



Bu işte bir “oyun” var



Gençlere Fırsat Verin

Türkiye'nin az bilinen üniversitelerinden yeni mezun gençlerin ilk işlerine geçişte karşılaştıkları fırsat eşitsizliklerine çözüm olmak hedefiyle çıktığımız yolda, 2019 yılında 35 gence İlk Fırsat'ını verdik. Sivil toplum kuruluşlarında çalışma deneyimi kazanan ve eğitimlerle desteklenen İlk Fırsat 2019 katılımcıları iş hayatına hazır. Siz de onlara fırsat vermeye hazır mısınız?

2016'dan bu yana

95
İlk Fırsatlı
genç

250+
saat
Eğitimle işe
alımlarda rekabet
güçlerini artırdı

%80
Program bitmeden
iş teklifi aldı

%60-40
Özel sektör / STK
çalışma oranı

%94
Programdan sonraki
üç ayda yeni işine
başladı



YAPIMCI

PERYÖN - Türkiye İnsan Yönetimi Derneği

TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ

Berna Öztınaz

YAYIN TÜRÜ

Yerel, Süreli, 2 Aylık

DANIŞMA KURULU

Özlem Helvacı, Şirin Mine Kılıç, Gülseren Özen, Berna Öztınaz

GENEL YAYIN YÖNETMENİ (SORUMLU)

Berna Öztınaz

YAYIN DİREKTÖRÜ

Şirin Mine Kılıç

EDİTÖR

Serra Sönmez

MUHABİR

Aliye Gümüş

YAZARLAR

Sinan Alçın, Yankı Yazgan, Ülkü Feyyaz Taktak, Necdet Kenar, Sait İşseven

FOTOĞRAFLAR

Muhsin Ergün

GRAFİK UYGULAMA

Hale Tekcan

YAPIM

Mineral Medya
bilgi@mineralmedya.com
www.mineralmedya.com

REKLAM SATIŞ VE REZERVASYON

Mineral Medya
info@mineralmedya.com
Tel: 0212 258 55 59

BASKI

G.M. Matbaacılık ve Tic. A.Ş.
100 Yıl Mah. MAS-SİT Cad. No: 88 Bağcılar-İst.
Tel: (0212) 629 00 24-25 Faks: (0212) 629 20 13

BASKI TARİHİ: Kasım 2019

DERGİ YÖNETİM YERİ

PERYÖN, Üst Bostancı Mah. Yalıyolu Sok. No: 54
İsmail Ergin İş Merk. B Blok Kat: 4
Kadıköy / İstanbul

PY (Popüler Yönetim) Dergisi, Türkiye İnsan Yönetimi Derneği (PERYÖN) adına Mineral Medya Organizasyon Danışmanlık İletişim Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti. tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır.

PY'de yayımlanan yazı, fotoğraf ve konuların tüm hakları ve PY logosu PERYÖN'e aittir.

Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.

PY Popüler Yönetim Dergisi, yerel süreli bir yayındır. Dergide yer alan yazılardaki görüşler, sadece yazarlarına aittir.

ISSN 1305-2659

8

DOSYA



Bu işte bir "oyun" var

19

PERYÖN ÖDÜL



11. PERYÖN İnsana Değer Ödülleri sahiplerini buldu

26

KONGRE ÖZEL



Akan Abdula

"Fırsat istiyorsan, karşılınmamış duygusal ihtiyaçları keşfet!"

34

BÜYÜTEÇ



İş fikri başarıya nasıl ulaşır?

45

ARAŞTIRMA



İş dünyası sosyal girişim liderliğine hazır mı?

15

YAZARLAR

Necdet Kenar
UZMAN YORUMU

29 Sinan Alçın

EKONOMİ VE İNSAN

39 Yankı Yazgan

ZEVK ZAHMET ZAMAN ZARURET

44 Ülkü Feyyaz Taktak

HAVADAN SUDAN SADECE HAYATTAN

49 Sait İşseven

KİTAPLIK

16

PANORAMA



Berna Öztınaz

"EAPM yönetiminde yer almamız Avrupa'daki itibarımızı güçlendirecek"

22

KONGRE ÖZEL



Salim Kadıbeşegil

"İtibarımı korumak isteyen şirketler öncelikle 'etik değerleri' elinde tutmalı"

30

GÖNÜLLÜ İK



Meltem Aydın

Kendini sev, uğraş edin, hareket et!

40

ÇEŞİTLİLİK



İşin cinsiyeti yok, ustası var!

48

ÇEŞİTLİLİK



Ayrımcılığa karşı önemli bir adım: Regl izni

4 Kısa Kısa

6 Dünyadan

36 Kısa Kısa PERYÖN

46 Stratejik İK
Deloitte sponsorluğunda

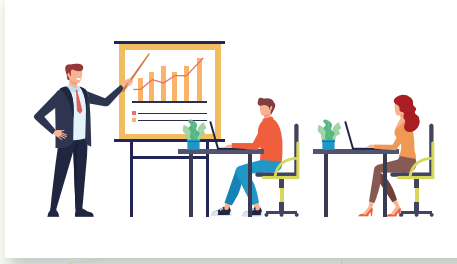
50 Kitap

51 Atama - Transfer

52 Ajanda

53 İşe Dokunan Sözler

2020 Yılı Eğitim Planlamanızda



Açık Sınıf Eğitimler



Sertifika Programları



Kurumunuza Özel Eğitim Tasarımları



Online Eğitimler

Çözüm Ortağınız

PERYÖN AKADEMİ



www.peryon.org.tr

Tel: +90 216 368 00 79

akademi@peryon.org.tr

“Harikalara,, hazır olmak için...”



