiyle birlikte küresel ticarete arz-talep dengesinin bozulması deniz taşımacılığında lojistik sıkıntıları beraberinde getirdi. Konteyner dar boğazıyla başlayan sorunlar navlun fiyatlarındaki artışlarla devam etti. Denizde yaşanan bu soruna karada çözüm arama alternatifleri ise karayolu trafiğine ve bağlı olarak intermodel çözümlere yönelmelere sebep oldu.

100 milyar dolarlık Türk lojistik sektörü, pandemi etkisiyle dijitalleşiyor.

BİR-İZ





Dünyada iş yapma ve yönetme tarzları, pandemi nedeniyle kalıcı olarak değiştirmeye devam ediyor. Eğitim, lojistik, sağlık gibi birçok sektör uçtan uca dijitalleşmesini hızla sürdürüyor. Artık, günlük hayatta ihtiyaç duyduğumuz birçok hizmet, akıllı algoritmalarla desteklenen yeni nesil dijital platformlar sayesinde, konum tabanlı ve gerçek zamanlı olarak yönetilmeye başladı. Bu değişim ve dönüşümün dünyadaki öncülerinden TIRPORT, lojistiğin cepten yönetilerek, yükün de cepten bulunmasını sağlayan uçtan uca dijitalleşmeye imkan sağlıyor. Bunların yanında, pandemi ile birlikte ülkeler arası e-ticaretin hacmi de hızla artmaya başladı. Bunlara bağlı olarak taşınan ürünlerin izlenebilirliği, lojistik operasyonun cep telefonlarındaki uygulamalardan anlık olarak takip edilebilirliği, gerçek zamanlı ve konum tabanlı teslimat raporlaması gibi konular da ön plana çıkmaya başladı.

Türkiye’de taşımanın yüzde 90’ı karayollarıyla yapılıyor.

Türkiye’de günlük yük hareketlerinin ton bazında yüzde 16’sı ihracat, yüzde 11’i ithalattır. Yüzde 73’ü ise yurtiçi bazlı taşımlardır. Türkiye’nin en büyük dijital lojistik platformu olan TIRPORT’un TRInsights verilerine göre; 2021 yılında yurt içinde günde ortalama 432 bin FTL (bir tam kamyon) taşıma yapılmış, bir kamyon sırtındaki yükü için ortalama 386 km taşıma gerçekleştirmiştir. Kamyonların yaklaşık yüzde 28’i boş kilometre yapmıştır. Yurtiçi yük hareketlerinin ton bazında yüzde 90’ı karayolu, yüzde 5’i demiryolu, yüzde 4,5’i denizyolu ile gerçekleştirilmiştir.

Navlun fiyatları 2 yılda yüzde 200 arttı.

2020 ile kıyaslandığında navlun fiyatlarında yüzde 200'lere varan artış olduğu söylenebilir. En yüksek fiyat artışı, Ege-Marmara bölgesi çıkışlı; Van, Diyarbakır, Trabzon varışlı güzergahlarda gerçekleşmiştir. Bir gün içinde navlun fiyatlarının en yüksek oranda değiştiği hatlar; Bursa- Gebze, Çanakkale-İzmir, Tekirdağ-İstanbul, Ankara-Adana, Antalya-İstanbul olmuştur. Bu hatlarda navlun fiyatlarının gün içinde yüzde 50’ler seviyesinde değişebildiği görülmüştür.

Navlun fiyatlarındaki bu oynaklık kontrat lojistiğine büyük zarar vermiştir. Türkiye'deki günlük yapılan taşımanın yaklaşık 1/3'ü kontratlı taşımadır. Lojistik firmaları yönetemedikleri maliyet artışları sebebiyle çok zor durumlarda kalmışlar, kontrat yükümlülüklerini yerine getirmekte ve spottan kamyon tedarik etmekte zorlanmışlardır. Birçok küçük lojistik firması batmanın eşiğine gelmiş ya da faaliyetlerini durdurmuştur. Yapay zeka destekli algoritmalar ve mobil teknolojileriyle spot pazardaki lojistik hareketleri canlı izleyebilen,

doğru yük ve doğru kamyonu konum-tabanlı, gerçek-zamanlı teknolojilerle akıllıca eşleştiren dijital platformlar büyük fırsata sahip olmuştur.



TIRPORT olarak hedefimiz; Doğu Avrupa-Çin arasında taşıma yapan 1.5 milyon Kamyoncunun bir numaralı yük vereni olmak.

Avrupa'nın ve bölgenin sayılı dijital lojistik platformlarından birisi haline gelen TIRPORT, 2022 yılı ilk çeyreği itibariyle günde 4 binin üzerinde FTL operasyonu yönetmeye başlamıştır. Üye kamyoncu sayısını 80 binin üzerindedir. Yükünü TIRPORT'lu kamyonculara emanet eden KOBİ sayısını 2 bini geçmiştir. Halen Türkiye dahil 7 ülkede, 6 farklı dilde tüm dijital platformlarda faaliyet gösteren TIRPORT, 3 yıl içinde sadece Türkiye'de günlük 25 binin üzerinde FTL operasyonu yönetmeyi hedefliyor. Gerekli altyapıları hazırladıktan sonra 2022 yılı sonunda Avrupa operasyonu için genişleme strateji çalışmalarımıza devam ederken eşzamanlı olarak, 5 yıl içinde Doğu Avrupa-Çin arasındaki Kuzey ve Orta Lojistik Koridorunun 1 numaralı dijital lojistik aktörü olmayı, bu hattaki 1.5 milyon kamyoncuya "Operated By TIRPORT" konsepti ile ev sahipliği yapmayı, bölgede günlük 100 binin üzerinde FTL taşımayı yönetmeyi hedefliyor.

TIRPORT, 2022 yılı dördüncü çeyreğinden itibaren, sahip olduğu arttırılmış zeka destekli optimizasyon teknolojileriyle Avrupa-Türkiye arasında parsiyel taşımada inisiyatif almayı, yılsonu itibariyle günde en az 250 TIR'lık Avrupa-Türkiye lojistik hattını çalıştırmayı amaçlıyor. 2023'te bu hacmi ikiye katlamayı hedefliyor. Atıl kapasitenin akıllı teknolojilerle değerlendirilmesi sağlanarak, Türkiye'ye boş dönmesi önlenerek TIR'larla Türkiye ihracatına yıllık 500 milyon avronun üzerinde değer kazandırılması ve 33 bin tonun üzerinde CO2'nin doğaya salınmasının engellenmesi hedeflenmektedir.



MUHASEBE VE DENETİMİN GELECEĞİ

Yazı: **MEHMET KARAKURT** PwC Şirket Ortağı & PwC Türkiye Bölge Ofisler Lideri

Fıkra bu ya tüm meslek sahiplerine “Bir daha dünyaya gelseniz hangi mesleği seçersiniz?” diye anket yapmışlar. Doktorlar, inşaat mühendisleri, avukatlar sırayla halihazırda yaptıklarına benzer meslekleri yapmak istediklerini söylemişler. Sonra sıra muhasebeciye gelmiş, aynı soruyu sormuşlar “Bir daha dünyaya gelirsen hangi mesleği seçersiniz?” demişler. Muhasebeci düşünmeden “İmam olurdum” demiş. Anketörler “Aman üstat ne yaptın, ne alakası var.” deyince meslek mensubumuz cevabı yapıştırmış

“Orada mevzuat değişmiyor”



Yazıma bir şakayla başlamış oldum ama ne yalan söyleyeyim çok değerli İşletme Fakültesi Dekanımız Burcu Hocam, Bir-İz Dergisinin bu sayısında benim de bir yazı ile bir katkı yapmamı rica edip beni gururlandırdığında ve sonrasında konuyu söylediğinde aklıma ilk bu fıkra gelmişti.

Fıkradaki meslek mensubumuz aslında çok da haksız değil, ancak bu sadece muhasebe mesleğinde değil, geldiğimiz noktada hayatın her alanında geçerli bir durum. Son 2-3 yıllık dönemde gerek hayatımızı yaşayış şeklimizde gerekse de iş yapış şekillerimizde öyle fazla değişiklik oldu, o kadar çok mevzuat değişti ki Yunan filozof Herakleitos’un “Değişmeyen tek şey değişimdir.” sözü artık mottomuz oldu. Hibrit çalışma olmazsa istifa ederim diyen çalışanlardan, “Great Resignation” dalgasına, oradan robotlar işimi ne zaman çalacak, işsiz kalmamak için ne yapip da şu robotların fişini çekerim diye düşünmeden yaşayamaz olduk.

**"DEĞİŞMEYEN TEK ŞEY
DEĞİŞİMDİR."**



Haddime değil, Metaverse'den iki dönüm yer kapma tüyoları gibi alanlarda ahkam kesmeyeceğim, ancak OVR'ın verilerine göre bu platformdan en fazla arsa alımı yapanlar Türkler olmuş, hatta dünyanın 1.6 trilyon altıgen parsele bölündüğü bu sanal evrende Türkiye'nin en değerli arazileri çoktan satın alınmış, İstanbul'daki arsa fiyatları 20 bin liraya kadar işlem görmüş. Anadolu yakasının kıyı şeridi neredeyse tamamen satılmış, benden söylemesi... O alemde bile İstanbul'un taşı toprağı altın. Neyse biz konumuza gelelim,

NE OLACAK BİZİM MESLEĞİN GELECEĞİ ?

Yanıt çok basit “çok değişecek” ve hatta gerek robotlar gerekse de blockchain gibi yıkıcı değişimler hayatımızın içine daha çok girdikçe, yaygınlaştıkça belki de muhasebe ve haliyle denetim mesleği çok değişik bir kimliğe bürünebilir. Kaybolur mu, zannetmem ama şimdikinden çok farklı olacağı kesin. Bu arada bu gelecek çok uzak değil 2025'ler filan konuşuluyor.

Muhasebenin geleneksel tanımını hatırlayacak olursak “ekonomik faaliyetlerde bulunan tüm kuruluşların mali nitelikteki işlemlerini ve olaylarını para ile ifade edilmiş şekilde kaydeden, sınıflandıran, özetleyerek rapor eden ve sonuçlarını analiz edip yorumlayan bir bilim dalıdır” diye muhasebe dersimizin ilk gününü hatırlayabiliriz. Peki ya “sonuçları yorumlamayı” tanımdan ayıracak olursak, sizce günümüzün yazılımları (ERP dediğimiz entegre programlardan, en basit muhasebe programlarına dek) kaydetmek, sınıflandırmak, özetlemek, raporlamak konularını zaten yapmıyor mu? Hatta “big data” analizleri ve “machine learning” ile robotların (aklına hemen bilimkurgu filmlerindeki robotlar gelmesin, bunlar yazılım olan gözümüzle göremediğimiz arı gibi çalışan robotlar) analiz kısmını da bize pek bırakmadığını düşünecek olursak, tanımdan geriye elimizde “yorumlamak” dışında başka bir şey zaten pek kalmadığını düşünüyorum.

Ancak, işte tam bu noktada dikkatinizi çekmek istediğim can alıcı soruyu sormak istiyorum:

Bu haylaz ve bir o kadar da fesat, elimizden işlerimizi almaya çalışan fettan robotlara bu işleri kim öğretecek, kim programlayacak, kim ilk can suyunu verecek de bu minnoş robotlar bu işlere soyunacak?





Cevap: Robotlarla aynı dili konuşacak, onlardan daha akıllı ve bizim emrimize çalışmayı öğretecek efendiler, yani muhasebeyi ve denetimi çok iyi bilen, aynı zamanda bu bilgileri robot diline tercüme edebilecek, bizler ve bilhassa siz genç nesiller.

Bunu sadece ben söylemiyorum. Geçtiğimiz günlerde META'nın aykırı CEO'su Mark Zuckerberg, geleceğin mesleklerinde özellikle kod bilmenin önemli olduğuna dikkat çekerken, bu bilgiyi yaratıcılıkla birleştirmenin kaçınılmaz olduğunu da vurguladı. Yani bu ne demek? Sıradan görevlerde insanların yerini robotlar alacak, veri toplama, kaydetme ve düzenleme gibi görevlere daha az insan zamanı harcandığında insanlar entelektüel derinlik isteyen analiz ve beyin fırtınası için daha fazla zaman haralayabilecekler. Bu da yapay zekanın "henüz" yapamayacağı bir tür yaratıcı, eleştirel düşünme sürecini gerektiriyor. İnsanın bundan sonra gerçekten de aklını kullanması gerekiyor. Zuckerberg'in bu açıklamasından çok önce Ekim 2020'de Dünya Ekonomik Forumu, veri girişi, sekreterlik, muhasebe, fabrika ve mekanik işlerin 2025 yılına kadar büyük çoğunlukla

makinelere/ robotlar tarafından yapılacağını öngördüğünü bildirmişti. Aynı rapora göre, önümüzdeki birkaç yıl içinde 85 milyon iş ortadan kalkarken, gelişmekte olan teknolojinin (yıkıcı değişim) yaratacağı, tahmini 97 milyon yeni iş/ rol olacağı tahmini çok dikkat çekici. Raporda, bu işlerin büyük ölçüde dijital pazarlama, iş geliştirme ve veri analizi gibi yaratıcı ve eleştirel düşünme becerileri gerektiren alanlarda olacağını altının çizildiğini de iletmek isterim. Benzer bir çalışmayı PwC'nin de yaptığını ve araştırmanın detaylarına <https://www.pwc.com.tr/tr/gundem/ekonomi/otomasyon-mevcut-isleri-nasil-etkileyecek.html> linkinden ya da aşağıdaki QR kodundan ulaşabileceğinizi hatırlatmak isterim.





Şirketlerin, mikro seviyede ise çalışanların, başarılı olabilmesi için, çalışanların tam potansiyeline ulaşarak geliştireceği yeni ve dinamik stratejileri hayata geçirmesi gerekiyor. PwC'nin Geleceğin Çalışma Hayatı ve Yetkinlikler (Future of Work and Skills) Araştırmamızı Eylül 2021'de gerçekleştirdik <https://www.pwc.com.tr/tr/Hizmetlerimiz/insan-yonetimi-ve-organizasyon-danismanligi/yayinlar/gelecegin-is-gucu/gelecegin-is-gucu.pdf> linkinden ya da solda bulunan QR kodundan rapora erişebilirsiniz.

İş dünyası ve insan kaynakları liderlerinin katılımıyla yaptığımız ve yaklaşık 4.000 kişiye ulaştığımız araştırmamızda; çalışmamıza katılan liderlerin önemli olarak tanımladığı, fakat herhangi bir aksiyon almadığını belirttiği konuların tümü "dijitalleşme veya otomasyonla" ilgili. Katılımcılara göre, bu iki konu ve diğer zorluklar karşısında ilerleme sağlamanın önündeki ilk üç engel: Maliyet, liderlik yetkinliklerinin eksikliği ve kurumsal kültür. Bu engellere kim takılmadan geçmeyi becerir, daha doğrusu cesaret ederse o oyunda 3-0 öne geçecektir.

Aşağıdaki tabloda muhasebe ve denetim, hatta aslında tüm iş dünyasının bugününü ve yarınını analiz etmeye çalıştım:

Bugün			Gelecek		
Teknik Beceriler		Sosyal Beceriler	Teknik Beceriler		Sosyal Beceriler
Plan, Bütçe ve Tahminlerin Oluşturulması	İç görüş & Aksiyon		Bugünkü fonksiyonel teknik yetkinlere ek olarak:	İç görüş & Aksiyon	Yaratıcılık ve Problem Çözme
Hazine ve Nakit Yönetimi	Raporlama & Uyum	Yönetim	Gelişmiş Veri Analizi		İletişim & Hikaye Anlatıcılığı
Raporlama Sistemleri		İletişim	Veri Bilimi	Raporlama & Uyum	Çeviklik
Mevzuat Bilgisi		Takım Çalışması	Dönüşüm ve Değişim Yönetimi		Değişim Liderliği
Satış Operasyonları, Finansal Muhasebe	Operasyonel İşlem	Liderlik	Risk Yönetimi	Operasyonel İşlem	Etkileşim ve İlişki Oluşturma
Üretim ve Analiz Yönetimi			Sanal İşgücü Yönetimi		Dayanıklılık
Planlama			Teknoloji Uzmanlığı		
Operasyonlar			İnovasyon		

Buradan da görüleceği üzere, günümüzün teknik ve sosyal becerileri, yarının dünyasında bizi sahildeki kum tanelerinden biri olmaktan öteye geçiremiyor gibi görünüyor. O halde geleceğin teknik ve sosyal becerilerine şimdiden sahip olmalı, kendimizi buna göre konumlandırmalı, yukarıda özetleme çalıştığım her bir alanda kendimizi çok iyi donatmalıyız. Bunun için günümüz dünyasında, sosyal medyadaki komik videolardan fazlasına kafa yormamız gerekiyor.

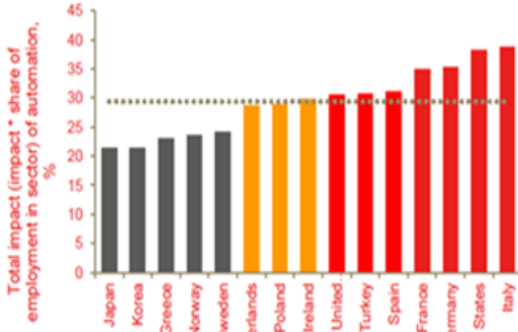
"Zorluklar karşısında ilerleme sağlamanın önündeki ilk üç engel:

Maliyet, Liderlik Yetkinliklerinin Eksikliği ve Kurumsal Kültür. "

Az önce PwC'nin çalışmasına katılan liderlerin önemli olarak tanımladığı, fakat herhangi bir aksiyon almadığını belirttiği konuların “dijitalleşme veya otomasyonla” ilgili olduğunu söyledim. Sizce neden bunu tespit ettikleri halde aksiyon almıyor/ alamıyorlar? Burada size 4 önemli ipucu vermek istiyorum, bugünün dünyasındaki liderler açısından 4 kritik faktör. Bakın bunu size kimseler söylemez, bu iyiliğimi unutmayın. Yarışta bir adım öne bunları analiz edip çözdüğünüzde geçeceksiniz:

1 Artan İş Otomasyonu

Dönem dönem eğitim düzeyine göre potansiyel otomasyon riski altındaki mevcut işlerin yüzdesi



2 Yeteneklerin Bulunabilirliğinin Azalması

2016'lı yıllarda %66 seviyesinde olan kritik pozisyonların bulunabilirliği yıllar içerisinde %51 seviyelerine gerilemiştir. Dört yılda Türkiye'den göçen 20-35 yaş arası nüfus %70, 35-50 yaş arası nüfus ise %100 arttı.