Berna Öztınaz

PERYÖN Yönetim Kurulu Başkanı

py@peryon.org.tr

Lewis Carol, 1832-1898 arasında yaşadı. Küçükken geçirdiği hastalıklar, Carol'un tek kulağını sağır etmekle kalmadı, aynı zamanda ona hayatı boyunca mücadele edeceği öksürük nöbetlerini ve bir de kekemeliği bıraktı. Uğraştığı tüm dertlere rağmen iyi bir hikaye anlatıcısıydı Carol... Ayrıca iyi de şarkı söylerdi. Bu meziyetleriyle sosyetenin kabul gören bir üyesiydi. Yine de çocuklarla, büyüklerle olduğundan daha iyi anlaşıyordu.

Carol aynı zamanda bir matematikçi ve mucitti; hatta Scrabble kelime oyununun ilk versiyonunu da onun geliştirdiği söylenir. Bir yandan da gelişen yeni bir icatla; fotoğrafçılıkla uğraşıyordu. Sakin, politik, düşünsel ve dini açılardan muhafazakar biriydi. Küçük yaşından beri şiir ve hikayeler yazıyordu. Ama bunları basılı hale getirme cesaretini 20'li yaşlarının ortasına kadar bulamamıştı.

Oxford'ta yaşayan Carol, 1856'da dekan Henry Liddell ve ailesiyle tanıştı. Liddell ailesinin çocukları; Harry, Lorina, Edith ve Alice ile hemen dostluk kurdu. Bu dostlukla, Carol'un milyonlarca insana

dokunacak eserinin temelleri de atıldı.

Çocuklarla yaptığı yürüyüşlerde, gezilerde Carol onlara hikayeler anlatırdı. Bir gün Carol'un anlattığı bir hikayeyi çok seven 10 yaşındaki Alice, hikayeyi yazması için ona yalvardı. Sonunda küçük kıza kıramayan Carol hikayeyi yazdı, hatta karakalem çizimlerle süsleyerek Alice'e hediye etti. Kitapları defalarca basılan, müzikalleri, filmleri, oyunları yapılan, sembolizmin mükemmel örneği "Alice Harikalar Diyarında" işte böyle doğdu.

Alice, o devrin Z kuşağı mıydı?

PERYÖN Ege'nin "Bir Yönetim Yolculuğu" temalı zirvesinin Alice'li posterleri bana birçok şey düşündürdü. Eğer 10 yaşındaki Alice, şimdiye kadar bir sürü hikaye anlatmış olan Carol'a, bu hikayeyi yazması için yalvarmasaydı, hikayeye; cesareti, maceracılığı ve keskin zekâsıyla ilham vermeseydi "Alice Harikalar Diyarında" hiç olmayabilirdi.

Galiba Alice, Lewis Carol'un nesli için Z kuşağının temsilcisiydi: Cesur, deneyimlemekten hoşlanan, merak eden, sunulanla yetinmeyen, bir sonraki

teknolojiye, yani yazma ve çizmeye fazlasıyla meraklı, "ben" duygusu gelişmiş, seyirci değil aynı zamanda ana karakter olmak isteyen, zorlayan, cevap bulan...

Kapımızı çalan geleceğe beraber yürüyeceğimiz Z kuşağı, bakalım nasıl ilhamlar verecek, neler yaratacak?

Önümüzde uzun ama inanıyorum ki en az Alice'inki kadar sürprizlerle dolu bir yol var. Üstelik uzayan yaşam süresi ve biyoteknoloji ile tarihte ilk kez, gelecek yolculuğunu en az dört kuşak birlikte yürüyecek. Yapay zekâ, teknoloji, iklim, sosyal-politik-ekonomik gelişmeler, radikal uçlarda dünyanın dengesiyle oynayan liderler (kraliçeyi hatırlayınız), artan nüfus ve uzayan hayat gibi unsurları dikkate alalım.

Sanırım "harika"lara hazır olabilmek için bize düşen, açık fikirli ve öğrenmeye istekli olmak, iyi bir öğrenme stratejisi geliştirmek ve keskin kenarlarımızı törpüleyip dünyayı bir bütün olarak kucaklamak.

Gerisi yolun kendisine kalmış.

KADINLAR, “ERKEK GİBİ DAVRANMAK” ZORUNDA KALİYOR

Dünya Ekonomik Forumu tarafından derlenen “Cinsiyet Açığı Endeksi”, Türkiye’nin kadınların işgücüne katılımında, profesyonel ve teknik rollerde temsil edilmesinde 131’inci sırada olduğunu belirtiyor. Bu doğrultuda, 255 sanat profesyonelinin katılımıyla British Council tarafından hazırlanan



“Kültürde Kadın Gücü” araştırması ile Türkiye’de yaratıcı sektörlerde yer alan kadın liderlerin profilleri, mevcut rolleri ve etkileri incelendi. Araştırmaya göre, kültür-sanat sektörünün kadın çalışan ağırlıklı yenilikçi bir sektör olarak görülmesine rağmen işe alım, terfi, kariyer gelişimi ve maaş gibi konularda eşitsizliğin çeşitli aşamalarda görüldüğünü ortaya koyuluyor. Araştırmanın, toplumun cinsiyet bakış açısı verilerine göre ise; kadınların yüzde 40’ı sektörde kadın olmanın zorluğuna dikkat çekerken, yüzde 25’i de mesleki hayatında bazen “erkek gibi davranmak” zorunda kaldığını kabul ediyor. Araştırma, sektörde çalışan kadın profesyoneller ve yöneticilerin yüzde 80’inin fiziksel çalışma ortamlarından, yüzde 79’unun iş arkadaşlarından ve yüzde 72,5’inin üst kademe yöneticilerinden memnun olduğunu ortaya koyuyor. Araştırmaya katılan kadınların yüzde 72’si kariyerlerinde ilerlemek istediğini belirtiyor ve yüzde 55’i yönetici olmaya hazır olduğunu söylüyor.

TÜRKİYE İŞ-YAŞAM DENGESİNDE SONUNCU!

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), Better Life Index (Daha İyi Yaşam Endeksi) kapsamında Avrupa, Amerika Kıtası, Asya ve Afrika’da yer alan 40 ülkeyi iş-yaşam dengesi açısından inceledi. Yapılan araştırmada ülkelerin iş-yaşam dengesi puanı 10 üzerinden değerlendirilirken, 9,5 puana sahip Hollanda ilk sırada yer aldı. 9,4 puanla ikinci sıradaki İtalya’yı 9 puanla Danimarka takip etti. Türkiye ise 3,1 puanla Avrupa ülkeleri arasında son sırada yer aldı.



Türkiye genel değerlendirmede Kolombiya ve Meksika’nın önünde 38’inci oldu. İş-yaşam dengesiyle ilgili OECD araştırmasında haftada 50 saat ve daha fazla çalışma oranının yanı sıra çalışanların kişisel bakım ve iş dışındaki diğer aktiviteleri için kendilerine ne kadar zaman ayırdıkları da

incelendi. Araştırmada ayrıca Türkiye’de çalışanların yüzde 33’ünün 50 saatten daha fazla çalıştığı belirlendi. Türkiye’de çalışanların uyku da dahil olmak üzere kişisel olarak kendilerine 14.8 saat zaman ayırdıkları ortaya çıkarken OECD’nin bu konudaki ortalama süresi olan 15 saatin altında kaldı.

İSTANBUL HAVALİMANI’NA 2 BİN 550 KİTAPLIK KÜTÜPHANE



İstanbul Havalimanı’nda, Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstanbul Teknik Üniversitesi ve İGA iş birliğiyle kurulan “Libra(i)ryport”, iç hatlar bağlantı noktasında faaliyete girdi. Üyelik sistemiyle çalışacak havaalanı kütüphanesi Libra(i)ryport’ta; 1350 edebiyat, 500 çocuk, 150 İngilizce, 50 dergi ve 500 Nobel ödüllü eser olmak üzere toplam 2 bin 550 kitap yer alıyor. Yolcuların seyahatleri süresince kitap ödünç alabilmelerine imkan sunan havaalanı kütüphanesi her gün 06.30-23.30 arası hizmet verecek.

Üye olan iç hatlar yolcuları, uçuş öncesinde bu kütüphaneden kitap ödünç alacak. Daha sonra üyeler, bu kitapları, İstanbul Havalimanı Gelen Yolcu Bölümü’ndeki kitap iade kutusuna bırakabilecek ya da Türkiye’deki herhangi bir halk kütüphanesine teslim edebilecek.

“TÜRKİYE’NİN MÜHENDİS KIZLARI” PROJESİ BEŞİNCİ YILINDA

Limak Vakfı, T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı’nın (UNDP) proje ortaklığında hayata geçirilen **Türkiye’nin Mühendis Kızları** (TMK) projesi, beşinci yılında güçlenerek devam ediyor. Proje, kadınların mühendislik alanında daha fazla yer almalarını sağlayarak ülkemizin ekonomik ve sosyal güçlenmesine katkıda bulunmayı amaçlıyor.

MÜHENDİSLİKTE LİDERLİK SERTİFİKA PROGRAMI

PERYÖN Akademi iş birliğinde özel olarak oluşturulan “Mühendislikte Liderlik Sertifika Programı” ile 99 mühendislik öğrencisinin donanım kazanmalarına katkı sunmak amaçlanıyor. Sertifika programı; ikna mühendisliği, finansal okur yazarlık, etkili sunum becerileri, stres yönetimi, etkili sunum becerileri, proje yönetiminde ekip üyesi olmak, kişisel liderlik yolculuğu, girişimcilik ve networking, iletişim ve ilişki yönetimi, takım çalışması, inovasyonel yaratıcılık, başarılı iş görüşmesi, ofis programları eğitimleriyle 12 modülden oluşuyor. Program aracılığıyla katılımcıların 21. yüzyıl becerilerine sahip yüksek performans gösterebilen ve şirket verimliliğini üst düzeye çıkarabilecek iş insanı kimliği kazanmaları hedefleniyor.

Eğitimler PERYÖN Akademi’nin yenilikçi eğitim modeli olan dijital eğitim platformu üzerinden sunulacak. Türkiye’de 10 şehirden öğrenciler aynı anda PERYÖN Akademi’nin akredite eğitmenleri tarafından çevrimiçi sunulacak eğitimlere katılabilecek.



PERYÖN ve Limak Vakfı iş birliği 2020’de de sürecek. Yeni dönem mühendis kızların gelişimi PERYÖN Akademi tarafından özel tasarlanacak eğitimlerle sağlanmaya devam edecek.