3 İşgücünde Dijital Beceri Açığı

İşlerin %90'ı BT becerileri gerektirirken, 10 yetiştikten 6'sı temel Bilgi ve İletişim Teknolojileri (ICT) becerilerinden yoksun veya bilgisayar deneyimine sahip değil.

4 Yeteneklerin Yaşlanması

65 yaş ve üstü Türkiye nüfusu (toplam nüfusa yüzdesi): %9,5
Yaşlı nüfus son beş yılda %22,5 arttı.

Bu değişen dünyada erken kalkan gerçekten yol alacak. Sizin de bu erken kalkanlar ekibinde olmanızı, size doğru gürül gürül akan bilginin kirliliğinden kurtulup bilgiyi araştıran, yaşadığımız dünyayı okuyabilen, düşünen ve düşüncüyü hayata geçiren hatta onları robotlara öğreten tarafta olmanızı öneririm.

Tüm bunların ışığında sanırım geleceğin muhasebe ve denetim sektöründe nelerin aynı kalacağını söylemek sanırım daha kolay olacak:

HİÇBİR ŞEY!

BANKACILIK SEKTÖRÜ, DİJİTALLEŞME HAMLESİ İLE DİĞER SEKTÖRLERE ÖNCÜ OLUYOR

Yazı: **ERDEM ALPTEKİN** İzmir Ticaret Odası (İZTO)
İş Geliştirme Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Uzmanı



Türkiye’de finansal sistemin ana omurgasını bankacılık sektörü oluşturmaktadır. Türkiye’de finansal piyasaların yaklaşık yüzde 90’a yakınına oluşturan bankacılık sektörü; güçlü mali yapısı, sermaye yeterliliği, bilgi teknolojileri potansiyeli gibi üstünlükleri ile yeni düzenlemelere ve risk yönetimindeki değişime sürekli uyum sağlamaktadır. Ülkemizde teknolojik gelişmelere ve dijitalleşmenin getirdiği zorunluluklara en kolay uyum sağlayan sektörlerin başında gelen bankacılık sektörünün teknolojik bilgi birikimi de fazladır. Türkiye’deki bankacılık sisteminin diğer sektörlerle örnek olan dijitalleşmeye öncü bir sistemi bulunmaktadır.

Dünyada finans ve bankacılık sisteminde gelişen yeni eğilimlere paralel olarak ülkemizde dijital bankacılık ve finansal teknolojilerin geliştirilmesi konusunda mevzuat çalışmaları devam etmektedir. Dijital bankaların sunacakları servis modeli bankacılığının finansal sistemi değiştirecek birçok yeniliğin kaynağı olması beklenmektedir. Bununla birlikte bankacılık sisteminde banka şube sayılarının azalması da dikkat çekmektedir. Şube maliyetlerinde yaşanan artışlar ve dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte bankaların online kanallar ile bir çok hizmeti verir hale gelmesi, fiziki şubelerde azalmaya yol açmıştır.

1 Nisan 2021 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren "Uzaktan Kimlik Tespiti Yöntemlerine ve Elektronik Ortamda Sözleşme İlişkisinin Kurulmasına İlişkin Yönetmeliği" banka şube sayılarının azalmasına katkı yapmıştır. İlgili Yönetmelik ile bankalar, görüntülü görüşmeyle uzaktan kimlik tespiti yapabilmekte ve mesafeli olarak sözleşme ilişkisi kurulabilmektedir. 1 Mayıs 2021 tarihi itibarıyla geçilen yeni dönemde uzaktan kimlik doğrulamasıyla ve ıslak imzaya gerek kalmadan müşteri olunabilmektedir.

Bankalar dijitalleşmenin hız kazanması karşısında yeni iş modellerine odaklanmak zorunda kalmışlardır. Yeni model bankacılığın kollarından olan açık bankacılık (üçüncü kişi hizmet sağlayıcılara, kullanıcıların izinleri dahilinde finansal bilgilerine erişmelerini ve işlem gerçekleştirebilmelerini sağlayan güvenli bir yöntem) ve servis modeli bankacılığın, (ara yüz sağlayıcıların sundukları ara yüz yoluyla, müşterilerin servis bankalarının sistemleriyle doğrudan açık bankacılık servisleri aracılığıyla bağlantı kurarak servis bankası



üzerinden bankacılık işlemlerini gerçekleştirebildikleri hizmet modeli) sektörde rekabeti arttırması ve bu sayede bankacılık hizmetlerinin ulaşacağı kesimin artması planlanmaktadır.

Tablo 1: Türkiye’de Banka Şubesi Sayıları-İlk On İl

	2017	2018	2019	2020	2021
İstanbul	3.240	3.218	3.143	3.095	3.061
Ankara	1.077	1.073	1.036	1.025	1.021
İzmir	766	766	746	721	711
Antalya	441	438	440	433	422
Bursa	425	428	419	411	410
Konya	276	272	268	264	265
Kocaeli	259	262	261	253	252
Adana	258	259	254	247	245
Mersin	208	209	211	209	206
Muğla	190	188	185	184	182
Türkiye	11.510	11.509	11.301	11.121	11.031

Kaynak: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu

Tablo 2: Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayıları (Bin Kişi)

	Ocak-Mart 2020	Ekim-Aralık 2020	Ocak-Mart 2021	Haziran 2021	Eylül 2021	Aralık 2021
Aktif dijital müşteri sayısı	56.324	65.677	68.475	70.776	73.440	77.932
Kurumsal	2.343	2.850	2.989	3.065	3.110	3.411
Bireysel	53.981	62.827	65.487	67.711	70.330	74.521

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği

Aralık 2021 itibariyle toplam (bireysel ve kurumsal) aktif dijital bankacılık müşteri sayısı 77 milyon 932 bin kişiye ulaşmıştır. Dijital müşteri sayısında her geçen dönemde artış yaşanması dikkat çekmektedir.

Pandemi süreci, dijital farkındalığın arttığı bir dönem olmuştur. Gerek bankaların yönlendirmesi gerek kendi tercihleri doğrultusunda müşteriler, fiziki kanallar yerine dijital kanalları daha fazla tercih etmeye başlamıştır. İlk defa internet ve mobil bankacılık uygulamalarıyla tanışan müşteri sayılarında ciddi artışlar yaşanmıştır.

Dijital hesap ve işlemlerin yanı sıra dijital para da yavaş yavaş hayatımıza girmeye başlamış, dijital ödemelerin ve uygulamaların sayısı günden güne artmaktadır. Dijital paraları kripto paralarla karıştırmamak gerekmektedir. Merkez bankalarının hazırlık yaptığı ve blockchain teknolojisi ile üretecekleri dijital para, bildiğimiz paranın elektronik versiyonudur. Dijital para çalışmaları hızlanmıştır, çünkü kâğıda basılmış para kullanmanın lojistik maliyeti oldukça fazladır. Ülkenin her tarafında, bütün bankamatiklere para yüklemesinin yapıldığını aklımıza getirdiğimizde lojistik maliyetin boyutunun büyüklüğü çarpıcıdır. Dijital para ile lojistik maliyet doğuran bütün operasyonel aşamaların ortadan kalkması söz konusudur. Banka hesabından çekilen ve harcanan paranın, akıllı telefondaki dijital cüzdandan kullanılabilmesi hedeflenmektedir. Bu gelişme, AB'nin üzerinde çalıştığı Yeşil Mutabakat ve ülkemizde çalışmaları devam eden yeşil-dijital dönüşüm çalışmalarıyla da uyum sağlamaktadır.





Merkez Bankası'nın dijital para çalışmalarıyla şekillenecek bu çalışmaların Milli Fintech Strateji Belgesi çalışmalarının hızlanmasıyla da belirli bir yol haritasına sahip olacağı öngörülmektedir. Fintechler son yıllarda dünya genelinde finans sektöründeki değişim ve dönüşüme öncülük etmektedir. Bankaların fintechlerle özellikle inovasyon alanında yeni ürünler ve servisler çıkarma konusunda işbirlikleri yapabilecekleri, bankaların fintech kurmak için adımlar attıklarını ve bu eğilimin gelecekte de devam edeceği görülmektedir. Bu sayede açık bankacılık ve servis bankacılığı düzenlemeleriyle birlikte bankalar ulaşamadığı kesimlere farklı ürün ve inovatif servisler sunarak ulaşmaya çalışacaktır. Başta para olmak üzere çek, kredi kartı, senet gibi bankacılıkta kullanılan ve fiziksel olan enstrümanlar dijitale dönüşmektedir. Fiziksel paradan ayrışmaya çalışılmakta, tamamen dijital paranın kullanılacağı, bankacılıkta ya da günlük hayatta kullanılan ve fiziksel olan ticari belgelerin de dijitalleştiği bir alana geçilmenin belirli bir süre alacağı görülmektedir.

Bu gelişmeler ışığında blockchain teknolojisinin yoğun olarak kullanılacağı ve bankacılık sisteminde saklanması gereken bir çok belgenin blockchain ortamına taşınabileceği görülmektedir. Bankacılık gibi merkezi bir platformun merkeziyetsiz bir süreçte nasıl bir iş yapacağı da bankacılık sektörü tarafından tartışılan gündem maddelerinden birisidir. 2022-2025 yıllarını kapsayan Milli Fintech Strateji Belgesine ilişkin çalışmaların hızlanmasıyla birlikte merkeziyetsiz platformlarda bankacılığın ne şekilde yapılacağına dair detaylar aydınlanacaktır.

KPMG'nin hazırladığı 'Geleceğin Dijital Bankacılığı' araştırması, finans sektörünün yapı taşlarından olan bankaları bekleyen yıkıcı dönüşümün ipuçlarını vermektedir. Öngörülere göre, 2030'ların bankalarının en önemli mevduatı müşterilerinin kişisel verileri olacaktır. Covid 19 salgını firmaların ve kurumların dijitalleşmesinin tercih değil zorunluluk olduğunu bir kez daha ortaya koyarken, bu dönemde dijitale daha fazla yatırım yapan bankaların diğerlerine göre birkaç adım daha öne çıktığı görülmektedir.

KPMG raporuna göre, müşterilerin kazanç ve yatırımlarını değerlendirdikleri en güvenilir alan olan bankalar, 10 yıl sonra müşterilerin aynı zamanda kişisel verilerinin de korunacağı en güvenilir yer olacaktır. Geleneksel bankalar müşterilerinin sadece finansal varlıklarını yönetmeye devam edecek ancak geleceğin bankaları aynı zamanda kişisel verileri yönetecektir. Bankalar, müşterilerinin izniyle kişisel verilerini finansal hizmetlerden fazlası için yine onların yararına kullanıp hayatın her alanında fayda sağlayacaktır. Geleceğin bankaları, müşterilerinin hayatını kolaylaştıran, günlük ihtiyaçlarına cevap veren, önerilerini yaşam tarzlarına göre kişiselleştirebilen, finansal hizmetlerden daha fazlasını sunan bankalar olacaktır. Bankalar için yeni bir iş modeli olan; fintech'lerle bankacılık sistemlerinin ortak sinerji oluşturdukları ve perakende sektöründe örneklerini gördüğümüz platformlaşma yaygınlaşacaktır. Bankalar müşterilerine ihtiyaçlarına yönelik olarak etkileşimli geniş seçenekler sunarak hizmetlerini kişiselleştirme imkanı tanıyacaktır. Geleceğin bankaları; fintech ekosistemlerini, müşteri için iletişimde olduğu



tedarikçilerini yönetebilen yapılar olacak, müşterilerinin yaşam tarzlarına göre hizmetler oluşturarak, gelişen fintech sistemleriyle rekabet edeceklerdir.

Teknoloji, bankacılığı yeni aygıtlar ve uygulamalar sayesinde daha kişisel hale getirecek ve her zaman her yerde kullanılabilir kılacaktır. Yapay zekanın, makine öğrenmesi ve nesnelerin interneti başta olmak üzere birçok yeni nesil teknolojinin bir bütün olarak bankaların müşterilerle kurduğu ilişkiyi dönüştürmesi beklenmektedir. Tüketicilerin sesli ve kişisel asistanlar, yüz tanıma sistemi ve giyilebilir aygıtlar aracılığıyla bankalarla daha etkin bir etkileşime girmesi öngörülmektedir.

Dijital dönüşüm, bankalar için bulut, yapay zeka ve analiz gibi teknoloji fırsatlarını da ortaya çıkarmakta, daha kişiselleştirilmiş hizmetler sunulmasına ve daha aktif müşteri etkileşimine ulaşılmasına olanak tanımaktadır. Bankaların, müşteri deneyimini geliştirmeye yardımcı olan ek yenilikçi çözümleri hayata geçirebileceği tahmin edilmektedir. Yapay zeka özellikli sanal ATM'ler, sözsüz yapay zeka çözümü olan sanal avatarlar ve bilgisayar görüşü teknolojilerini kullanarak güvenlik risklerinin otomatik olarak algılanması gibi örnekler müşteri deneyimine yardımcı olacak araçlardan olacaktır. Görünmez hale gelecek bankaların, dijitalleşen günlük hayata tamamen entegre olacağı ve müşterilerin, kişisel dijital asistanlarıyla sürekli iletişim içinde olacağı düşünülmektedir.

KPMG raporunda Y kuşağı olarak adlandırılan 16-35 yaş grubunun teknolojiye gelişmelere daha çabuk ayak uydurabildiğine dikkat çekilmektedir. Y kuşağının yanında Baby Boomers olarak bilinen (52-70 yaş) grubunun da yeni ödeme araçlarının sadık kullanıcıları olduğuna vurgu yapılmaktadır. Bu nedenle teknoloji ile iç içe yaşayan Y kuşağının ve yeni ödeme araçlarını kullanan 'Baby Boomers' kuşağının taleplerinin ayrıntılı incelenmesi gerekmektedir. Temassız, QR tabanlı ve biyometrik ödemelerin hem kullanıcılar hem de düzenleyici kurumlar nezdinde kabulü her geçen gün artmaktadır.



Bugün sonuçlarını yavaş yavaş görmeye başladığımız blockchain teknolojilerinin yıkıcı ve değiştirici gücü, merkeziyetsiz finans olmak üzere bir çok konuda bankacılık ve finans dünyasında ağırlığını arttırarak hissettirecektir. Halka açık bir merkezi olmayan ağ üzerine kurulan açık finansal hizmetler için kullanılan "DeFi" kavramının önümüzdeki dönemde daha çok tartışılması beklenmektedir.

Dijital bankacılık faaliyetleri ve dijital para ile ilgili çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Her sektörü yakından ilgilendiren bankacılık sektöründeki değişim ve gelişim, tüm meslek gruplarını yakından etkileyecek olup, sektördeki gelişmelerin yakından izlenmesi ve yeni finansal araçların hayata geçirilmesi firmalar için kazanç olacaktır.

Bankacılık ve finans sektörü, diğer sektörlerle öncü olan, finansal yenilikleri odağına alan, yenilikleri ilk uygulayan sektörlerin başında gelmiştir. ATM, POS, internet bankacılığı gibi bir çok dijital hizmet reel sektörün ufkunu açmış, teknolojiye uyumunu kolaylaştırmıştır.

Yakın gelecekte de bankacılık sektörünün dijitalleşme hamlesi ile diğer sektörlerle örnek olması beklenmektedir.

BAŞARILARIYLA İLHAM
VEREN YÖNETİCİ:

ÖMER BARBAROS YİŞ

**Yılın E-ticareti en
iyi kullanan
markası**

**LC Waikiki'nin
E-Ticaret Genel
Müdürü Ömer
Barbaros Yiş ile**

**kariyer hayatından
ve e-ticaretin
geleceği hakkında
konuştuğumuz
keyifli bir röportaj
gerçekleştirdik.**

**Ankara Atatürk Anadolu Lisesi ve
Koç Üniversitesi'nde eğitim
almışsınız. Bu eğitimlerin size
sağladığı faydalar ne oldu?**

Aldığım eğitim özellikle pazarlamanın analitik tarafındaki işlerde bana çok yardımcı oldu. Ekonomi bilimi çok sistemsel düşünmeyi gerektiren bir disiplin ve hep gelecekte gitmek istediğiniz noktayı hayal ederek, planlı adımlarla yürümeyi gerektiriyor.



Kafa dağınıklığına asla izin yok diyebilirim. Bunun faydasını çok gördüm. Planlarımı çok az hatayla, kısa zamanda hayata geçirebilecek çalışma disiplini bana hızlı olma konusunda çok avantaj sağladı. Aynı zamanda işletme bölümünden de lisan tarafında mezun olduğum için, ağırlıklı proje bazlı takım çalışmalarıyla geçen eğitim hayatım, yaptıklarımı etkili anlatma konusunda bana çok yardımcı oldu diyebilirim.

Kariyer serüveninize baktığımızda uzunca süre önemli telekom firmalarında çalışmışsınız. Haziran 2020 den itibaren de LC Waikiki de çalışmaya başlamışsınız. Telekom sektöründen hazır giyim parakende sektörüne geçişte hiç zorlandınız mı ? Zorlandıysanız bu zorlukların üzerinden nasıl geldiniz ?

Zorlanmaz olur muyum, hem de fazlasıyla zorlandım. Uzunca yıllar dünyanın dört bir köşesinde bulunan telekomünikasyon şirketlerinde çalıştım.

Suudi Telekomdan tutun da Zain Grup, Ooredoo, TIGO, Afrikada Telkom, Vodafone Grup... Konfor alanımdaydım ve yaptığım iş bana çok kolay geliyordu. Şimdi hazır giyim sektörü benim için çok yeni bir başlangıç oldu. Hazır giyim sektörüne girdiğimde her şey yeniydi benim için başta kavramlar olmak üzere. Başta çok zorlandım ama bu zorluk bende yeniden öğrenme duygusunu harekete geçirdi. Baştan bir şeyler öğrenmeyi, kendimi geliştirmeyi çok özlediğimi farkettim. Özellikle her kademedeki çalıştım. Her aşamanın içinde olmamdan kaynaklı, hem adaptasyonum hem de öğrenme sürecim hızlı oldu. Önce bebek grubunda, sonrasında kadın giyim grubunda çalıştım ve buradaki arkadaşlarım da bana her konuda yardımcı oldular. Herkesten çok şey öğrendim, ben de kendi pazarlama tecrübemden onlara destek olmaya çalıştım.