TMK ÜNİVERSİTE PROGRAMI

Dört yılda toplam 310 kız öğrencinin çok yönlü desteklerden **TMK Üniversite Programı** kapsamında ise devlet üniversitelerinin bilgisayar, çevre, elektrik-elektronik, endüstri, inşaat ve makine mühendisliği bölümlerinde okuyan kız öğrencilere burs imkânı sunuluyor. Program kapsamında, kız öğrencilere mühendislik fakültesindeki eğitimleri boyunca kişisel ve mesleki gelişimlerine katkıda bulunacak sertifika programları, online İngilizce dil eğitimi, mentorluk desteği, staj ve istihdam gibi olanaklar da yer alıyor.

TMK LİSE PROGRAMI

Bütüncül bir yaklaşımla tasarlanan projenin lise programı kapsamında,

erken yaşlarda oluşan mesleki tercihlere yönelik kalıp yargıları dönüştürmek ve toplumun daha geniş kesimlerinde farkındalık yaratmak hedefleniyor. Bugüne kadar 20 binin üzerinde lise öğrencisine ulaşan **TMK Lise Programı**, 2019-2020 eğitim öğretim yılında Türkiye’nin 10 farklı ilindeki (Adana, Ankara, Aydın, Balıkesir, Bitlis, Diyarbakır, Isparta, İstanbul, İzmir, Samsun) 25 okulda farkındalık yaratıcı “Karar Senin” oyunu, sanal gerçeklik uygulamaları ve her bir okulda gerçekleştirilecek rol model buluşmaları ile yıl boyunca faaliyetlerini sürdürecektir.

İŞ DÜNYASININ YENİ PARA BİRİMİ “ÇEVİKLİK”

KPMG’nin CEO Outlook 2019 araştırması, dünya genelinde CEO’ların üçte ikisinin, çevik hareket etmenin değişen iş dünyasında büyümenin anahtarı olduğuna inandığını gösteriyor. CEO’lar, çevresel, ekonomik ve teknolojik değişimler karşısında şirketlerini organizasyonel çeviklikle dönüştürmeye çalışıyorlar. Bunu yaparken mevcut iş modellerini yıkmaları ve pazarın katı kurallarına meydan okumaları gerekiyor. Araştırmaya göre iklim değişikliğini şirketlerinin büyümesinin önündeki en büyük tehdit gören yöneticiler, yatırım önceliklerini de yeni teknolojilerden yana kullanıyor.



Dünyada iş ve çalışma hayatında neler oluyor?

ABD

Asgari ücret 15 dolar oldu

Amerika Birleşik Devletleri Temsilciler Meclisi, asgari ücretlerin artırılmasını öngören karar tasarısını onayladı. Saat başı 7,5 dolar seviyesinde olan asgari ücret 15 dolara çıkarıldı. Asgari ücretin 15 dolara yükseltilmesi talebi ilk kez 2012'de New York'taki fast food çalışanları tarafından gündeme getirilmişti.

DANİMARKA

Çalışma günü azaldı, saat aynı!

Danimarka'nın Odsherred belediyesi dört günlük mesai uygulamasına geçerek bu alanda karar alan ülkedeki ilk resmi kurum oldu. Buna göre belediye çalışanları sene boyunca cuma günü de dahil üç günlük hafta sonu tatili yapacak. Yaklaşık 300 kişinin çalıştığı belediye, haftalık 35 saatlik çalışma saatinin değişmediğini, sadece çalışma günlerinin azaldığını açıkladı.

İNGİLTERE

İşverenler AB ayrılığında endişeli

İngiltere İşe Alım ve İstihdam Konfederasyonu (REC), İngiltere'de yerleşik 609 işverente istihdam piyasasına ilişkin bir anket yaptı. Ankete katılanların yaklaşık yüzde 46'sı İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrıldıktan sonra gerekli niteliklere sahip çalışanları bulamamasından endişe ediyor. Özellikle İngiliz hükümetinin anlaşmasız ayrılık halinde AB çalışanlarının serbest dolaşımını iptal etmesinin işverenleri zor durumda bırakabileceği kaydedildi.



BREZİLYA

İşçilere köle muamelesine ceza geldi

Telefonica Brasil ve tedarik zincirinde birlikte çalıştığı üç şirket, işçilere köle muamelesi yaptıkları gerekçesiyle suçlu bulundu. Espirito Santo eyaletindeki savcılar 11 işçinin inşaatta bir ay boyunca uygun dinlenme, barınma ve hijyen koşulları olmadan uzun saatler çalışmaya zorlandığını duyurdu. Şirket ve taşeronları 53 bin dolar para cezasına çarptırıldı.

ARJANTİN

Mesleği yerine ev işi yapan kadına tazminat

Arjantin'de, 70 yaşındaki kadın, meslek sahibi olmasına rağmen 27 yıl süren evliliği boyunca mesleği yerine ev işi yapmak zorunda bırakıldığı için boşandığı erkek hakkında şikayette bulundu. "Kadınların ekonomik olarak kocalarına bağımlı olmasının toplumda kadının rolünün geri plana itilmesine neden olduğu" gerekçesiyle kadını haklı bulan mahkeme, erkeğin 157 bin Euro tazminat ödemesine hükmetti.