Ömer Barbaros Yiş

LC Waikiki E-Ticaret Genel Müdürü

**"E-ticaretin payı
artarak devam
edecek ve daha da
gelişecek."**

1946-1963 yılları arasında doğan Baby Boomers bile internetten alışveriş yapmayı öğrendi ve çok memnun. Benim annem de "İnternette daha fazla çeşit varmış ben buradan bakayım." diyor ve her bize geldiğinde e-ticaretin başına oturuyoruz. Bu bağlamda e-ticaret payını katlayarak arttırmaya devam edeceğiz.

İlla sektörün inceliklerini en aştan bilmeniz gerekmiyor, neticede yöneticilik kısmı da farklı yetkinlikler gerektiriyor. Çok büyük organizasyonlarda yöneticilik yaptığım için takım olabilme, takım halinde çalışabilme, motivasyon ve takım kültürü konularında da arkadaşlarıma yardımcı olmaya çalıştım. Zor oldu ama benim için ama bir o kadar da keyifliydi.

Pandemi ile birlikte e-ticaret fazlasıyla adından söz ettirdi. Siz bundan sonrası için e-ticaretin geleceği hakkında ne düşünüyorsunuz ?

Her şirketin e-ticaret iş kolu vardı ama pandemiden sonra iyice önemi arttı. Çünkü sokağa çıkma kısıtlamaları, mağazaların kapanması sonrası başka satış kanalı kalmayınca çoğu insan firmaların e-ticaret sitelerini ve uygulamalarını daha çok kullanmaya başladı. Çok kısa bir zaman içerisinde satış rakamlar üç-dört katına çıktı. Pandemiyle beraber bu alanda çok büyük bir ivmelenme gördük. Her şeyin ötesinde insanlar online alışverişi sevdi ve benimsediler de; çünkü e-ticaret alışverişi çok rahat ve en önemlisi zaman tasarrufu sağlıyor. Oturduğunuz yerden alışverişinizi yapabiliyorsunuz, kargo süreçleri çok hızlandı, iade süreçleri çok daha rahat. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte platformlar da geliyor. E-ticaretin payı artarak devam edecek ve daha da gelişecek. Şuan da metaverse ve NFT'ler konuşuluyor. Metaverse zaten tamamen bir e-dünya. Özellikle gençler, sizler zaten mobil yaşıyorsunuz.



LC Waikiki en son Webrazzi ödülleri kapsamında 2020 yılında Yılın E-ticareti En İyi Kullanan Markası kategorisinde birinci seçildi. Firmanın takip ettiği bir stratejisi var mı ve bu başarısını nasıl yorumluyorsunuz ?

Bizim tek derdimiz müşterimizin mutlu olması. Benim için hiçbir ödül önemli değil. Biz müşterimizin kalbinde yer edebiliyorsak, bizden alışveriş yapıyorsa ve en önemlisi bizden alışveriş yaptığında mutluyorsa bu benim için en büyük ödüldür. Sizin buradaki bir gülümsemeniz, bir teşekkürünüz o ödüllerin hepsinden daha değerli benim için. Stratejimize de gelirsek kısaca ben 4K+1H diyorum. Kolay,Keyifli Alışveriş, Kaliteli Ürünler, Kişiselleştirilmiş Kampanyalar ve Kurgular ile sizleri buluşturabilmek ve bunu yaparken de Hızlı bir şekilde yapmak. Alışverişinizi hızlı yapabilmeniz, kargonuzun hızlı ulaşması ve iadenizi hızlı yapabilmeniz. Zaman en önemli kavramlardan, günümüzde paradan bile daha değerli.

En büyük amacımız, bu zamanın içerisinde sizi çok yormadan, rahatlıkla alışverişinizi yapıp mutlu bir şekilde müşterimiz olarak bizimle kalmaya devam etmeniz. LC Waikiki de tüm toplantılarımız ilk olarak müşteri şikayetlerini inceleyerek başlıyor. Şikayetleri okuyoruz ve müşterilerimizin neler hissettiğini bizlerde hissetmeye çalışıyoruz. Tek bir müşteri şikayeti kalmayana kadar mücadelemiz devam edecek. Bizim maç 90 dakika değil, enerjimiz ve ömrümüz elverdiğince sonsuza kadar gidecek.

"Stratejimiz

4K+1H"



LC Waikiki son zamanlarda yaptığı e-ticaret kampanyaları ile dikkatleri üzerine çekmeyi başarıyor. Bunun en büyük örneği de kargo kutularının oyuncığa dönüşme projesi. Bize biraz bu projenin detaylarından ve amaçlarından bahsedebilir misiniz ?

Ben de babayım. Hep söylüyorum da, en büyük ünvan benim için babalık. Geçen çalışanlarımızdan biri mesaj attı bana. Kargo kutusunu evde çocuğumla oyuncığa çevirdik ve fazlasıyla eğleniyoruz diye. Bu mesajdan sonra ben de oturup düşündüm, normalde teşekkür edersiniz ve devam edersiniz. Ama ben bu fikirlere her zaman değer veriyorum. Ben de 2 çocuk babası olarak çok yarıdan biliyorum, oyun çocukların olmazsa olmazı. Bizler nasıl 7/24 çalışıyorsak, onlar da 7/24 oyun oynuyorlar.

Ebeveynler açısından da oyuncaklar sürekli bir masraf oluşturuyor. Bizler bu bağlamda düşündük ki eğer kargo kutularını oyuncığa çevirirsek, hem anne babaları büyük bir yükten kurtarırız, hem çocuklar mutlu olur, hem de bu kargo kutularının hayat döngüleri uzar ve dünyanın sürdürülebilirliğine katkımız olmuş olur. İlk olarak kız çocuklarımız için bebekler tasarladık kesip giydirebildikleri. Erkek çocukları için de otopark yaptık. Şu an sağlık testlerinden geçiyorlar. Şimdi 23 Nisan için de bir projemiz var. Sonrasında da Ramazan ayı için de kargo kutularını Hacivat ve Karagöz sahnesine çevirme projemiz var. Bunların yanı sıra kedi yuvası yapıyoruz aynı zamanda. Bunları yaparken de bir o kadar mutlu olduk.

Deneyimlerinizden yola çıkarak e-ticaret sektörüne dışarıdan baktığınızda bu alanda değiştirmek istediğiniz neler var ?

Keşke elimde sihirli değnek olsa da müşterimizin zorlandığı yerlere dokunsam ve hepsi kayboldu. Uygulamamızın 7/24 sorunsuz çalışması lazım, aynı şekilde sitemizin de. Hiçbir hata mesajı görmememiz lazım. Umarım ki bu sorunlar bir an önce hayatımızdan çıkarlar. İkincisi kargo gittiğinde müşterimizin evde bulunamaması, yanlış adrese kargo gönderimi ve yanlış kargo gönderimi. Kargoya kavuşma anı bir mutluluk anıdır. İşte bu mutluluktan kimseyi mahrum etmemek lazım. Bu aşamalardaki sorunları bir an önce halletmek istiyoruz. Son olarak da, Türkiye'nin e-ticaret sektöründe öncü olmasını istiyorum.

İlklerin Türkiye'den çıkmasını arzu ediyorum. Dünyaya örnek olacak işler yapalım. Örneğin; kargo kutusu projesini duyurduktan sonra hemen Hollanda'dan aradılar nasıl yaptınız diye. Bunun gibi daha nice projede dünyaya öncülük edelim.

"En büyük ünvan benim için babalık."



ÖNÜMDE YAZ TARZIM DA LC Waikiki

Bir Genel Müdür olarak gözlemlerinizi sonucunda Z kuşağını iş dünyasına katıldığında neler bekliyor ? Biz gençlere ne gibi tavsiyelerde bulunmak istersiniz ?

Sunumlarımı bitirdiğim klasik bir bitirişim vardır, burayı o şekilde cevaplamak isterim çünkü benim için iş hayatının özeti bu sözler.

1-Yola çıkın yol size gözüktür (Hz. Mevlana)

İlk olarak bir işe koyulmanız lazım. Oturduğumuz yerden hiçbir şey olmuyor. Bu sebeple bir yola çıkmak o yolda doğru hareketleri yapmak lazım.

2-Kader gayrete aşıktır.

Gayret olmadan kader bu deyip oturamazsınız. Çok çalışmak lazım, çaba göstermek lazım. Bunları gösterdiğiniz zaman zaten karşılığını alıyor olacaksınız. Bana diyorlardı: “Genç yaşta büyük önemli yerlerde nasıl yöneticilik yaptınız ?” Cevap çok basit: Hep çok daha fazla çalıştım. Beklemedim bir şeyler kendiliğinden olsun diye, sürekli denedim kendi başıma.

Bunları yaparken bir sürü hatalarım da oldu, fakat bu hatalarımdan ders alarak diğer adımlarımı hep daha sağlam attım.

3-Olmuş olan olacaklar arasından en hayırlı olanıdır.

Çabayı gösterdin çalıştın, gerekli planı yaptın ve yola da çıktın ama bunlara rağmen olmamışsa bir şey takılıp kalmamak lazım. Neyi eksik yaptığını düşünürken yola devam etmelisin. Bu duruma iş hayatında kısaca dayanıklılık diyorlar. Eğer düşüp kalırsanız, birisi sizi geçer.

4-Bir insanın ulaşabileceği en önemli mertebe güvenilir olmaktır. (Doğan Cücenoglu)

Güven iş hayatında olmazsa olmazlardandır.

5-İyilik ve samimiyet.

Çalıştığımız yerde başkalarına nasıl iyilikle dokunabiliriz bunun yollarını aramalıyız.

Önümde Hayat **TARZIM DA** LC Waikiki



Yaşamınız boyunca size rehber olmuş bir söz var mı ? Nasıl bir söz ile röportajımızı sonlandırmak ve bugünü anlamlandırmak istersiniz ?

**"KADER
• GAYRETE
AŞIKTIR."**



**HER BOYUT
VE
HER RENK
KAPAKLARI
BİZLER İÇİN
TOPLAYABİLİRSİNİZ.**



**TÜRKİYE
OMURILIK
FELÇLİLERİ
DERNEĞİ**

LİDER OLABİLMEK

SİNEM KUT BALABAN

Kariyer & Öğrenci Gelişim Koçu

Acar BALTAŞ, Bir Yolculuk Olarak Liderlik adlı kitabında narsist kişilik özelliklerini şöyle sıralıyor;

- Kendini mükemmel görmek,
- Kendinden başkasını düşünmemek ve davranışlarının başkalarına olan etkileriyle ilgilenmemek,
- Bütün başarıyı kendine mal etmek, başarısızlık durumunda sorumluluğu başkasına yüklemek,
- Olayları bütünüyle kontrol etme isteği,
- Eleştiriye aşırı duyarlılık, aşırı tepki ve öfke,
- Her konuda haklı olduğuna inanmak,
- Başkalarını önemsememek, ve
- Davranışlarının uzun dönemli sonuçlarıyla ilgilenmemek.



Yani ben, ben ve yine illaki ben..

Son zamanlarda özellikle iyi bir liderin özellikleri arasında duygusal zekadan bahsedilirken ve yine aksine yukarıda hükmü geçen bu özelliklere sahip pek çok 'lider' ile de sıklıkla karşı karşıya kalıyorken belki bu sayımızda lider özelliklerinden söz ederiz diye düşündüm.

İyi bir lider nasıl olunur? Lider mi doğulur yoksa liderlik öğrenilen bir vasıf mı?

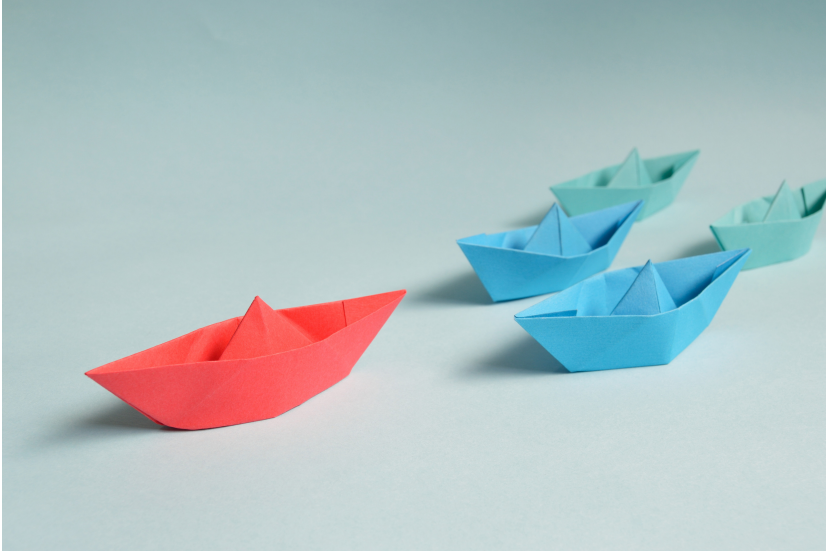
Liderliğin olmazsa olmaz değerleriyle doğanlar olduğu gibi -ki bunun örneğini de tarihte sıklıkla görmüştüzdür- liderlik vasıfları geliştirilebilir, parlatılabilir. Liderlik madem geliştirilebilir bir vasıf, o halde nasıl iyi bir lider olunmaz tarafından bakacak olursak; yukarıda sıraladığım -ben- merkezinde kalmakta ısrarcı olabilirsiniz diye düşünmekteyim.

Peki liderliğı tam da üzerimize doğru bir kalıpla oturtacağımız, özel dikim bir ceket gibi düşünecek olursak nedir iyi bir liderin kendine katacağı özellikler dediğimizde; iletişim yeteneğı, bir liderin altın anahtaradır diyebilir miyiz? Doğru ve etkili iletişim kurabilmek için aynı zamanda iyi bir dinleyici de olmak gerekir.



Esneklik özelliğı, değışen ve dönüşen koşullara uyum sağlayabilmek ve ekiple sürdürülebilir bir ilişki geliştirmek adına yine değerli bir katma değerdir. Birlikte çalıştığı kişiler arasında yani ekip içerisinde bir potansiyel avcısı olabilmek de iyi liderlik vasıflarından birisidir. Güçlü liderlik yetisine sahip yöneticiler kimin hangi yeteneklere sahip olduğu ve bu yetenekleri nerelerde kullanabileceğini öngörebilir.

Güçlü bir liderden söz ediyorsak yetki devrinden de konuşmadan olmaz diye düşünmekteyim. İyi bir lider takım oyuncularına sadakat ve bağlılığı da güçlendirmek adına güvenle yetki devredebilmeli ve sorumluluk verebilmelidir. Sağlam motivasyona sahip bir liderin bu özelliğı bulaşıcıdır. Dolayısıyla koşulların sertliğine aldırmandan motivasyonunu koruyabilen lider vasıflı yöneticilerin yönettikleri ekip de doğru orantılı olarak motive çalışacaktır.



Özgün bir kişiliğı sahip olmak yani kendi olabilmek ve kendini doğru tanımak da güçlü bir lider özelliğıdir. Güçlü ve zayıf yönlerinin farkında kendine has liderlik vasıflarıyla hareket eden ve kendini cesaretle ifade edebilen yöneticilerin bu özellikleri onları başarılı bir lider yapacaktır.

Tabii ki tüm bu özelliklerin ötesinde güvenilir olmak, vizyon sahibi olabilmek, yaratıcılık ve geri bildirim verebilmek gibi özellikler de güçlü lider kimliğı için diğerk akla gelenler olmalıdır.

Dolayısıyla liderlik aslında herkes için farklı kavramlar ifade edebilmektedir. Fakat özellikle son zamanlarda gündemde olan haliyle ifade edecek olursam bütünsel açıdan baktığımızda, gemisini önceden belirlediğı rota üzerinde dengede ilerleten, aynı zamanda yolun ve yolculuğun keyfini tayfasıyla birlikte çıkartabilen yani süreci sahiplenen her yönetici aynı zamanda güçlü bir liderdir.

O halde rota belliyse ve yoldaysak iyi bir lider olabilmek için yolculuğı tüm gücümüzle inanmalıyız.

DÜNYA'NIN EN ETKİLİ 100
KADIN FÜTÜRİSTİ
ARASINDAKİ TEK TÜRK:

UFUK TARHAN

DİJİTAL ÇAĞDA T-İNSAN OLMAK

Yazı: **UFUK TARHAN** Fütürist, Ekonomist, Dijital Ajans Başkanı, Yazar

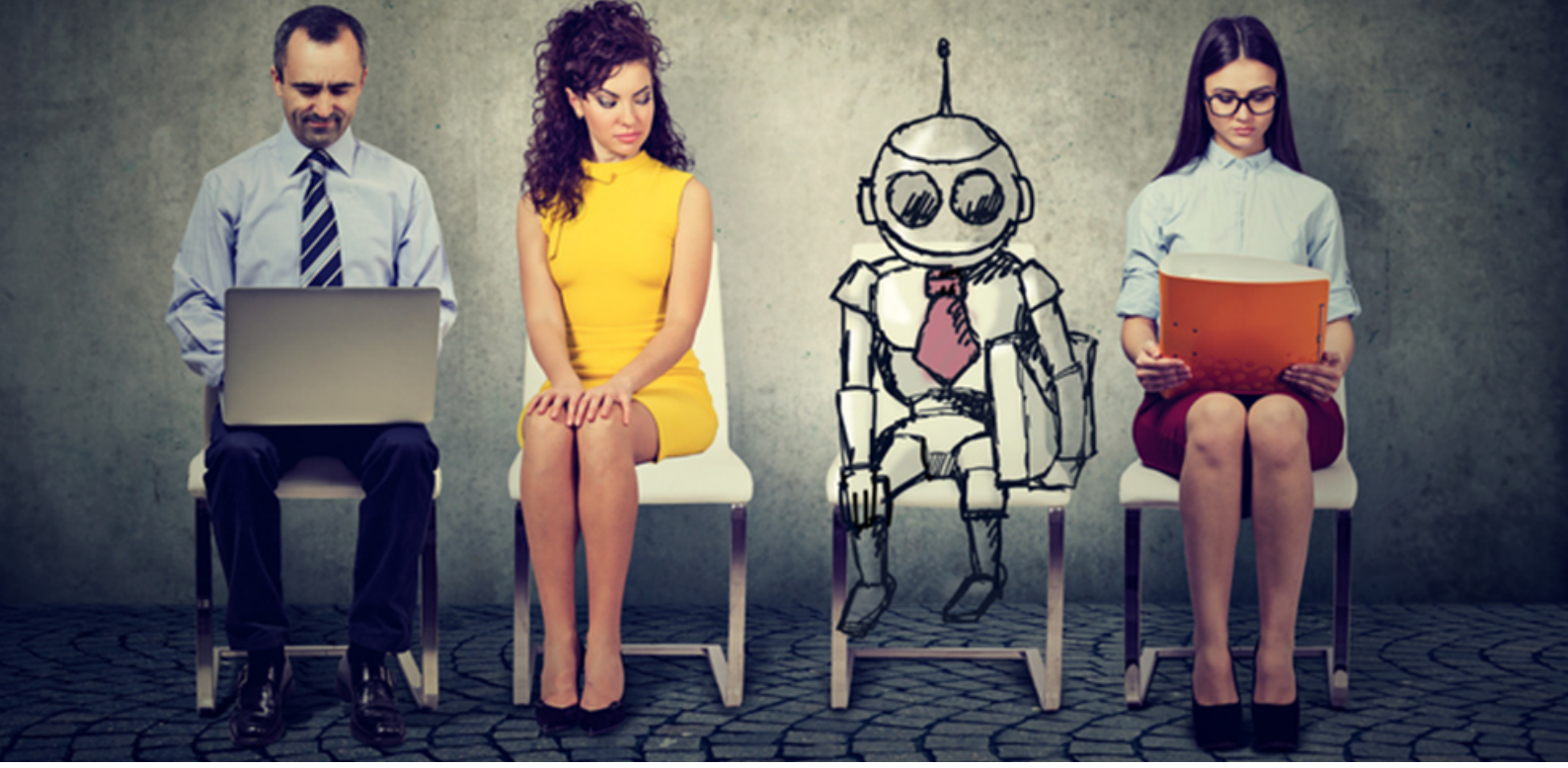


Dijital Çağ ne demek ?

Dijital Çağ, en yalın anlatım ile soyut, somut, canlı, cansız varlık ve unsurların, iş süreçlerinin ve hatta yaşamsal faaliyetlerin çoğunluğunun veri haline geldiği, dijitlerle ifade edildiği, dijitlere dönüştüğü, insanlarla yapay zekâ, robot ve otonom araçların birlikte çalıştığı, halen içinde ilerlemekte olduğumuz çağ olarak ifade edilebilir.

Bu gelişmeler nedeniyle iş yapış ve yaşam biçimlerimizle ihtiyaçlarımız da sürekli farklılaşıyor. Farklılaşmaya da devam edecek. O yüzden, Dijital Çağ'da çalışmak isteyen iş insanlarının yetkinliklerinin bu gelişmelere uygun şekilde değişip, dönüşmesi, gelişmesi, daha doğrusu bir anlamda insanların da versiyon yükseltmesi gerekiyor. Peki nasıl?

Gelecek Planlaması yaparak ve T-İnsan'laşarak...



T-İnsan ne demek? Nasıl T-İnsan olunur?

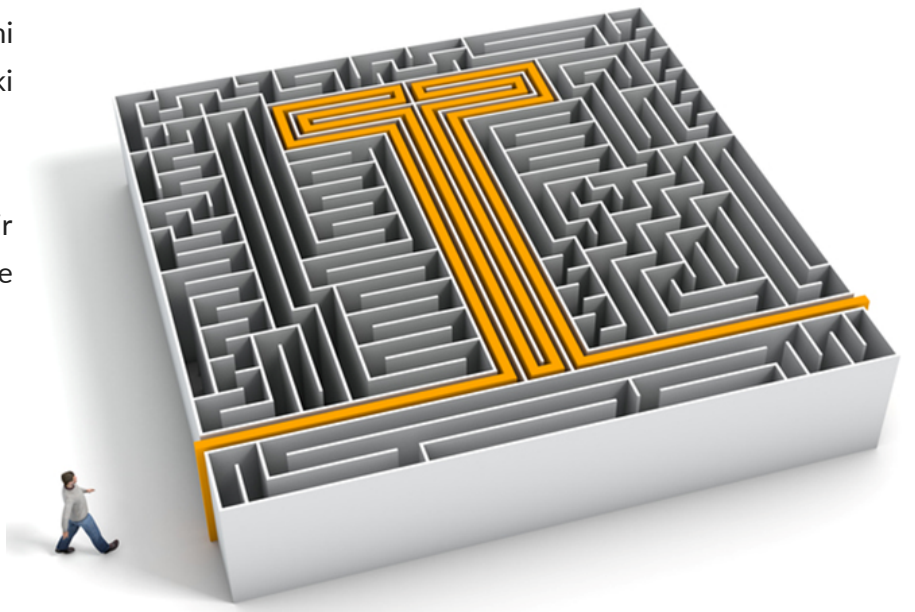
Dijital Çağda, hangi yaşta, hangi konumda, hangi alanda olursa olsun sürdürülebilir ve başarılı bir işim olsun diyen, isteyen ya da buna zorunlu olan insanlar mutlaka Fütürist bakış açısına sahip olmalı, Gelecek Planlaması yapmalı ve T-İnsan'laşmalıdır.

T-İnsan, geleceğin başarılı iş insanı için "altın oran" diyebileceğimiz, Ufuk Tarhan tarafından kurgulanan, geliştirilen ve yüksek lisans tezi ile akademik literatüre de kazandırılan kişisel bir dönüşüm, gelişim modelidir. Geleceğin iş dünyasında çalışacak yeniçağ insanının alması gereken formasyonu özetleyen bir referans, bir kişisel gelişim şablonudur.

T'nin dik bacağı; bir şeyin her şeyini (dikey öğrenme, bilme, paylaşma ki mesela bende bu "gelecek")

T'nin yatay bacağı da her şeyin bir şeyini (yatay öğrenme, bilme ve paylaşma) olarak kullanıyorum.

**"T" aynı zamanda;
içinde üç adet daha
T barındırıyor.**





3T ile başlayan üç önemli özelliğe, yani “**Tasarımcı, Takım Oyuncusu, Teknolojik insan**” olma gerekliliğine gönderme yapıyor.

T'ler kendilerini HOK ile (Hibridleşerek Otodidakt öğrenme ve Kürasyonla) geliştirip, 5Y'leniyorlar Yeteneklerini Yetkinliğe dönüştürüp Yetkili ve sorumlu, Yaratıcı ve Yenilikçi oluyorlar.

T-İnsan olma formülü = (3T x HOK) + 5Y şeklinde sembolize ediliyor.

Kendimden örnek vereyim; Ben nasıl T-İnsan oldum?

ODTÜ Ekonomiden mezun olduktan sonra 20 yıl kadar bilişim sektöründe üst düzey profesyonel yönetici olarak çalıştım. 2003 yılında ise Fütürist danışman, eğitmen, seminer veren, kitap yazan biri olmaya karar verdim. Yani kendi işimi kuracaktım, girişimci olacaktım ve alanım da “Fütürizm-Gelecekçilik” olacaktı. Kişi ve kurumlara “Gelecek Planlaması” yapmayı öğretecektim. Ancak o yıllarda boşanmış ve tek başına bir kız çocuk büyütmek zorunda olan bir kadındım. Ne doğru dürüst birikmiş param ne de maaşımı riske atabilecek bir dayanağım vardı. Ve bana zaman lazımdı. O yüzden 2003-2006 arası çoğunlukla sabaha karşı 03:30'da kalkarak, 07:00'ye kadar “gelecekteki yeni ben'i” hazırlamak için internetten ve okuyarak, bayağı ders çalışarak gelecekçilik çalışmaları yapmaya başladım. Sonra da kızımı okula kendimi de işe götürüyordum.





Yani “hibrid” modda yaşıyordum. Gündüz konvansiyonel işimi yapıp, maaş almaya devam ediyordum. Sabaha karşı da gelecek için çalışıyordum. Kendimi hibrid arabalara benzettiğim için bu tabiri kullanmaya başladım. Sonra çok yaygınlaştı tabii. Ayrıca fırsat bulduğum her tatilimde de Fütürizm, gelecek planlaması workshoplarına gidiyordum. Bu tempoya dayanabilmem ancak ve ancak hayatımda çok sıkı bir kürasyon (seçme, eleme, dizayn) yaptığım için mümkün olabiliyordu. Yani gereksiz hiç bir kimseyi, hiç bir konuyu ya da uğraşı hayatıma almıyor, en ufak fazlalığı dahi eliyordum. Tam bir kamptaydım. Kızıma, işime ve kendime ancak böyle yetebiliyordum. Ve yeni işim, yeni kariyerim, yeni hayatım için öğrenmem gereken her şeyi “otodidakt” yöntemle kendi kendime öğreniyor, yetkinliğimi değiştiriyor ve geliştiriyordum. 3 yıl sonra, 2006’da tamam artık bir yerden başlamam lazım dedim ve kendi şirketimi M-GEN’i kurdum; sahaya çıktım.

Çok çalıştım ve 5Y’lendim. Artık tam bir T-İnsan’ım. Geleceğim her şeyini bilmeye çalışırken her sektörün, alanın, konunun da geleceğe dair bir şeylerini bilmeye çalışıyorum. Bunu 3T ile (Teknoloji, Tasarım, Takım Oyuncusu) ve HOK (Hibrid, Otodidakt ve Küratör) sayesinde sürekli geliştiriyorum o zaman da 5Y’leniyorum. Bu şu demek; kendi alanımda (Fütürizm, Gelecekçilik), Yetkinliğimi 3T+HOK ile sürekli geliştirip Yetkin oluyorum ve bu beni Yetkili kılıyor. Bu sorumluluk daima Yaratıcı olmamı sağlıyor ve tabii ki Yenilikçi oluyorum, zamanın ruhunu yakalayabiliyorum. İş hayatında talep gören, fayda üretebilen bir “çalışan” olmaya yani “sürdürülebilir bir işim olmasını” sağlamaya devam edebiliyorum.

"Gereksiz hiç bir kimseyi, hiç bir konuyu ya da uğraşı hayatıma almıyor, en ufak fazlalığı dahi eliyordum. "

Gelecekte hangi meslekler yok olacak?

Hangi meslekler önem kazanacak?



İnsan ya da bir takım canlıların fiziksel olarak mutlaka bulunması ve/veya sabit bir yerden, belirli zamanlarda yapılması gereken; rutin ve tekrarlayan hemen hemen tüm işler yok olmayacak ancak yapay zekâ ve robotlar tarafından yapılacak.

Burada bir şeyi düzeltmek istiyorum. Meslekler aslında yok olmayacak. Aksine milyonlarca mikro, yeni meslek türeyecek ve

yapılışları, kullanılan araçlar, karşılayacakları ihtiyaçlar değişecek ve çeşitlenecek. O yüzden mesleklere değil, alanlara ve becerilere, yetkinliklere odaklanmamız gerekiyor.

Yani bu tip sorular, sorgulamalar; **“Hangi beceriler, yetkinlikler ve alanlar önem kazanacak, hangi ihtiyaçlar oluşacak, neler gerekli olacak, yükselecek?”** şeklinde olmalı.

Bunun yanıtı için de **“Geleceğin Mesleklerini Bulmak için Fütüristik Formül”** diye interaktif bir sayfa yaptım. Linki ve QR kodu burada; <https://www.ufuktarhan.com/gelecegin-meslekleri>

Lütfen okuyucularımız oradan baksınlar ve birkaç deneme yapsınlar. Binlerce meslek kombinasyonu oluşturabilecekler.

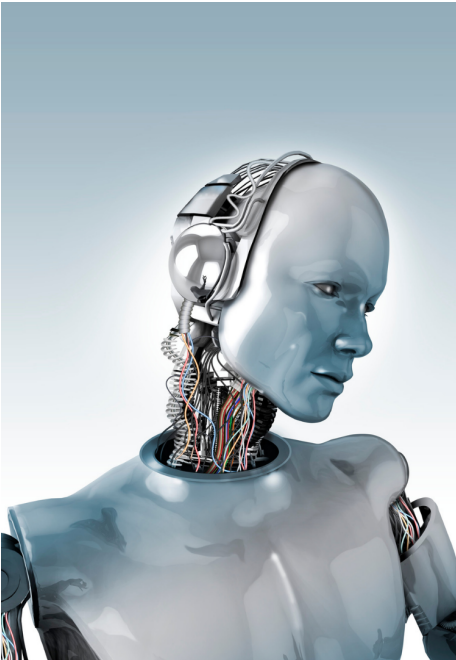


Meslekler aslında yok olmayacak. Aksine milyonlarca mikro, yeni meslek türeyecek ve yapılışları, kullanılan araçlar, karşılayacakları ihtiyaçlar değişecek ve çeşitlenecek.



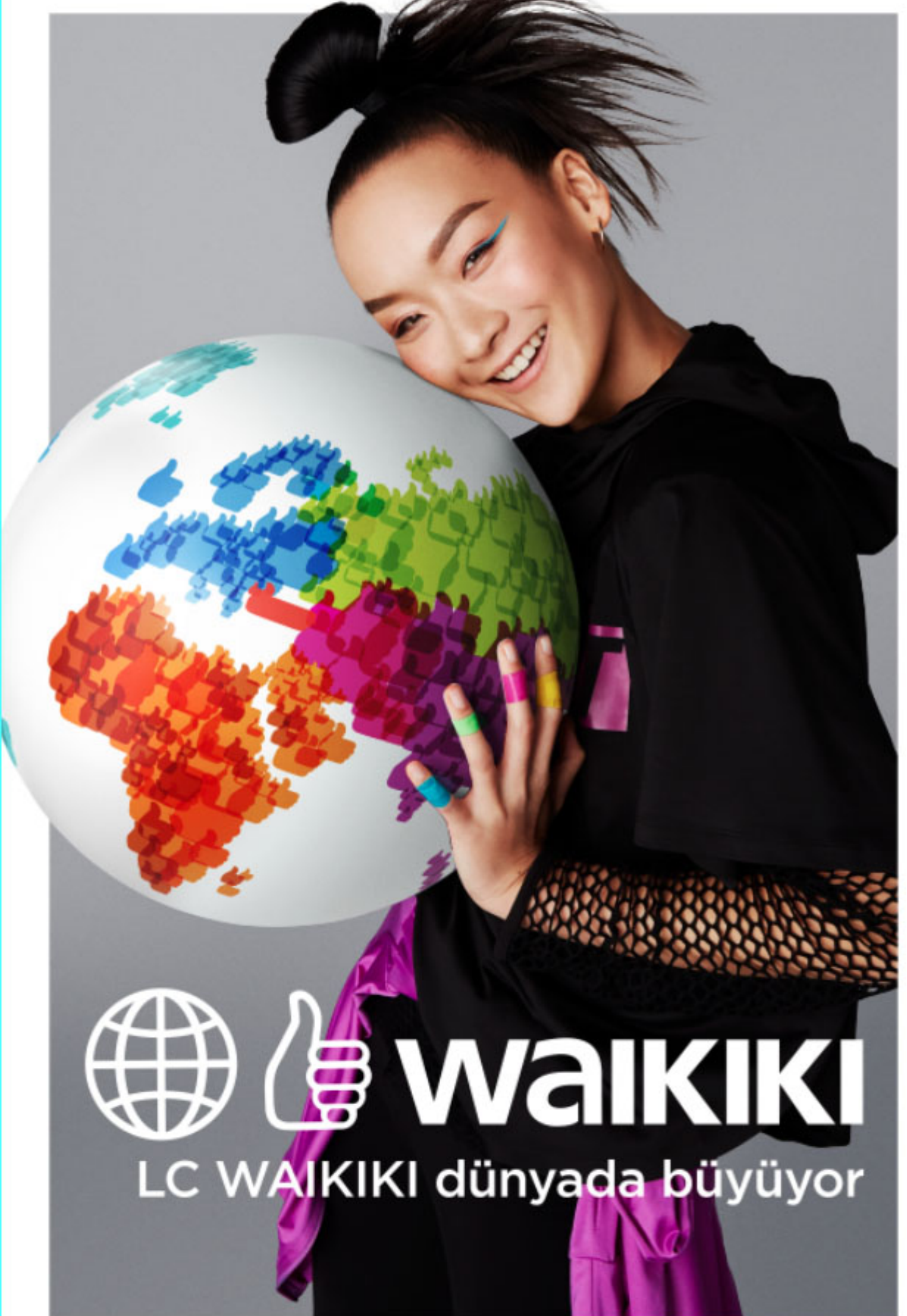
Geleceğin yükselecek alanları, konuları da hiç kuşku yok ki şunlar olacak;

Dijitalleşme, robotlar, yapay zeka, blockchain, kripto para, merkeziyetsiz finans ve yönetim sistemleri, 5G ve hiper internet ile ortaya çıkacak gelişmeler, yenilenebilir enerjiye geçiş, dikey tarım ile yeni bir tarım devrimi yaşanması, laboratuvar gıdaları, 3 Boyutlu teknolojiler, drone'lar ve uçan araçlar, insansız cihazlar ile otonom sistemler, yapay organlar, artırılmış/sanal gerçeklik uygulamaları, hologramlar, kuantum bilgisayarlar, siber güvenlik, uzayın keşfi, mars'ta kolonileşme çabaları, Ay'a insanlı ve robotlu yolculuk denemeleri, genetik ve nano teknolojilerdeki kesintisiz icatlar, siber savaşlar, insanlığın dönüşümü (teknolojik transhümanizm) ...



Bunun dışında da **GIG Ekonomisi** yani “geçici, freelance” iş alanları ve bu model çok gelişecek.

#YarınınıİşiniYarınaBırakma
#GelecekGüzelGelecek



waikiki

LC WAIKIKI dünyada büyüyor

FUTURE OF WORK: GELECEĞİN İŞ DÜNYASINDA BAŞARI KRİTERLERİ

Yazı: Doç. Dr. DİCLE YURDAKUL Akademisyen, WE.Q. Kurucu &Yönetici Ortak



Son yılların en önemli ve popüler konularından biri, yeni nesil teknolojilerin etkisi altında geleceğin iş dünyasının nasıl şekilleneceğini ve bu dünyada bireylere nasıl bir rol düşeceğini araştıran “Future of Work” alanı... Teknolojik kırılımın etkisinde geleceğin belirsizliğini nispeten ortadan kaldırmak üzere kurguladığımız geleneksel tahminleme modelleri artık işlevini yerine getiremiyor. Bu türbülanslı dünyada karşımıza sürekli olarak yeni ve tahminlenemeyen değişkenler çıkıyor ve mevcut değişkenlerin rolleri ve önemleri değişiyor. Bu ortamda bireysel ve kurumsal boyutta geleceğimizi nasıl şekillendirmeliyiz? Kendimizi nasıl konumlandırmalıyız?