FRANSA

Dünya Kadınlar Kupası'nda eşit ücret talebi

Fransa'da gerçekleşen FIFA Dünya Kadınlar Kupası'na "eşit ücret" mücadelesi damgasını vurdu. Kupayı, ABD kadın futbol takımı aldı. Takım kaptanı Megan Rapinoe, kadın ve erkek futbolcular arasındaki ücret eşitsizliğinin giderilmesi için FIFA Başkanı Gianni Infantino'ya çağrıda bulundu.

ALMANYA

Almanya yurt dışından hemşire ithal edecek

Almanya Sağlık Bakanı Jens Spahn, ülkede giderek büyük bir sorun haline almaya başlayan hemşire ve hasta bakıcı açığını gidermek için Meksika'yı ziyaret etti. 2023'e kadar sektöre yüzde 10 oranında daha fazla işçi almayı hedeflediklerini söyleyen Spahn, kalifiye Meksikalı hemşirelerin Almanya'da çalışabilmesi için gerekli resmi prosedürleri hızlandıracaklarını açıkladı.

ÇİN

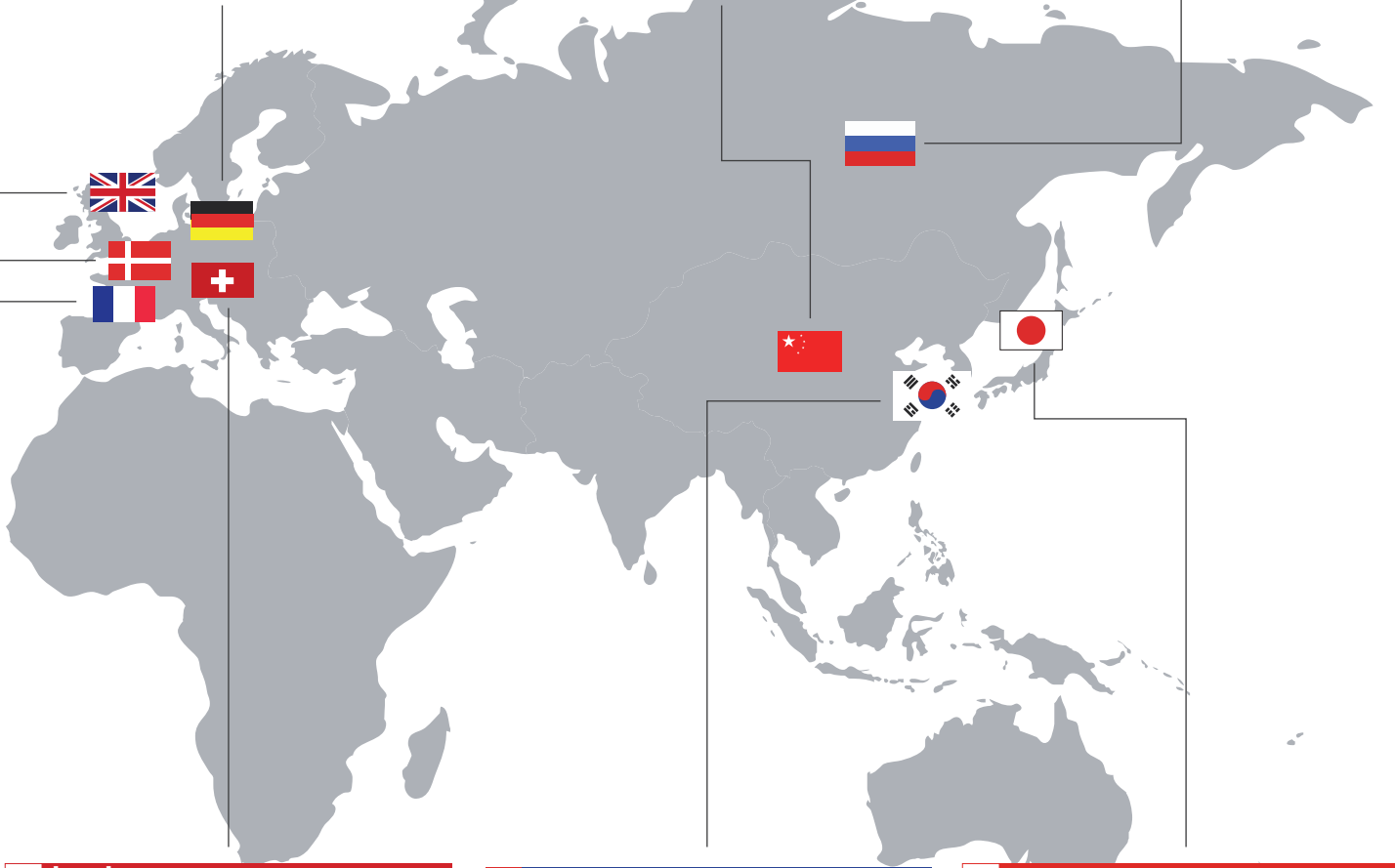
Stajyerler gece mesaisine zorlanıyor

Çin'de üretim yapan Foxconn şirketinin, Amazon'un Echo Dot (sesli asistan) ürününün yapımını hızlandırmak için stajyerleri gece mesaisine zorladığı ortaya çıktı. Çinli sivil toplum kuruluşu China Worker Watch tarafından yayınlanan rapora göre, son 2 ayda bine yakın stajyer haftada 10 saatlik mesailerle 6 gün çalışıyor. Stajyer öğrenciler aylık 248 dolar alıyor.