**Geleceğin türbülanslı ve belirsizliklerle dolu
dünyasında nasıl ayakta kalır,
hedeflerimize nasıl ulaşırız?**



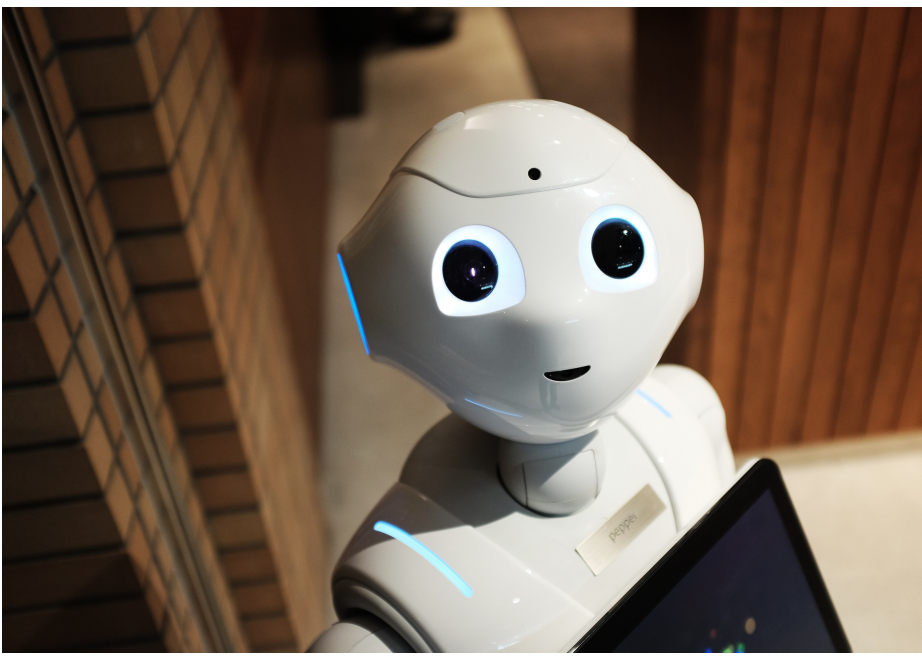
Bu soruların cevaplarını bulmak üzere küresel ölçekte yapılan pek çok araştırma olmasına karşın, Türkiye özelinde kapsamlı ve sistematik olarak yapılan araştırmalara rastlayamıyoruz. Bu çok önemli açıktan yola çıkarak 2020 yılında WE.Q. Consulting olarak Türkiye'nin ilk Future of Work araştırmasını gerçekleştirdik. 20 farklı sektörde faaliyet gösteren 563 şirkete ulaşarak, geleceğin Türkiye'sinde ihtiyaç duyulacak teknolojileri, becerileri ve bu dönüşümü sağlamak üzere uygulanması gereken stratejileri ortaya koymayı hedefledik.

Ankete katılan şirketlerin 2025 yılına kadar iş süreçlerine entegre etmeyi planladıkları ilk 10 teknoloji arasında ilk sıraları büyük veri analitiği, bulut bilişim, özellikle nano teknolojiyle hayatımıza giren yeni materyallerin kullanımı, makine öğrenmesi ve şifreleme ve siber güvenlik gibi teknolojiler alıyor. Blokzincir ve biyoteknoloji gibi derin kırılımlar yaratması beklenen teknolojiler ise şu anda listenin alt sıralarında. Bu bulgu küresel araştırmaların sonuçlarıyla örtüşüyor. Ancak listenin alt sıralarında yer alan bu

teknolojilerin de, hızla ilerleyen ticarileşme süreçleri sonrasında önceliklendirilen teknolojiler arasında basamakları hızla tırmanacaklarını rahatlıkla söyleyebiliriz.

Geleceğin iş dünyasına ilişkin araştırmaların en can alıcı noktalarından bir diğeri de elbette gelecekte ihtiyaç duyulacak beceri setlerinin tespiti. Yeni nesil becerilerin işgücüne kazandırılması ve yetkinlik yönetimine ilişkin strateji ve sistemlerin geliştirilmesi, şirketlerin ve ülkelerin rekabetçi gücünü belirleyecek ana unsurlardan biri.

Çalışmaya katılan yöneticilerin 2025 yılına kadar yükselişte olacağını düşündükleri öncelikli beceriler arasında teknik becerilerin yanı sıra, esneklik, öğrenmeye açık olma, eleştirel düşünme, öz kontrol ve yönetim becerileri gibi sosyal beceriler de ön plana çıkıyor. Geçtiğimiz yıl büyük zorluklarla adapte olduğumuz pandemi hayatında şirketlerin geliştirdikleri en önemli farkındalıklardan biri de beşeri sermayeye yapılan yatırımların önemi oldu. Araştırma bulguları da bu farkındalık artışı ile paralellik gösteriyor.



Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından yayımlanan Ekim 2020 tarihli araştırma raporuna göre, şirketler, önümüzdeki 6 aylık periyotta çalışanlarının en az %40'ının yeniden beceri geliştirmeye (reskilling) ihtiyaç duyacağını düşünüyorlar. 2018 yılında yöneticilerin %65'i yeni beceriler kazanmanın çalışanlar için bir zorunluluk olduğunu düşünürken, 2020 yılında bu oran %95'e çıkmış durumda.

Öte yandan şirketler, 2025 yılına kadar çalışanlarının %70'ine yeniden beceri kazandırma ve beceri geliştirme eğitimleri vermeyi planladıklarını belirtiyorlar. Beşeri sermayeye verilen önemi gösteren bir diğer gelişme ise, şirketlerin teknolojik dönüşüm nedeniyle işini kaybedecek olan çalışanlarının yaklaşık %50'sini, farklı rollerde değerlendirmeye yöneleceklerini ifade etmeleri. Bu küresel araştırmaların bulgularıyla örtüşen bir biçimde, araştırmamıza katılan şirketlerin %72'si 2025 yılına kadar çalışanlarının tümüne yeniden beceri kazandırma (re-skilling) ve beceri geliştirme (up-skilling) eğitimleri vermeyi planladıklarını belirtiyorlar. Öte yandan, bir diğer dikkat çekici konu da cevaplayıcıların %75'inin beceri kazanma konusunda bireyin rolünün şirketlerin rolüne kıyasla daha ağırlıkta olduğunu ifade etmeleri. Bu noktadan hareketle yeni nesil becerilerin kazanılması ve geliştirilmesinde ana sorumluluğun bireye atfedildiğini söyleyebiliriz.

Araştırma sonuçlarına göre şirketler geleceğin en önemli ilk 10 sosyal becerisini aşağıdaki şekilde sıralıyorlar;

1. Öğrenmeye açıklık
2. Dayanıklılık ve stres toleransı
3. Değişime açıklık – esneklik
4. Yaratıcılık
5. Duyusal zeka
6. Liderlik ve inisiyatif alma
7. Sistemsel düşünme
8. Eleştirel düşünme
9. İletişim ve ilişki yönetimi
10. Kompleks problemleri çözebilme

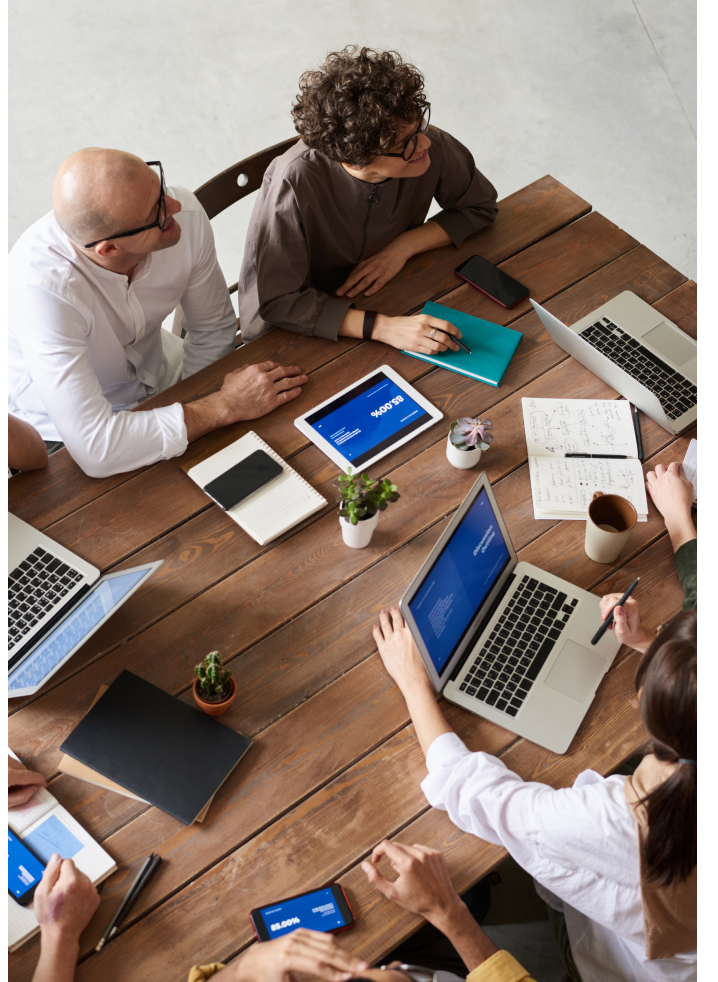
Sonuçlar aynı zamanda sosyal beceriler kategorisinde en yüksek beceri açığının değişime açıklık – esneklik, yaratıcılık, sistemsel düşünme ve kompleks problemleri çözebilme becerilerinde yattığını gösteriyor.

Teknik becerilerde ise şirketlerin önceliklendirdikleri ilk 10 beceri şu şekilde:

1. Dijital pazarlama
2. Yazılım geliştirme
3. Veri analitiği
4. Veri güvenliği
5. Yapay zeka
6. Sistem tasarımı
7. Deneyim tasarımı
8. İlgörü analizi
9. İnsan-makine etkileşimi tasarımı
10. Girişimcilik

Teknik becerilerdeki en büyük beceri açığı, veri analitiği, veri güvenliği ve yazılım becerilerinde ortaya çıkıyor. Öte yandan, araştırma bulguları, küresel çapta yapılan araştırmaların bulgularıyla örtüşen bir biçimde, teknik beceri açığının kapatılması konusunda da şirketlerin bireylere önemli roller biçtiğini gösteriyor. Buna göre şirketlerin %82'si teknik becerilerin edinilmesi konusunda da çalışanlarını birincil düzeyde sorumlu tutuyorlar.

Araştırma sonuçlarının da ortaya koyduğu üzere ortaya çıkan beceri açığının kapatılmasında en büyük sorumluluk bireylere atfediliyor. Hızla değişen beceri ihtiyaçları göz önüne alındığında, bu sorumluluğun eğitim kurumları, şirketler ya da üçüncü kişi ya da kurumlar tarafından üstlenilemeyeceği aşikâr. Üniversite eğitiminin içeriğinin dahi sorgulandığı, eğitim sistemlerinin ihtiyaçları karşılamada geç ve yetersiz kaldığı günümüz dünyasında, tek önemli ayrıştırıcı değişkenin sürekli öğrenme ve gelişme isteği olması şaşırtıcı bir sonuç değil. Bu noktadan hareketle bireylerin yaşam boyu öğrenme kültürünü ve bakış açısını içselleştirmesi, kariyer hedeflerine ulaşma yolundaki en önemli ve ayrıştırıcı faktör olarak karşımıza çıkıyor.



PAZARLAMANIN KURALLARI YENİDEN YAZILIYOR: DİJİTAL PAZARLAMADA EZBER BOZAN INFLUENCER MARKETING



ECE ÇAM İPEKOĞLU

Felda IFFCO

Pazarlama Uzmanı

Geçen yüzyılın sonlarında yaşadığımız dijital devrim, diğer alanlarda olduğu gibi pazarlama alanında da büyük dönüşümlere yol açtı. Rekabetin hızla artmasıyla markalar yeni pazarlama yöntemlerine gereksinim duymaya başladı. Zira yeni dünyada fark yaratmak artık daha zor ve zorlaşmaya da devam ediyor. Bu durum, biz pazarlamacılara hem sektör genelinde hem de yapılan işler özelinde yeni bir süreci işaret ediyor.

İşletmeler için geleneksel pazarlama anlayışını komple terk etmek elbette söz konusu değil; ancak işletmeler artık dijital pazarlama alanında da yer almak zorundalar. Bu iki anlayış varlıklarını eşzamanlı sürdürürken, bazı kanallarda da dönüşümler yaşanmakta. Örneğin; geleneksel pazarlama anlayışında yaygın şekilde kullanılan ağızdan ağıza pazarlama tekniği dijital pazarlama ekseninde viral pazarlamaya dönüştü. İşte tam da bu noktada, satın alma karar sürecinde tüketicinin tanıdığı, güvendiği kişilerden ve çevresinden daha çok etkilendiği gerçeği etrafında tasarlanan “influencer marketing” uygulamaları pazarlama dünyasına adeta bir bomba gibi girerek işlerin seyrini değiştirdi. Peki viral pazarlamanın bir versiyonu olarak kabul edilen “influencer marketing” nedir ve “influencer” kimdir?

Sosyal medyada takipçi sayısı yüksek, tanınmış kişilerin ürün deneyimlerini doğal bir şekilde sunmasıyla gerçekleştirilen yeni pazarlama şekline “influencer marketing” diyoruz. Son dönemde hepimizin yaygın şekilde gördüğü ve takip ettiği sosyal medya uygulamalarından “influencer marketing” uygulamalarıyla sıklıkla karşılaşyoruz. Herhangi bir sosyal medya platformunda hesabı olmayan kişiler dahi birçok markanın geleneksel pazarlama kanallarındaki reklam kampanyalarında da bu kişilerle çalışması nedeniyle “influencer”lara aşinalar.





Geleneksel reklamlara göre daha ucuz ve doğal bir akışa sahip olan bu pazarlama anlayışı, bizim içimizden kişilerin de içerik oluşturmaya imkan verirken, sosyal medyanın doğasındaki karşılıklı etkileşim sayesinde de firmaların hızlı geri bildirim almasına ve bu geri bildirimlere paralel, çevik aksiyonlar alabilmesine olanak tanıyor. Sözlük anlamı “etkileyen” olan “influencer” kavramı zaman içerisinde anlamının çok ötesine evrildi. “Influencer”lar, sosyal medyada bir konu, fikir, ürün ya da hizmeti deneyimleyerek bunları takipçilerine öneren kişiler olarak sosyal medya sahnesine çıktılar. Amaç neydi? Reklamı yapılan ürün ya da hizmetlerin bilinirliğini arttırmak, aynı zamanda da kendi görünürlüklerini kaybetmemek adına sürekli gündemde kalarak dijital pazarlamanın görünen bir elemanı olmak. Bu akıştaki asıl hedef kitle ise influencer’ların takipçileri. Bu nedenle markalar, kendi hedef kitlelerine uygun takipçi profiline sahip influencer’ları araştırarak onlarla iş birliği yapmakta. Zira takipçi ve influencer arasındaki ilişki ve uyumla markanın başarı oranı doğru orantılı.

Yükselen dijital dünyada, sosyal içerik üreticileri olan ve takipçileriyle karşılıklı etkileşimlerini sürekli aktif tutan “influencer”lar markalar için büyük değer yaratabilecek konumdadır. Dolayısıyla, markaların ürün ya da hizmetlerinin tanıtımına katkıda bulunmak için son yıllarda sıkça tercih sebebi oluyorlar.

Şimdi konuya bir de işlerin geleceği açısından bakalım. “Influencerlık” günümüzde neredeyse bir meslek haline geldi. Özellikle önümüzdeki on yılın pazarlama çalışmalarında karar verici haline gelecek ve sevdikleri kişileri, gerçekten ürettiği içerik için izleyen Z kuşağını düşünürsek, “influencer marketing” hayatımıza bir meslek olarak gireceğini söylemek mümkün. Dijital dünyanın içine doğdukları için reklamları bile engelleyen, sadece kendi dillerini konuşanları dikkate alan Z kuşağı için patron kavramından çok “partner” kavramı ön plana çıkıyor. Eskiden “Büyüyünce ne olmak istiyorsun?” sorusuna “doktor”, “mühendis”, “satış uzmanı” gibi cevaplar verilirken şimdi “sosyal medya fenomeni” ve “influencer” cevaplarını duyar olduk. Peki herkes “influencer” olabilir mi?

Dışarıdan kolay gibi görünen bu iş aslında görüldüğü kadar zahmetsiz değil. Influencer'ın samimi olması, takipçileriyle doğru ve etkili iletişim kurması, markanın hedef kitlesinin dikkatini çekmesi, güvenilir olması gibi pek çok özelliğe sahip olması gerekiyor. Sürekli kendisini geliştirmesi, hatta "kendini tanıtma (self-marketing)" yaparak kendini bir marka olarak başarılı şekilde yönetmesi çok önemli. Etkileme kabiliyetine güvenen ve bunu çalışmalarıyla besleyebilen kişiler karşımıza başarılı "influencer"lar olarak çıkıyor. Bu işi yapmak isteyen kişilerin takipçilerini iletişim kabiliyetleriyle cezbetmesi ve yakalaması mühim, çünkü takipçilere hissettirilen en ufak bir güvensizlik ya da markayla uyumsuzluk hissi kriz yaratabilir ve takipçileri markadan uzaklaştırabilir. Bu açıdan bakınca influencer'ların işlerinin ve markalar için de doğru influencer'lar ile işbirliği yapmasının önemi gözler önüne seriliyor.



Rekabetin her geçen gün arttığı pazarlama dünyasında ve influencer marketing'de, geleceğe odaklanan, günceli çabuk yakalayıp adapte olan ve kullanıcı ile empati yapabilen markaların yükseleceğini söylemek mümkün. Bu denkleme önemli rol oynayan influencer'ların görünürlüklerini özellikle pandemi sürecinde karşı karşıya kaldığımız zorunlu dijitalleşme sonrasında gündemimize hızlı bir giriş yapan ve dijital nesnelerin dünyası olarak tanımlanabilecek "metaverse"de de bir şekilde koruyacakları ise aşikar. Geleceğin meslekleri noktasında ise

sadece "influencer"ların değil, dijital ajansların da rolünün artacağı söylenebilir. Markalara influencer seçimlerinde doğru yönlendirmelerde bulunan, samimi marka ve influencer işbirliklerine aracı olan ajanslar başarıyı yakalayacaktır. Markaların pazarlama çalışanları içinse, farklı sosyal medya platformlarının kendine has dinamiklerini kavrayıp, bu dinamikler çerçevesinde kurgulanan, platforma özel projeler ön plana çıkmaya devam edecektir. Bu anlamda bir sacayağı gibi değişimi yönetebilmek, yeni nesil dünyaya uyum sağlamak ve gereken duygusal çevikliği gösterebilmek bütün çalışanlar ve çalışan adayları için kritik olan nokta olarak karşımıza çıkmaktadır.



GELECEĞİN LİDERLERİNDEN HANGİ YETKİNLİKLERİ BEKLİYORUZ?



Prof. Dr. BURCU GÜNERİ ÇANGARLI
İzmir Ekonomi Üniversitesi (İEÜ)
İşletme Fakültesi Dekanı

Gelecek insanlığın merakını her zaman cezbetmiştir. Kendi geleceğini, dünyanın gidişatını tahminleyebilmek, çoğu zaman kendini koruma, avantajlı duruma geçme, bir nevi hazır olma isteğinden kaynaklanır. Bu durum son derece normal, içgüdülerimizle uyumu düşünüldüğünde “insani”dir. İşletmelere baktığımızda aynı durumun onlar için de geçerli olduğunu görürüz. İşletmeler stratejik planlarında olası senaryolar üzerinde çalışır ve hangi durumlarda ne yapacaklarını planlarlar. Eğitimciler için geleceği tahminlemek, gelecekte başarılı olacak insanların yetkinliklerini belirleyebilmek için önemlidir. Amaç bu yetkinlikleri öğren(i)cilere kazandıracak öğretim programlarını, ders içeriklerini oluşturabilmektir.

Son zamanlarda “gelecek” üzerine daha fazla düşünülür, yazılır çizilir olduğunu görüyoruz. İnsanların geleceği tahminlemeye olan merakı yeni olmadığına göre bu merakı alevlendiren başka bir şeylerin olduğu kesin. Akla ilk gelen teknolojiadaki hızlı değişim, gelişim. Teknolojik gelişmelerin hızı ve bilgi üretimi öylesine arttı ki, günlük pratiklerimiz, üretim ve tüketim yöntemlerimiz, hatta ne düşündüğümüz, neyi arzulayıp neden kaçındığımız büyük oranda bu hızlı değişimden payını alıyor, bu günden bakıldığında geleceği belirsiz kılıyor. Diğer bir nedenin de insanın veriye daha fazla erişebilmesiyle artan kontrol gücü ve arzusu olduğu iddia ediliyor. İnsanlık daha fazla bilmek, daha iyi tahminlemek, daha çok hazır olmak istiyor.

Teknolojik değişimlerde yapay zekânın ön plana çıkması bugün insan tarafından yapılan pek çok işin yakın zamanda yapay zekâ ve robotlar tarafından yapılacağı iddiasını ortaya koyuyor. Bu durum bazı insanları umutlandırırken bazılarını da endişeye sürüklüyor. Umutlu olanlar, insanların gelecekte basit, rutin işlerde çalışmak zorunda olmayacaklarını, bu işlerin robotlar ve yapay zekâ tarafından yapılacağını, böylece insanlara zamanlarını diledikleri gibi geçirmeleri için daha çok vakit kalacağını söylüyorlar. Ne yazık ki ben umutlanan grupta değilim, çünkü buna çok benzer vaatlerin, önce faks makineleri sonra da bilgisayarlar iş dünyasına girdiğinde verildiğini, ama gerçekleşen durumun insanların daha fazla işe gömülmeleri olduğunu biliyorum.



Üstelik daha hızlı, daha yetkin olmaları beklentisiyle. Kaldı ki, robotlar bizim için çalışırken tüm zamanımızı dilediğimiz gibi değerlendiririz beklentisinde olanlar, kaynakların dağılımının insanlara neye göre yapılacağı sorusuna doyurucu bir cevap veremiyorlar.

Böyle bakınca, en azından yakın gelecekte iş yaşamının insanlar için devam edeceğini ancak insanların rollerinin ve katkılarının farklılaşacağını öngörebiliriz. İş yaşamında pek çok şey robotlar ve algoritmalar tarafından yapılırken, insanlar da onlardan farklı olan nitelikleriyle sürecin parçası olacaklar. Bu noktada, konuya kafa yoran uzmanların üzerinde fikir birliğine vardığı yetkinlikler hep daha insani yönler üzerine. Diğer bir deyişle, rutin olan işleri yapmak için gerekli olan yetkinliklerin değeri azalacak, çünkü zaten onları robotlar ve yapay zekâ yapabilecek.

Estetik, yaratıcılık, şefkat, merhamet, empati, espri anlayışı gibi insana dair özellikler en azından yakın gelecekte makinelere kaptırmayacağımız yetkinlikler arasında görülüyor.

Bir nevi insana ait olanın daha fazla ön plana çıkmasından bahsediyoruz. Tabii algoritma yaratma ve geliştirme becerisine ek olarak.

Peki böylesi bir iş gücünü yöneten liderlerin yetkinlikleri neler olmalı?

Bu soruda her şeyden önce, artık liderliği belirli insanların tekelinde olan özel bir yetkinlik, yönetim pozisyonu olarak tanımlamadığımızı, aksine herkesin içine dâhil olduğu günlük bir pratik olarak gördüğümüzü ifade etmek isterim. Liderliğin tanımına böyle yaklaşıncı, yönettiği iş gücünden çok da farklı özelliklere sahip olmaması gerektiği ortaya çıkıyor.

**Geleceğin liderleri için de
estetik, empati, yaratıcılık,
zihinsel esneklik, espri
anlayışı, merhamet,
dayanıklılık gibi özellikler
ön planda olacak.**



Çalışanlar estetik, empati, merhamet gibi yönleriyle iş yaşamına katkı yapacaklarsa, bu özellikleri onların hayata bakış açılarını ve beklentilerini derinden etkileyecek. Sorgusuz sualsiz itaat etmek yerine, yaptıkları işteki anlamı, kattıkları yaratıcılığı, farkı görmek isteyecekler. Yeni eğitimler, görevlerle sürekli güncel tutulmayı beklerken, bu devinimin içinde yorgun düşüp duygusal destek arayışına girecekler. İş yaşamında acılarını açıkça paylaşabilmeyi, şefkat verirken, şefkat gösterebilmeyi talep edecekler.

Farklılıkları yargılamak yerine bütünleştirme yoluna gidebilen, herkesin en güçlü yönünü ortaya çıkarabilen, yaratıcılığa kapı açabilen ve şefkat gösterebilen liderler gelecekte daha da başarılı olacak.

Tabii bunları yapabilmeleri için her şeyden önce çalışanlarıyla güvene dayalı ve gerçekçi beklentiler üzerinden ilişkiler kurabilmeliler. Bunun için de zihinsel esnekliğe sahip olmaları, olayları farklı bakış açılarından değerlendirebilmeleri gerekmekte.

İşte tüm bu nedenlerden dolayı bana geleceğin liderlerinin özellikleri ile ilgili sorulduğunda daha fazla şefkat göstermeyi, daha az yargılamayı ve sahip oldukları zihinsel esneklikle gerçekten empati kurarak sağlıklı beklentiler oluşturmayı bilebilmek diyorum. Bu kadar mı diyebilirsiniz, ne de olsa uzun uzun süslü işletmecilik yetkinlik setlerinden bahsetmedim. Ama emin olun, saydıklarımı sürdürülebilir şekilde hayat geçirebilmek hiç de kolay değil...

"Farklılıkları yargılamak yerine bütünleştirme yoluna gidebilen, herkesin en güçlü yönünü ortaya çıkarabilen, yaratıcılığa kapı açabilen ve şefkat gösterebilen liderler gelecekte daha da başarılı olacak. "



SALGIN BİTİYOR ETKİLERİ YENİLENİYOR



Prof. Dr. AYLA OĞUŞ BİNATLI

İzmir Ekonomi Üniversitesi (İEÜ)

Ekonomi Bölümü Başkanı

2020 yılının ilk aylarında bütün dünya SARS-CoV-2 virüsüyle tanıştı ve bu virüs 2020 ve 2021 yıllarını ekonomik ve sosyal açıdan biçimlendiren en önemli etken oldu. Bu yeni virüsün yol açtığı hastalık Covid-19 olarak isimlendirildi, bu hastalık kısa sürede birçok ülkeye yayılan bir salgına dönüştü ve 11 Mart'ta Dünya Sağlık Örgütü bu salgını pandemi olarak sınıflandırdı.

Mart 2020'de virüsün dünya üzerinde ne kadar dağılacığı henüz belli değilken, bu salgının bazı ülkeler ile sınırlı kalabileceği veya doğal bir şekilde bir iki ay içinde birçok ülkeyi etkilemeden sona ereceği beklentisi vardı. Dünya ekonomisinin 2020'nin ilk çeyreğinde küçüleceği ve 2020 dünya büyüme oranının

yüzde yarım oranında düşeceği tahmin ediliyordu. İlerleyen haftalarda beklentiler hızla kötümserleşti ve bu pandeminin Büyük Buhran'ı da geride bırakacak şekilde yaşayacağımız en büyük kriz olacağı sıkça dillendirilmeye başlandı. Dünya Ekonomik Görünümü hesaplamaları ve öngörülerine göre 2020'de küresel ekonomi yüzde 3,4 ila yüzde 7,6 oranında küçülecekti.

Alınan bütün önlemlere, virüsün ilk aylarda ciddi bir mutasyona uğramamasına ve virüsün yol açtığı hastalığa karşı daha etkin tedavilerin uygulanmasına rağmen hastalık bütün dünyada artan bir hızla yayılmaya devam etti. Aşı çalışmalarından iyi haberler gelse de bu hastalığın daha uzun süre hem sağlığımız hem de ekonomiler üzerinde etkileri olacağı anlaşıldı. 2020 yılında bu pandemiye karşı alınmış olan önlemlerin maliyeti, 2021 yılında ekonomiler üzerinde etkili olacaktı. Aşılama Türkiye dahil gelişmiş ülkelerde belli bir seviyeye ulaşmış olsa da çok az ülkede toplumsal bağışıklıktan söz edilebiliyor. Dolayısıyla 2021 yılında ekonomiler hem 2020 yılında alınan önlemlerin devasa maliyetleri hem de 2021 yılında yine pandemi kaynaklı önlemlerin sonuçları ile karşı karşıya kaldı.



Yakın tarihimizde de bazı salgınları hatırlıyoruz. Ama bunların salgın olarak boyutları daha küçüktü ve dünya için önemli birer ekonomik şoka dönüşmediler. Yirminci yüzyıl başındaki İspanyol gribi ise büyük bir salgındı ve savaş döneminde genç yaşlarda çok sayıda can kaybına sebep olmuştu. Ancak bu salgın, çalışma çağındaki nüfusu öldürmesine rağmen, Covid-19 nedeniyle yaşadığımız gibi ülke

ve dünya ekonomilerinin bir anda büyük oranda yavaşlamasına neden olmamıştı. Bunun en önemli sebebi günümüzde üretimin küresel bir nitelik kazanmış olması ve devletlerin salgına karşı neredeyse eşanlı önlemler almış olmalarıdır. Bir başka önemli sebebi ise Covid-19'a karşı alınan tedbirlerin halen 2008 finansal krizinin etkilerini atlatamamış olan Avrupa ülkeleri ve ABD'de endişesi ve bunun dünya ekonomisi üzerindeki olası etkisidir.

Ekonomik krizler, ekonomideki tıkanıklıklar veya aksaklıkların artık sürdürülemez olmasıyla ortaya çıkar. Sektörler aşamalı olarak bu krizlerden etkilenir. Covid-19 pandemisi nedeniyle devletler halklarının sağlığını korumak adına ekonomilerini sanki televizyonu kapatır gibi durdurdular. Sonra da kademeli olarak açmaya başladılar. Yaşadığımız süreci benzersiz yapan işte işin bu boyutudur.



Yönetenler aldıkları önlemlerin bir ekonomik çöküş getirebileceğinin tamamen farkında olarak bu önlemleri aldılar. Örneğin Büyük Buhran'da Amerikan devletinin resesyonun çok derin ve uzun olmasındaki katkısından hep bahsederiz ama bunu bilerek ve isteyerek yaptığını söyleyemeyiz.

Ülkelerin aldıkları önlemler benzer olmakla birlikte verilen desteklerin miktarı ve biçimi ülkelerin ekonomik gücüne de bağlı olarak farklıydı. Bu farklar, senkronize bir biçimde yaşanan ekonomik daralmaya karşın, ekonomilerin 2021 yılında ne zaman, nasıl ve ne kadar toparlanmaya başladığını etkiledi. Bu günlerde dünya salgında yeni bir dalga ile karşı karşıya. Bazı ülkelerde tekrar kapanmalar başladı. Bu salgının birçok ülke ekonomisi üzerinde 2022 yılında da önemli etkileri olacağını söyleyebiliriz.



M Ü C A D E L E M İ Z B İ T M E Z

CANAN GÜLLÜ

Türk Kadın Hakları Savunucusu, Aktivist ve
Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu Başkanı

Adı Nahide OPUZ şikâyeteye tabi suç diye her defasında şiddet sonrası gittiği karakol kapısından şiddete uğradığı eve geri dönerdi. Çünkü sonrası yoktu. Kim koruyacaktı onu. Bir keresinde 8 bıçak yarası ile gittiği hastanede ifade alındığında söylemişti dini nikahlı eşi tarafından yaralandığını ,failin 800 TL para cezası ve birkaç ay tutukluluk aldığı için sevinmişti. Ancak o 800 TL'nin taksitle ödenmesi kararı bu ülkenin ayıbı olarak tarihe not olmuştu.

Adı Ayşe Paşalı tanık olduğumuz ilk büyük tasarlanarak yapılan kadın cinayeti. Kadın cinayetlerinin miladı olan bir vâka.



Katledildiğinde cebinde savcıya yazılmış mektup vardı. Hepimiz gözlerindeki morlaşan halkayla hatırlarız onu. Unutmak ne mümkün. Katilin ağırlaştırılmış müebbetle karara bağlanan duruşmasında Adli yardımdan atanan avukatın savunma haktır ama ben savunmayacağım dediği cümleler de tarihe bir nottur aslında.

Ondan önce de Güldünya vardı, Töre cinayetine kurban verdiğimiz. İnsanın canı kanı abileri, can alır mı diye beynimizin devrelerinin yandığı. Ama eril zihniyet kendi kararlarını uygulamayan Güldünya'yı katletme kararı aldıklarında kim bilir o coğrafyanın kaçınıcı kararıydı bilmiyoruz .

Adı Özgecandı. Kamusal alanda bir minibüste saldırıya uğradı. Ölümünün üzerine kamuoyu duyarlılığı ile çok konuşuldu. Bu bildiğimiz bir kadın cinayeti değildi. Boşandığı eşi, flörtü, sevgilisi, kocası, abisi ya da kayınpederi veya babası değildi katil. İlk defa herhangi bir ilişkisi olmayan erkek yolcu olarak aracına binen bir kadını vahşice katletmişti. Mesele vahimdi. Ama hemen bazıları yetersiz yasalar, idam, hadım gibi cümleleri kullanmaya başlamışlardı. Hatta Özgecan yasası diye anılan bir taslak bile hazırlayıp meclise sundular. Allahtan yasama süreci bittiği için kadük oldu.

PEKİ KİM UNUTABİLİR...



Peki kim unutabilir kalabalıklar içinde evladının ölme anne diyen feryatlarında boğazı kesilerek öldürülen Emine Bulut'u .

Darp edilerek, canlı iken yakılarak üzerine beton dökülerek toprağa gömülen Pınar Gültekin'i.

Neredeyse polis gözetiminde adım adım ölüme yaklaşan Güleda Cankel'i kim unutabilir.

Eğitim şehidi Ceren Damar'la Covid döneminde infaz affı ile tahliye edilen fail tarafından öldürülen Ceren Özdemir'i unutabilir mi yüreklerimiz.

Kılıcı ile canım güçsüz birini öldürmek istiyor diyerek Başak Cengiz'i katleden katil için alınmayan önlemleri sorgulamayacak mıyız, yüreğimizdeki yangına nasıl engel olacağız.

Benden ayrılamazsın diyerek restoranda kadına şiddet konusunda çalışan Av. Dilara'yı öldüren faili yargılanırken canım beraber restorana gitmişti rızası vardı diyebilecek hâkim belki de.

**Her biri birer hayat, her biri
yüreğimizde acılar
bırakarak katledildiler.**

**Ülkemizde 2021 yılında
367 kadın cinayeti ve
82 şüpheli ölüm var.**

Federasyon olarak işlettiğimiz 0216 656 96 96 numaralı hatta erişen şiddet- istismar mağduru kadınlar ve çocukların en çok şikayet ettikleri konu kolluk ve yargı .Bu nedenle yakın tanık olarak diyoruz ki bu ülke ucuz hayatlar ülkesi.

**Peki susup
oturacak,
korkup sinecek
miyiz?**



Kocaman sessizlikleri delen bir hayır cevabını duyar gibiyim. Ben ezelden beridir hür yaşadım hür yaşarım, hangi çılgın bana zincir vuracakmış şaşarım dizeleridir bizim mücadelemiz. Kurtuluş savaşı sırasında bu topraklarda cephede ve cephe gerisinde mücadelesi ile haklarına sahip olmuş kadınlar olarak çağdaşlığın, demokrasinin, laikliğin tadını almış kadınlar olarak haykırmaya, ses vermeye devam edeceğiz. Var olan kanunlardan aldığımız güçle eşitlik mücadelesine yaşam hakkımıza ve kız çocuklarımızın peşkeş çekilmesine karşı ses vereceğiz. Nafaka hakkımıza sahip çıkacak ,anlamayana tek tek anlatacağız.

Bu 8 Mart tarihinde de sokaklarda, caddelerde köylerde, ilçelerde, illerde kadınları aydınlatmaya topluma eşitliği ve yasal mevzuatları anlatmaya gece feminist yürüyüşünde yan yana haykırmaya devam edeceğiz.