RUSYA

Haftada dört gün çalışma sistemini test edecek

Rusya Çalışma ve Sosyal Koruma Bakanlığı, üretkenliği artırmak için belirli şirketlerde haftada dört gün çalışma sistemini deneyecek. Deneyin kapsamında imalat, tarım, bilim ve teknik sektörlerinden şirketler yer alacak. Yapılan anketlere göre Rus işçilerin büyük çoğunluğu, bu fikri desteklemiyor.

**İSVİÇRE**

Isı stresi ile 80 milyon istihdam kaybı yaşanacak

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) "Daha Sıcak Gezegende Çalışmak: Isı Stresinin İşgücü Verimliliği ve İnsana Yakınsır İşe Etkisi" başlıklı raporu yayımladı. Bu yüzyılın sonuna kadar küresel sıcaklık artışının 1,5°C olacağı varsayımından hareket eden araştırma, 2030'da dünyada çalışma sürelerinin azalacağını öngörüyor. Bu da 80 milyona denk gelen yüzde 2,2'lik bir istihdam kaybına yol açacak.

GÜNEY KORE

Fazla çalışmak, kelliği artırıyor

Güney Kore'de Sungkyunkwan Üniversitesi Tıp Fakültesi, çalışma saatleriyle saç dökülmesi arasındaki bağlantıyı araştırdı. 20-59 yaşları arasında 13 binden fazla erkeği değerlendiren araştırmacılar, haftada 52 saatten fazla çalışan kişilerin kel olma ihtimalinin normalden iki kat fazla olduğunu keşfetti.

JAPONYA

"Aşırı" çalışmaktan 158 kişi öldü

Japonya'da çalışma şartlarıyla ilgili hazırlanan bir hükümet raporu, ülkede "karoshi" olarak bilinen "aşırı çalışmaya bağlı ölümler" konusundaki verileri paylaştı. Rapora göre, 2018'de intihar ya da sağlık sorunları nedeniyle hayatını kaybeden çalışanlardan 158'inin ölümü aşırı çalışmaya bağlı sorunlar nedeniyle gerçekleşti. Aşırı çalışmaya bağlı ölümler en çok 40'lı yaşlarda, inşaat ve medya sektöründe yaşanıyor.



Bu işte bir “oyun” var

DİJİTAL OYUNLAR ARTIK SADECE EĞLENCEDE DEĞİL, İŞE ALIMDAN EĞİTİME DEK BİRÇOK ALANDA ETKİ VE ROL SAHİBİ. TEKNOLOJİNİN HIZLA DÖNÜŞTÜRDÜĞÜ “OYUN” SEKTÖRÜ GİDEREK BÜYÜYOR. HER GÜN BİNLERCE OYUN PİYASAYA ÇIKIYOR. KÜRESEL OYUN PAZARININ 2022’DE YAKLAŞIK 200 MİLYAR DOLARLIK HACME SAHİP OLMASI BEKLENİYOR.

Dijital oyun sektörü hızla gelişiyor. Atari salonlarında başlayan dijital oyun serüveni bilgisayarlara girerek güçlü bir ivme sağladı. Ardından oyun konsollarıyla yolculuğuna devam etti. Şimdi ise cep telefonlarında ve akıllı cihazlarda... Bugün tüketiciler cep telefonu satın alırken cihazın oyun performansını da göz önünde bulunduruyorlar. Oyunlar da kendini geliştiriyor, başka sektörleri ve alanları etkiliyor; elbette iş dünyasını ve insan kaynaklarını da...

2018'de dünyada oyun pazarı yaklaşık 140 milyar dolarlık hacme sahipti; oyun pazarının gelirinin yarısından fazlasını, 80 milyar dolarlık hacmiyle mobil oyunlar oluşturdu. 2019 Küresel Oyun Pazarı Raporuna göre; dünya genelinde 2,5 milyardan fazla oyuncu var. Pazarın hacmi, önceki yıla göre yüzde 9,6 büyüyerek 2019'da 152,1 milyar dolara ulaştı. Sektörün hacminin 2022'de 196 milyar dolara yükselmesi bekleniyor. Oyun sektörü pazarında en büyük payı 36,9 milyar dolar gelir ile ABD elde ediyor. Onu, sırasıyla Çin, Japonya, Güney Kore ve Almanya izliyor.



Sektörün güçlenmesinde mobilin rolü büyük

Dijital oyun sektörünün büyümesinde mobil teknolojilerin gelişmesinin büyük etkisi var. Türkiye'de en az bir akıllı cihazı (telefon, tablet vb.) olmayan hane artık neredeyse kalmadı; akıllı telefon penetrasyonu yüzde 65'in üzerinde. Yaygınlaşan akıllı mobil cihazlar sayesinde oyuncular artık istedikleri her yerde oyun oynayabiliyor. Bugün Türkiye'de 30 milyonu aşkın kullanıcı oyun oynuyor.

Netmarble EMEA Yönetim Kurulu Başkanı Barış Özistek, mobil telefonların, mekan ve zamandan bağımsız olarak eğlenceye çok uygun fiyata ve genelde ücretsiz erişim imkanı sunduğunu, bunun da oyun pazarını hızla büyüttüğünü vurguluyor: "Akıllı telefon üreticileri oyunculara özel telefonlar piyasaya sürüyor, mobil oyunların farklı seviyede telefonlara yönelik versiyonları geliştiriliyor. Böyle

olunca önümüzdeki yıllarda mobil oyunun hızla büyüyeceğini, PC ve konsol gibi diğer alanların ise küçüleceğini beklememiz bir sürpriz olmaz. Mekan ve zaman bağımsız oyun deneyiminin kalite ve içerik zenginliği olarak da üst düzeye çıkmasıyla birlikte mobil oyunlar tüm dünyayı domine etmeye çoktan başladı.