**Susmayacak
korkmayacak
itaat etmeyeceğiz.**

Aile İçi Şiddet Acil Yardım Hattı



**TÜRKİYE
KADIN DERNEKLERİ
FEDERASYONU**

0212 0549 656 96 96

YABANCI DİLE İLK ADIM: KARAR VERMEK

Yazı: ÖZGÜN ALP ÖZTİN İEÜ Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler &
Ekonomi Bölümü Öğrencisi



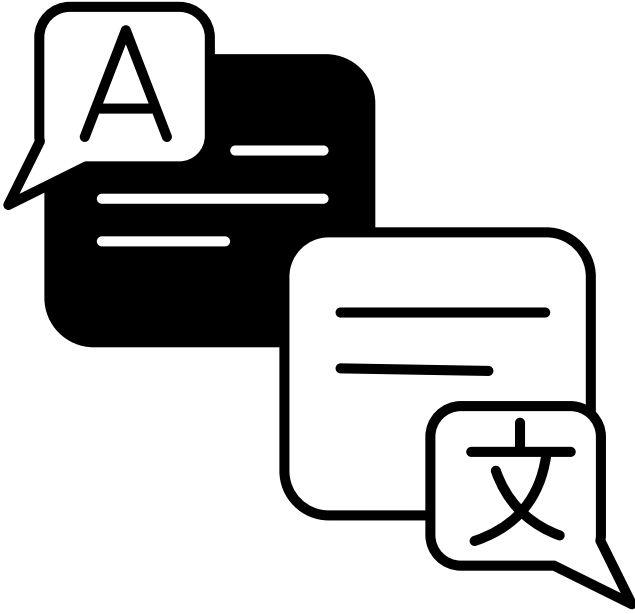
Globalleşen dünya ile birden fazla dil konuşmak hayatımızın bir parçası oldu. Bir edebi eseri yazıldığı dilde okumak, yabancı insanlarla tanışmak, farklı dillerin düşünme tarzıyla yaşamak, iş hayatında daha iyi pozisyonlara gelmek, yabancı dil öğrenmenin pek çok faydasından yalnızca birkaçı. Günümüz koşullarında ise yabancı dil olarak yalnızca İngilizce'ye hakim olmak artık hem özel hayatımızda hem de iş hayatında eskiden olduğu kadar yeterli olamayabiliyor ve bu durum,



bize başka diller de öğrenmenin gerekliliğini gösteriyor. Dünyada birçok farklı dil konuşulduğunu göz önüne aldığımızda, hangi dili öğreneceğimize karar vermek pek de kolay olamayabiliyor. Bu kararı kolaylaştırmak adına, birkaç farklı etken incelenebilir. İlk olarak, okuduğunuz bölümü, yapmak istediğiniz işi düşünebilirsiniz.

**Okuduğunuz bölümde
İngilizce'den sonra en
çok hangi dil
kullanılıyor?**

Bölümünüz için hangi ülkelerin yüksek lisans programları daha iyi? Hangi dilleri konuşmak sizi iş hayatında diğer insanlardan önde tutabilir? Hangi ülkeler sizin kariyeriniz için daha iyi fırsatlar ve iş imkanları sunuyor? Bu sorular sayesinde, kariyeriniz için doğru dili bulmanızda yardımcı olacaktır. Örnek olarak, Türkiye’de turizm sektöründe çalışanlar için İngilizce, Rusça ve Almanca en önemli diller arasında gösterilebilir. İleride otomotiv sektöründe, finans alanında çalışmak istiyorsanız, Almanca ve Fransızca gibi diller sizi ön plana çıkarma ihtimali yüksek dillerdendir. Bu alanlarda araştırma yapmanız hangi dili öğrenmeniz gerektiği ile ilgili ipuçları verecektir.



Bir diğer etken ise, konuştuğunuz dillerin, öğreneceğiniz diller ile bağlantılarıdır. Bir dil konuşmak, o dile yakın başka bir dili öğrenmenizi kolaylaştırabilir. Örneğin, İspanyolca bilen biri için İtalyanca öğrenmek, Rusça öğrenmekten -genellikle- daha kolaydır. Kelime ve gramer benzerlikleri, yabancı dil öğrenmeyi kolaylaştıran faktörlerdendir. ABD Dış Hizmet Enstitüsü (US Foreign Service Institute), anadil olarak İngilizce konuşanların, diğer yabancı dilleri ortalama ne kadar sürede, profesyonel çalışma yetkinliği (professional working proficiency) seviyesinde öğrendikleri ile ilgili tablo yayınlamıştır.

Bu tablo, İngilizce konuşanların Felemenkçe, Fransızca, Portekizce, İtalyanca gibi dilleri 600-750 ders saatiyle kolayca öğrenilebileceğini gösterirken, Çince (Mandarin), Japonca ve Korece gibi dilleri öğrenmek için ortalama 2200 ders saatine ihtiyaç duyduğunu belirtiyor. Sonuç olarak, konuştuğunuz dillerin yakın olduğu dilleri araştırarak, öğrenmeniz için gereken ortalama (yabancı dil öğrenme yeteneklerinize ve vereceğiniz emeğe göre değişebilir) süreyi hesaplayabilirsiniz.





Üçüncü etken olarak, dilin geçerliliğinden bahsedebiliriz. Öğrenmek istediğiniz dili konuşan insanların sayısı, o dili yabancı dil olarak öğrenen insanların sayısı, dilin resmî olarak kabul edildiği ülkeler, organizasyonlar ve kurumlar karar vermenizde yardımcı olabilecek etkenlerdendir. Örnek olarak, Birleşmiş Milletler'de Arapça, Çince, İngilizce, Fransızca, Rusça ve İspanyolca resmî dillerdir. Ek olarak, Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü (NATO), resmi diller olarak İngilizce ve Fransızca'yı kabul etmiştir. Hedeflediğiniz dilin burada sayılanlar gibi ek özelliklerini tespit etmek, o dili benimsemenize ve öğrenmeye karar vermenizde yardımcı olabilir.

Son ve en önemli etken ise, öğreneceğiniz dilin ilgi duyduğunuz bir dil olmasıdır. Dilin konuşulduğu ülkenin kültürüne ilginiz var ise, o dilde müzik dinlemeyi, şarkı söylemeyi seviyorsanız o dil sizin için en doğru dil olabilir. En zor dil bile, ilgi duyduğunuz takdirde, öğrenmesi en keyifli dil haline gelebilir. Aksi halde, eğer hiç ilginizi çekmiyorsa, en kolay dili bile öğrenmekte güçlük çekebilirsiniz. Belirli bir ülkenin genel olarak kültürüne, sanatına, edebiyatına, şarkılarına ilginizi fark ettikten sonra, o ülkenin konuştuğu dili inceleyebilirsiniz. Böylece öğrenirken aynı zamanda keyif alabilirsiniz.

Yapılmaması gerekenler en kritik hata ise, yalnızca çok fazla kişi tarafından konuşulduğu için bir dili seçmektir. Örneğin, evet, İspanyolca dünyada en çok konuşulan dillerden biri olabilir. Fakat siz ileride Lüksemburg'da yaşamak istiyorsanız, oranın kültürünü benimsediyseniz, Almanca ve Fransızca biliyorsanız, sadece ortalama 400,000 kişinin konuştuğu bir dil olan Lüksemburgca'yı öğrenmek daha doğru bir karar olabilir. Sonuç olarak, yeni bir dil öğrenecekseniz, yukarı bahsedilen etkenleri dikkatlice ele almanız doğru dili seçmenize yardımcı olabilir.



Kararlarınızı şansa bırakmayın!

COVID-19 SONRASI YAŞANTIMIZDAKI VE ALIŞKANLIKLARIMIZDAKI FARKLILIKLAR

YAREN YAVUZDEĞER

İEÜ Lojistik Yönetimi Öğrencisi



Covid-19 pandemisi hayatımıza gireli neredeyse iki yıl oldu ve o günden bugüne hayatımız oldukça değişti. Sağlığımız için evlerimizde karantina altında kalmaya, sonrasında ise yine sağlığımızı koruyabilmek için “yeni normal” denilen düzende hayatımıza devam etmeye çalıştık. Pandeminin hayatımıza girişiyle birçok koruyucu ekipman ve temizlik malzemeleri adeta hayatımızın odağı ve ayrılmaz parçası haline geldi. Önlemlere uymamanın ciddi sonuçlar doğuracağını bildiğimizden, hiç olmadığımız kadar tedbirli ve dikkatli olmaya çalıştık. Böyle bir ortamda, pandemi öncesi alışkanlıklarımızın değişmesi kaçınılmazdı.

Kapanma sürecinde sevdiklerimizden, arkadaşlarımızdan, akrabalarımızdan ve en önemlisi ailemizden ayrı kaldık. Sinemalar, alışveriş merkezleri, kuaförler, sevdiğimiz restoranlar dahil hemen yer tedbir amaçlı kapatıldı. Bu durum, tüketicilerin ihtiyaçlarını evden karşılamaları gerekliliğini doğurdu ve tam da bu dönemde online alışveriş büyük bir ivme kazandı. Tüketiciler olarak herhangi istek ve ihtiyacımıza evden bir “tık” ile ulaşabiliyorduk. Hiç bir çaba sarf etmeden istediğimiz şeylerin ayağımıza kadar gelmesinden daha büyük bir rahatlık olamazdı. Market alışverişinden kıyafete ve hatta salonumuza koymak istediğimiz bitkiye kadar her şeyi sadece bir “tık” ile kolayca alabiliyorduk. Online alışverişin sağladığı büyük rahatlığın farkına varmamız ve buna paralel olarak geliştirdiğimiz yeni alışkanlıklar tüm dünyayı değiştirdi.



Değişen istek ve alışkanlıklarımız, dünya çapındaki büyük firmaları kendi oluşturdıkları düzenden vazgeçip, bizim yeni alışkanlıklarımızla şekillenen düzene alışmaya zorladı. Tüketicilerin karantina altında olması, istek ve ihtiyaçlarına ulaşabilmeleri için lojistiğin önemini arttırdı ve lojistik sektörünün öneminin tüketiciler tarafında iyice kavranmış oldu. Taleplerdeki yükselişle beraber lojistik sektörü de büyük bir ivme kazandı ve artan tüketici taleplerine uygun hizmet sağlayabilmek hayati öneme sahip bir öncelik halini aldı.



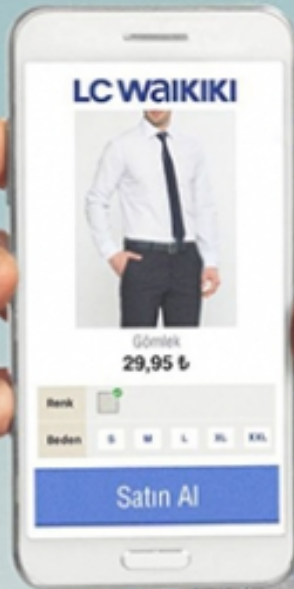
Aşıların bulunması ve aşılamanın yaygınlaşmasıyla dünyaca rahat bir nefes almış olsak da, bu dönemin eski hayatımızdan farklı olduğunu gördük. Bu farklılığın altında yatan en önemli sebeplerden biri de değişen alışkanlıklarımızdı. Değişen alışkanlıklarımızın başında da, yukarıda değindiğimiz gibi, online alışveriş eğilimi geldi. Sağlık sektörü de dahil olmak üzere pek çok farklı sektör, değişen alışkanlıklara ayak uydurmaya çalıştı. Öyle ki, artık çeşitli uygulamalar yardımıyla randevularımızı online olarak almak, tahlil sonuçlarımızı internet üzerinden dilediğimiz zaman görebilmek ve HES kodu kullanmak adeta günlük rutinimiz haline geldi. Eğitim alanında dijitalleşmeyle gelen yenilikler öğrencileri yeni bir ders çalışma sistemiyle ve öğretmenleri ise yeni bir öğretme stiliyle buluşturdu. Kısıtlamaların kalkmasıyla kafe ve restoranlar açılmış olsa da, yemek siparişi teslimatı üzerine geliştirilen uygulamalar hala büyük talep görüyor.

Yılların getirmiş olduğu alışkanlıkları ve kurulu dünya düzenini değiştirmek oldukça zordur. Öyle ki, böyle kapsamlı ve büyük bir değişimi de ancak Covid-19 gibi sarsıcı bir etken gerçekleştirebilirdi. Alışkanlıkların değişmesi zor da olsa, bir değişim yaşandığında durumu dikkate alarak, ortaya çıkan değişimler üzerinde çalışıp, parçası olduğumuz firma ve sektörün değişim ve dönüşüme ayak uydurmasını sağlamak önemlidir.

LC WAIKIKI'NİN AYNISI

~ Bİ' TİK FAZLASI ~

LCWAIKIKI.COM



LC WAIKIKI

Seninle Güzel

MEZUNLAR KÖŞEMİZ

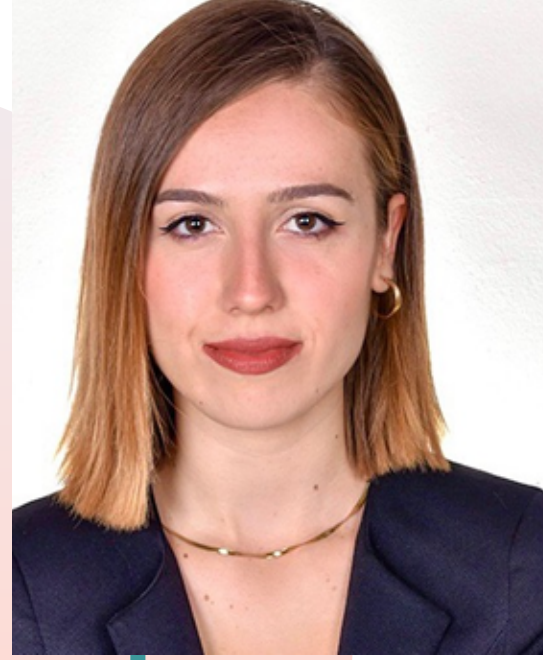
BURCU PARAPAN

Muhasebe ve Denetim
Borovalı Şirketler Grubu
Risk ve Süreç Asistanı

İzmir Ekonomi Üniversitesine 2017 yılında başladım. Ön lisans programı Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümünü Dokuz Eylül Üniversitesinde başarıyla tamamladıktan sonra Dikey Geçiş sınavıyla İzmir Ekonomi Üniversitesi Muhasebe ve Denetim bölümünü %100 burslu olarak kazandım. Okulumuzun sunmuş olduğu hazırlık eğitimi sayesinde İngilizce seviyem hem akademik hem de iş hayatında bana çok fayda sağladı. Henüz üçüncü sınıfta Big Four olarak adlandırılan uluslararası denetim firmalarında EY' da Vergi stajyeri olarak gönüllü stajımı tamamladım. EY' da yapmış olduğum stajımla birlikte sahada takım çalışması yaparak firma denetimlerine

katıldım. Akademik bilgimi stajlarımla harmanlamak heyecan vericiydi. Son sınıfta ise PwC' de uzun dönem denetim stajyeri olarak çalıştım. Üniversitemizin alanında çok başarılı akademik kadrosundan ve sektörde uzman olan iş insanlarından aldığım derslerin beni iş hayatına bilgili ve donanımlı bir mezun olarak çıkaracağını öngörüydüm ve öyle de oldu.

2021 Ağustos ayında mezun olduktan sonra İzmir IKEA şirketin' de İç Denetim Uzmanı olarak çalıştım. Uluslararası bir şirkette iç denetim yapabilmek benim için güzel bir şanstı. Şuan da Borovalı Şirketler Grubu bünyesinde Risk ve Süreç Asistanı olarak çalışmaktayım. Becerilerimin ve ilgimin olduğu bir bölümde çalışmak beni mutlu ediyor. Okulumdan edindiğim bilgiler, katıldığım projeler, beraber başarılı çalışmalar yaptığım okul arkadaşlarım ve tanıştığım hocalarım sayesinde vizyonumun gelişmesine, hedeflerimin farkına varmama ve kariyer yolculuğumda emin adımlarla ilerleme neden oldu. Kısacası hem akademik hem de sosyal anlamda İzmir Ekonomi Üniversitesi' nden edindiğim tecrübeler ve deneyimler sayesinde sevdiğim ve değerli olan bir işi yapıyor olmak çok güzel.



ECE SAĞLAM

Lojistik Yönetimi Bölümü

Lyonel A. Makzume Group of Companies

Genel Müdür Yardımcısı



İstanbul'da doğup büyüdüm. Bir gün İzmir Ekonomi Üniversitesi lise son sınıflara tanıtım yapmak için gelmişti. Üniversitemiz ile ilk orada tanıştım. Okumak istediğim Lojistik Yönetimi bölümü için deneyimli ve dinamik akademik kadrosunun olması , %100 İngilizce eğitim vermesi , ikinci yabancı dil imkanı sunması ve güzel kampüsü ile tercihim bu İzmir Ekonomi Üniversitesi oldu. Üniversitemizde yabancı dil öğrenmek, iş hayatına hazırlanmak, akademik ve sosyal olarak donanmış bir şekilde mezun olmak için her türlü imkan ve olanaklara sahiptim. Her zaman iyi ki tercih etmişim dediğim Lojistik Yönetimi bölümünden 2013 yılında mezun oldum.

Türkiye'de 11 şehirde ve 3 kıtada kendi ofisleri ile taşımacılık sektöründe hizmet veren Lyonel Antoine Makzume Shipping Agencies firmasında çalışmaya başladım. 9 yıldır aynı firmada çalışmaktayım. Türkiye'de İzmir ve İstanbul ofislerinde farklı pozisyonlarda görev aldıktan sonra 2016 yılında şirketimizin Miami ofisine operasyon müdürü olarak transfer edildim. Şimdi Amerika'da müdür yardımcısı olarak görev yapıyorum. Lojistik bölümünden hocalarımızın ve üniversitemizin eğitim hayatı boyunca sağladığı olanak ve imkanlar sayesinde özgüven ve ilerideki iş hayatımıza dair çok büyük bir heyecan ile mezun olduk. İzmir Ekonomi Üniversitesi iyi ki İstanbul'da okuduğum liseye ziyarete gelip hayatıma dokunmuş.

ZEYNEP YAZAR

Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler & Uluslararası Ticaret ve Finans Bölümü

Beakwise Bilişim Teknolojileri ve Danışmanlık A.Ş.
Finansal Teknoloji Çözümleri İş Geliştirme, Satış ve Pazarlama Yöneticisi

Öncelikle sözlerime teşekkür ederek başlamak istiyorum, bu projede yer almak genç okuyuculara ve yeni nesile hitap edebilmek benim için çok değerli.

Ben Zeynep Yazar, 2016 yılında İşletme Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler bölümü öğrencisi olarak okulumuza başladım. Geçmişten ders çıkarmak, günümüzü anlamak, ve geleceğe yön verebilmek, yarınların yöneticileri olacak ve geleceği şekillendirecek bizlerin doğru ve kaliteli eğitim alması ile mümkün.