Bir de dijital oyunların eğlence sektörünün bir parçası olduğunu unutmamalıyım. Artık oyun sektörünün cirosu Hollywood'u geride bırakıyor. Oyun oynamak bugün en kolay erişilebilir ve hesaplı eğlence biçimi. Üstelik oyun oynarken sadece seyirci değilsin, katılımcısın."



Barış Özistek: Artık oyun sektörünün cirosu Hollywood'u geride bırakıyor.

#PERYÖN #oyun #espor

MOBİL KULLANICILARIN YÜZDE 94'Ü HAFTADA EN AZ BİR KERE MOBİLDE OYUN OYNUYOR

AdColony ve Nielsen Sports iş birliğiyle yapılan "2019 Mobil Oyun Araştırması" mobil oyunların hayatımızdaki yerinin giderek arttığını ortaya koyuyor. 2017'de yapılan aynı araştırmada mobil oyuncuların yüzde 79'u haftada bir kere veya daha fazla oyun oynarken, 2019'da yapılan araştırmada bu oran yüzde 94'e çıktı.

Telefonlarında 1 ila 3 oyun bulunduranların oranı ise yüzde 53'ten yüzde 66'ya tırmandı. Kullanıcılar, mobil oyunların sağladığı küçük heyecanlar ve yaşattığı başarı hazzı, beraberinde mutluluk ve rahatlama getirdiğini belirtiyor. Son 3 ay içinde mobil oynayanların görüşmecisi olarak seçildiği araştırmada anketi

yanıtlayanların yüzde 94'ü her hafta, yüzde 50'si ise "her gün" oynadığını belirtiyor. Oyuncuların yüzde 61'i oyun oynadıkları 0-30 dakikalık zaman dilimlerini bir dinlenme molası olarak değerlendiriyor.

En çok "prime time"da oyun oynanıyor

Kullanıcıların yüzde 49'u 20.00-23.00 saat diliminde, yani prime time'da oyun oynadıklarını ifade ediyorlar. Araştırmaya katılanların yüzde 45'i toplu taşımada yolculuk ederken, yüzde 22'si bir kafede arkadaşını beklerken ve yüzde 27'si ofiste işlere biraz ara verip kafa dağıtmak ve yeniden odaklanmak için oyun oynadığını belirtiyor.

Serkan Kazar: “İnsanların deneyimleme ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlara cevap veren teknolojiler var oldukça ‘oyun sektörü’ de bambaşka şekilde hayatımızda olmaya devam edecek.”

Türkiye 18. büyük pazar

Genç nüfus yapısına sahip ve genç nüfusun yenilik ve teknolojiye ilgisinin yüksek olması nedeniyle Türkiye, cazip bir oyun pazarı. Örneğin Türkiye’de geliştirilen “Gram Games”, dünyanın en ünlü oyun şirketlerinden biri olan Zynga tarafından 250 milyon dolara satın alındı. Ancak Türk geliştiricilerin pazar içindeki payı hala yüzde 5 civarında. Türkiye’de 60’a yakın oyun geliştirici şirket bulunuyor.

Kurumsal turnuvalar revaçta. Kurumsal şirketlerin katılmak için birbiriyle yarıştığı

bu turnuvalar oyuna bakış açısını da değiştirdi. Örneğin bu turnuvalar profesyonel oyunculuğu da beraberinde getirdi. Firmaların profesyonel takımları kuruldu ve arkalarına büyük markaların desteğini aldılar. Dolayısıyla istihdama da önemli ölçüde katkı sağladı. Bir başka ifadeyle oyun artık yalnızca tüketilen bir ürün değil, artık yalnızca üreticilere değil oynayanlara da istihdam olanakları sağlayan dev bir sektör. Bu da oyun sektörünün diğer sektörlerle dokunmasına yol açtı. Günümüzde organizasyonlar dev salonlarda, hatta statlarda gerçekleştiriliyor, büyük para ödülleri veriliyor, canlı yayınlar yapılıyor.

NTT Game firmasının Avrupa ve Türkiye Operasyon Müdürü Serhan Kazar, Türkiye’de ve dünyada dijital oyun sektörünün yeni fikirler, yeni teknolojiler ve yeni deneyimler vadettiğini söylüyor. “Oyun sektörü, başarılı olmanın zor olduğu bir pazar. Trendler her an değişebiliyor” diyor Kazar şunları söylüyor: “Sadece sizin değil rakiplerinizin neler yaptığı da çok önemli.