İzmir Ekonomi Üniversitesini tercih etmemde 'Siyaset Bilimi' ve 'Uluslararası İlişkiler' bölümlerinin birlikteliği, ve bölümün İşletme Fakültesi bünyesinde olması etkili oldu. Böylece bir yandan 'İşletme' derslerini, bir yandan da diğer üniversitelerde ayrı bölümler olarak konumlandırılan 'Siyaset Bilimi' ve 'Uluslararası İlişkiler' derslerini alma imkanı bulacaktım. Bu şekilde birçok alanda yetkinliğimi geliştirebilecektim. Bölümümü tercih etme amaçlarım arasında ulusların ve dünya liderlerinin birbirleriyle olan iletişimini, etkileşimini, politikalarını analiz etmek, olaylara bakış açımı ve düşünce perspektifimi genişletmek vardı.

2017-2018 Eğitim yılında yine İşletme Fakültesine bağlı Uluslararası Ticaret ve Finans bölümünde 3.69 ortalama ile çift anadal programına başladım. Okulumuza ilk adımımı attığımdan beri aslında hayalini kurduğum çift anadal programı ile çift diploma almaya hak kazandım.

Çift anadal bölümüm, Uluslararası Ticaret ve Finans, benim için çok farklı kapılar araladı, zaman içerisinde Uluslararası Ticaret ve Finans alanına daha fazla ilgi duymaya ve bu alanda yetkinliklerimi geliştirmeye başladım.

Daha ilkokul, ortaokul dönemimde okula hazırlanırken CNBC-e'de finans programları izlediğimi hatırlıyorum, insanların takım elbise giymeleri, temiz, 'smart' görüntüleri çok hoşuma giderdi. Zaman içerisinde CNBC-e yerini Bloomberg'e bıraktı ama alışkanlıklarım değişmedi. Financial Times, The Economist gibi yayınları da düzenli olarak takip ederek alışkanlığımı daha da geliştirdim. Bu alışkanlıkları edinmemi sağlayan Prof. Dr. C. Coşkun Küçüközmen hocama çok teşekkür ederim, kendisinden daha sonrasında da çokça bahsediyor olacağım.

2018-2019 Eğitim yılında konfor alanımdan çıkmak, ve yeni deneyimler edinmek adına Barcelona'da Ramon Llull Üniversitesinde Küresel İletişim Yönetimi eğitimi aldım. Buradaki derslerimin yelpazesi oldukça genişti. Medyadan kültürel çeşitliliğe, uluslararası hukuktan Avrupa Birliği ilişkilerine kadar bir çok alanda dersler aldım.

2019-2020 Eğitim yılında, Uluslararası Ticaret ve Finansman bölümünden Doç.Dr. Berna Aydoğan hocamızın yönlendirmesi üzerine Chartered Financial Analyst (CFA) Research Challenge, projesinde yer aldım. CFA, Amerika merkezli CFA Institute tarafından yatırım ve finans uzmanlarına sunulan ve uluslararası geçerliliği olan bir lisansüstü profesyonel sertifikadır. CFA Institute Research Challenge ise finansal analiz, analitik, değerlendirme, rapor yazma ve sunum becerilerini ölçen yoğun bir yarışma olarak basitçe tanımlanabilir. Araştırma analisti olarak gerçek bir iş deneyimi yaşıyorsunuz. Bu yarışmada beş kişiden oluşan ekibimizle birlikte MAVİ şirketi hisse değerlendirme ve araştırma raporu ile okulumuzu temsil ettik. Yarışmayı Türkiye finalisti ve öne çıkan araştırma analisti olarak tamamladım.

Katkılarından dolayı ekip arkadaşlarıma, mentorumuz Özgür Göker ve çok değerli hocamız Doç. Dr. Berna Aydoğan'a ayrıca teşekkür ediyorum.

Son yılım olan 2020-2021 Eğitim yılında, iş hayatında kendimi nerede görmek istediğim konusunda karar vermem gerekiyordu. Prof.Dr. Coşkun Küçüközmen'in verdiği Yeni Ekoloji ve Finansal Teknoloji, FinTech dersi geleceğimi şekillendirmemde oldukça etkili oldu. FinTech hızlı büyüyen ve bu nedenle de doğası gereği oldukça rekabetçi bir alan. Bildiğiniz üzere, Covid-19 pandemi sürecinde dijitalleşme alanında bir çok yenilik ve değişim yaşandı, bu değişime ayak uydurabilmek, adapte olabilmek ve en önemlisi sizi öne çıkaracak bir vizyona

sahip olabilmek asıl farkı yaratıyor. Değerli hocam Cumhur Coşkun Küçüközmen'den aldığım mailden bir kesiti sizlerle paylaşmak istiyorum. Onun sözleriyle "Yarının sınavını bir sınav olarak değil, gelecek vaat eden bir çalışan olarak değerlendirmenizi istiyorum. İş dünyasında her şey çok hızlı geliyor ve kendinizi beklenmedik işlerin üstesinden gelmeye çalışırken bulabilirsiniz. Bu sınav şöyle bir şey olacak..." Belki de esasında sınavın kolay olmayacağını kastetmişti... Ama anladığım şey benim için çok ilham vericiydi. 'BEKLENMEYENİ BEKLEYİN', hem yaşam hem de finans sektörü için çok doğru bir söylem.

Bugün İstanbul'da bir finansal teknoloji şirketinde, iş geliştirme, satış ve pazarlama yöneticisi olarak çalışmaktayım. Yaptığım işi eskiyen teknolojilerin ve miras sistemlerin dönüşümü ve dijitalleşme alanında aklınıza gelebilecek her türlü ihtiyacın hem Türkiye hem de yurtdışı pazarında adreslenmesi olarak ifade edebilirim. Portföy şirketlerinden bankalara ve sigorta sektörüne kadar bir çok farklı sektörlerde varız.

Bugünlere gelmemde katkısı bulunan herkese en derin teşekkürlerimi iletiyorum, bir kez daha bu platformda bana da yer verdiğiniz için teşekkür ederim.

EMRE BİRİNCİOĞLU

İşletme & Muhasebe ve Denetim Bölümü

Deloitte Hollonda

Denetim Yöneticisi

2008 yılında hazırlık öğrencisi olarak başladığım İzmir Ekonomi Üniversitesi serüvenimi 2013 yılında mezun olarak sonlandırdım. Bu süre içerisinde İşletme bölümünün yanı sıra Muhasebe ve Denetim bölümüne de o dönemki opsiyon programı dahilinde katıldım ve hem İşletme hem de Muhasebe ve Denetim Opsiyon Programı bölümlerinden 2013 yılında mezun olduktan sonra Deloitte Türkiye'de çalışmaya başladım. Eğitim dönemim süresince, okulun o dönemki eğitim kadrosunun yönlendirmelerinin yanı sıra denetim sektöründe çalışan üst düzey yöneticilerden de



aldığımız derslerimiz sayesinde sektör içerisinde nelerle karşılaşabileceğimize yönelik örneklerle de ulaşma imkânına sahip oldum. Big4 olarak adlandırdığımız, dünya genelinde en büyük 4 denetim firması olarak bilinen bu şirketlerin üst düzey yöneticilerinden aldığımız bu dersler aynı zamanda bizleri bu kişiler için daha görünür kıldığı için ise alım sürecinde de çok katkısı olduğunu düşünüyorum. O dönemde bizlerin her türlü sorunu ile ilgilenen ve bizlere her türlü desteği ve yönlendirmeyi sağlayan bölüm başkanımız Prof. Dr. Serdar Ozkan başta olmak üzere tüm hocalarımıza ve asistanlarına bizleri iş hayatına olabilecek en iyi şekilde hazırladıkları için büyük bir teşekkürü borç bilirim.

Sektörün ileri gelen kişilerinden ders alabilme şansının yanı sıra, mezuniyetimiz yaklaştıkça eğitim sonrası hayatımız için bizleri nelerin beklediğini, kendimize çizmek istediğimiz yolu ve bu yolu ulaşılabilir kılacak her türlü bilgiyi yine okulumuzun düzenlediği kariyer günleri programlarında ulaşabilme şansına sahip olduk.

2013 yılı Haziran ayında mezun olup Eylül ayında Deloitte Türkiye de çalışmaya başladıktan sonra Hollandaya taşınana kadar Deloitte Türkiye İzmir ofisinde 2020 Eylül ayına kadar çalışmaya devam ettim. Bu 7 senenin son 2 senesinde denetim müdürlüğü görevini üstlendim. 2020 yılının Eylül ayında Deloitte Hollandaya transfer oldum ve şuan Deloitte Hollanda bünyesi altında Jr. Manager pozisyonunda çalışmaya devam etmekteyim.

Yurtdışı deneyimi kazanmak benim için kariyerimde çok önemli gördüğüm bir dönüm noktasıydı. Açıkça belirtmem gerekir ki, lisemde Almanca bölüm okudum ve Üniversiteye başlarken İngilizcemin beginner seviyesinde olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim. Üniversitede hazırlık sınıfında almış olduğum İngilizcenin yıllar içerisinde üzerine koya koya geliştirebilmek ve İngilizce konuşarak günlük yaşamımı idame ettirebilecek duruma gelmek, geriye dönüp baktığımda aslında üniversitenin hazırlık programının ne kadar kaliteli olduğunu bir kere daha gösteriyor bana. Hazırlık eğitimi sonrası 4 yıl boyunca bölümümüz ile ilgili dersleri %100 İngilizce almamın da bu konuda çok faydası olduğu bir gerçek, bu dersleri İngilizce olarak orijinal dillerinde işlemek aslında öğrencilere farkında olmadan çok geniş bir terminoloji hafızası da kazandırıyor ve çalışma hayatına başlayınca, özellikle de global bir şirkette çalışacak olursanız faydalarının net bir şekilde görülebileceğine inanıyorum.

Çok eğlenceli ve dolu dolu geçirdiğim Üniversite günlerimi özlemle anarken bizlere bu ortamı sağlayan ve çağdaş birer bireyler olarak yetiştirmemizde sonsuz katkısı olan güzel okuluma ve eğitim kadrosuna çok teşekkür ediyorum.

KULÜPLER KÖŞEMİZ

İzmir Ekonomi Üniversitesi

Kariyer Kulübü



İEÜ Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Çiğdem Kentmen Çin, Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (EKOKAM) Müdürü Prof. Dr. Gönül Dinç Horasan'ın da katıldığı panelin ilk konuşmacısı, Balçova Belediye Başkanı Fatma Çalkaya oldu.

Ardından da Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı Kurucu Üyesi Av. Canan Arın, Help Steps Kurucu CEO'su Gözde Venedik, Türkiye Omurilik Felçlileri Derneği Genel Başkanı Semra Çetinkaya, üretkeniz.biz Kurucu Başkanı Melek Bar Elmas, The House Cafe'ler Ortağı ve Genel Müdürü Canan Özdemir İşmen, Profesyonel Dansçı-Koreograf Melisa Sahra Katılmış ile bir araya gelerek bilgi ve deneyimlerini aktardı.

Kadının güçlenmesi ve herkese ilham olmasını sürdürülebilir kalkınma hedefleri açısından önemine inanıyor, tüm faaliyetlerimize bu bilinci yansıtıyoruz. Bu amaç doğrultusunda kadınların yaşadıkları zorlukların üstesinden gelme serüvenlerinin herkese ilham olması ve tüm bu süreçleri yaşarken yalnız olmadıklarını hissetmelerini sağlamak amacıyla, 8 Mart tarihinde İzmir Ekonomi Üniversitesi Konferans Salonu'nda "İlham Veren Hayatlar" adlı etkinliğimize;



Uluslararası Ticaret ve Finans Kulübü

Uluslararası Ticaret ve Finans Kulübü olarak çağımızın en merak edilen konularından biri olan Kripto paralar hakkında daha iyi bilgi sahibi olmak amacıyla BTC Türk'ten Sayın Onur Gözüpek'in katılımıyla "Kriptopara Semineri" gerçekleştirdik. Bu seminerde Kripto paraların çeşitleri ve tarihçesi hakkında detaylı bilgiler edindik. Geçtiğimiz haftalarda Mezunlarla İlişkiler ofisi & Uluslararası Ticaret ve Finans Kulübü işbirliğinde eski mezunlarımız Sinem Çelik ve Ali Mat ile Zoom video-konferans yoluyla okulun hayatlarına etkisi, yaşadıkları tecrübeler ve kariyer basamakları hakkında detaylı bilgi sahibi olduk. Bu bilgiler sayesinde henüz kafasında hangi sektörde çalışmak istediği konusunda soru işaretleri olan arkadaşlarımızın da kariyer tercihleri yapmasında yardımcı olduğuna inanıyoruz.



İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ
MEZUNLARLA İLİŞKİLER OFİSİ & Uluslararası Ticaret ve Finans Kulübü

10 MART
Perşembe
20:00

 zoom



Sinem ÇELİK
Ticari Planlama ve Kiralama Uzmanı
Tasmanian Ports
Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü
2010 Mezun

MEZUN
EKONOMİDEN EKONOMİYE SOHBETLERİ

İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ
MEZUNLARLA İLİŞKİLER OFİSİ & Uluslararası Ticaret ve Finans Kulübü

17 MART
Perşembe
20:00

 zoom



Ali MAT
Müşteri Yönetim Müdürü
Henkel
Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü
2007 Mezun

MEZUN
EKONOMİDEN EKONOMİYE SOHBETLERİ

KRIPTOPARA SEMİNERİ


Onur Gözüpek
BtcTürk
Content Creator



Konular:

- Bitcoin ve Kriptoparalar
- Metaverse
- DeFi
- NFT
- Piyasa Durumu ve Piyasadaki volatilitenin nedenleri

ETKİNLİK ZOOM ÜZERİNDEN GERÇEKLEŞTİRİLECEKTİR.

TARİH Ocak 04, 2022
SAAT 20.00-22.00

İEÜ Lojistik Kulübü



Lojistik Kulübü kurulduğu 2004-2005 eğitim-öğretim yılından bu yana bilimsel ve sosyal alanda birçok başarılı organizasyon gerçekleştirmiştir. Gönüllük esasıyla çalışmalarını sürdüren Lojistik Kulübü bir öğrenci topluluğudur. Üyelerinin kişisel gelişiminde tamamlayıcı rol oynamasının yanında, İzmir Ekonomi Üniversitesi Lojistik Yönetimi bölümü öğrencilerinin yanı sıra farklı bölümlerden toplamda 180'den fazla üyesi ve geniş yönetim kuruluyla teorik bilgiyi pratiğe çevirmeyi amaç edinerek bilimsel ve sosyal alanlardaki projelerini tasarlamakta ve uygulamaktadır.



Ekonomi Kulübü

Ekonomi Kulübü olarak geçtiğimiz dönemlerde gerçekleştirdiğimiz Ekonomi Sohbetleri serisini geçen dönem de devam ettirerek Prof. Dr. Ayla OĞUŞ BİNATLI ve Prof. Dr. Alper DUMAN ile efektif söyleşiler gerçekleştirdik. Yapılan söyleşilerde, katılımcıların Ekonomi hakkındaki güncel bilgileri takip etmesine ve analiz üzerine yoğunlaşmasını amaçlanmıştır. Prof. Dr. Alper DUMAN' ın Türkiye Nereye Gidiyor? Bindik Bir Alamete başlıklı söyleşisinde doların geleceği ve Türkiye ekonomisi üzerine makroekonomik analizler yapıldı. İthalat ve ihracat konuları üzerinde yoğunlaşıp Türkiye'nin ve Türkiye Ekonomisinin geleceği hakkında tartışıldı. Diğer bir yandan gerçekleştirdiğimiz Ekonomi Sohbetleri serimizde Prof. Dr. Ayla OĞUŞ BİNATLI'nın söyleşisinde, Korona Virüsünün İstihdam Üzerindeki Etkileri ele alınarak makroekonomik analizlerle pandeminin ekonomi üzerine etkisi incelendi.



İEU EKONOMİ
KULÜBÜ

PROF. DR. AYLA OĞUŞ BİNATLI

EKONOMİ SOHBETLERİ

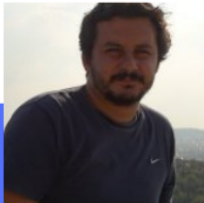
KORONAVİRÜSÜN
İSTİHDAM ÜZERİNDEKİ
ETKİLERİ



İZMİR EKONOMİ
ÜNİVERSİTESİ



İEU EKONOMİ KULÜBÜ



Bindik Bir Alamete

PROF. DR. ALPER DUMAN



İZMİR EKONOMİ
ÜNİVERSİTESİ



Türkiye Nereye Gidiyor?

FAKÜLTE BULMACASI



1. Sabit kur sistemlerinde ödemeler dengesi açık veren ülkenin ulusal parasının dış satın alma gücünün, hükûmetçe alınan bir kararla düşürülmesidir.
2. Deflasyon içinde bulunan veya deflasyona kaymakta olan bir piyasanın yeniden dengeye getirilmesi.
3. Bir lojistik şirketinin merkez kuruluşu dışında bir bölgede, onun adına hizmet veren kuruluş veya bireydir
4. Geminin kendisine tanınan yükleme ve boşaltma süresini aşması ya da konteyner içinde bekleyen yükün tanınan süreden önce gümrükten çekilip boşaltılmamasıdır.
5. Taşıtların yüklü veya yüksüz olarak karayolunda güvenli seyirlerini temin amacı ile uzunluk, genişlik ve yüksekliklerini belirleyen ölçülerdir.
6. Bankalarca yapılan, belli bir faiz oranıyla ve belli bir süre sonra geri satın alınmak güvencesiyle bono, tahvil ve benzeri değerli kâğıt satma işlemi.
7. Dış ticaret yapan iki veya daha fazla ülke arasında ve hizmetlerin ülkeye girişlerinde o ülke ekonomisinin aldığı vergidir.
8. Yapılan mal ve hizmet teslimlerinde, mal veya hizmeti teslim alanın, teslim edene ödediği vergi türünün kısaltılması.
9. Yatırım projelerinin uygunluğu için gereken araştırmaların yapılması.
10. Bir işletmenin borçlarını ödeyebilme yeteneğine sahip olması.
11. Bir malı belirli bir süre içinde belli bir fiyata satmak için satıcı tarafından alıcıya verilen süre.
12. Üzerinde yazılı belli bir tutarda paranın, senet lehdarına ya da onun emrine kayıtsız şartsız ödeneceğine dair taahhüdü içeren bir kambyo senedidir.



İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ
İşletme Fakültesi

BİR-İZ

dergisi

İEÜ İŞLETME FAKÜLTESİ ONLINE DERGİ