TÜRKİYE OYUN PAZARI

- 774 milyon dolar ile dünyanın 18. büyük oyun pazarı
- Aktif kullanıcı sayısı yaklaşık 31 milyon
- Kullanıcıların %56’sı erkek, %44’ü kadın
- %46 ile 21-25 yaş arası gençler Türkiye’de en çok oyun oynayan yaş grubu

Kaynak: Newzoo Global Games Market 2017 raporu

Barış Özistek

Netmarble EMEA Yönetim Kurulu Başkanı



Oyunda “mobil” büyürken “konsol” küçülecek

“Türkiye’de oyun sektörü açısından son 6-7 yılda muazzam bir gelişme yaşandı. Oyun sektöründe Türkiye ve Ortadoğu bölgesinin ilk büyük yatırımı, global

ölçekte bir şirket olan Netmarble’in yerel bir oyun firması olan Joygame’i satın almasıyla gerçekleşti. Bu satın almanın önemi, Türkiye’de başarılı bir oyun firmasının global bir değere ulaşmış dünyanın en büyük oyun şirketlerinden biri tarafından kabul görmesi ve bunun karşılığında önemli bir ücret ödemesiydi. Bunun ardından günümüze gelen süreçte Gram Games, Tale Worlds, InGame, Masomo, Peak Games gibi oyun firmaları Türkiye’den çıkıp dünya çapında başarıya ulaştı. Geçen yıl Peak Games’in, ardından Gram Games’in satışları gözleri Türk oyun piyasasına çekti. 2019’un başında Miniclip’in Masomo’yu satın almasıyla bu ilginin devam ettiğini görüyoruz.

Türkiye, oyun üretiminde Doğu Avrupa ve Ortadoğu’da lider konumunda. Son 6 yılda oyun firmalarının sayısı ciddi miktarda arttı. 100’e yakın şirket bu alanda çalışıyor. Global anlamda başarı kazanmış şirketlerimiz var. Önümüzdeki 3 yıl içinde Türk oyun şirketlerine gelecek toplam yatırımın 2 milyar doları geçeceğini tahmin ediyorum.

Oyun sektöründeki gelirin yarısından fazlası mobilden geliyor. Esporda da bu trend mevcut. Önümüzdeki beş yıl içinde PC oyunlarının yanı sıra mobil oyunların da espor kategorisinde yer almasını bekliyoruz. Bu nedenle reklam ve pazarlama sektörünün 2019’da mobil oyunları daha sıkı bir şekilde mercek altına alacak. Öngörülerini toparlamak gerekirse şöyle sıralayabiliriz:

- Aksiyon oyunları her zaman olduğu gibi bugün de popüler, yarın da böyle olacak.
- Espor yükselmeye devam ediyor. Bu bir müddet daha sürecek.
- Masa, kart ve rol yapma oyunlarının popülerliği giderek artıyor, espora rakip olabilir.
- 2020’de yapay zekâ ve artırılmış gerçekliğin oyun sektörünü daha fazla meşgul etmesini bekliyoruz. Bu sayede oyun deneyimi kişiselleştirilecek ve daha fazla sayıda akıllı oyun geliştirilecek.”



İyi bir oyun geliştirmek her zaman başarıyı garanti etmiyor. Kötü bulduğunuz bir oyun ise çok tutulabiliyor. Şansa da ihtiyacınız var. Bundan sonra, şimdiye dek yaşanmamış bir deneyim sunan oyun geliştiricileri avantaj elde edecektir. Türkiye oyun geliştirme konusunda genç sayılır. Birkaç başarılı girişimimiz bulunuyor ancak yine de çok yol almamız gerekiyor. Sektör yalnızca oyun geliştirmekten ibaret değil. Artık kalite çitasını da yükseltmeliyiz. Doğru zamanda doğru ürüne sahip olmamız ve sürekli kendimizi geliştirmemiz gerekiyor. Bana göre içinde oyun olmayan bir gelecek bundan sonra mümkün değil. Geleceğin bugünden daha parlak olacağını düşünüyorum.”

Espor: Yükselen trend

Dijital oyun sektöründeki en dikkat çekici gelişmelerden biri esporun

yükselişi. 2018’de espor pazarı 1 milyar doları aştı. Gelecekte yüzde 30’luk bir büyümenin beklendiği esporda izleyici sayısının 2021’de 500 milyonu aşacağı öngörülüyor. Bu da esporun en popüler üç spor dalından biri olacağı anlamına geliyor. Dijital oyun dünyasında en çok oyuncuya sahip 10 ülkeden biri olan Türkiye’de 20 binden fazla amatör espor takımı bulunuyor.

Netmarble EMEA Yönetim Kurulu Başkanı Barış Özistek, Türkiye’nin, esporda dünyaya paralel büyüdüğünü belirterek şöyle diyor: “Bundan sonra da hem izleyici hem de oyuncu sayısının artacağını ve büyümenin de aynı tempoyla süreceğini öngörebiliriz. Dijital oyuncu sayımızın fazla olması ülkemizi espor alanında güçlü kılıyor. Espor takımlarına yatırım yapan, sponsor olan girişimcilerin sayısında bir artış gözleniyor. Bu alanda yaklaşık

700 milyon dolarlık marka yatırımı bulunuyor fakat bu alandaki potansiyel, izleyici sayısına göre halen çok küçük. Markaların henüz çok azı bu alanı keşfetti. Espordan sağlanabilecek fayda anlaşıldığında marka yatırımları da katlanarak artacaktır. 2021’de beklentim genel araştırma raporlarının dışında oldukça yüksek. Bu kadar yüksek izleyici kitlesine sahip bir alanda markaların espora yatırımlarının 5 milyar doları aşmasını bekliyorum.”



Esporta izleyici sayısının 2021’de 500 milyonu aşacağı öngörülüyor.

#PERYÖN #espor #oyun #oyuncu #amatör #turnuva #oyungelistirme

Serhan Kazar NTT Game firmasının Avrupa ve Türkiye Operasyon Müdürü



“İnsan olarak hep yeni şeyler denemeyi, keşfetmeyi arzularız. Birçoğumuz asla bir Formula 1 pilotu olmayacağız ya da saatte 300-400 km hızla araç kullanmayacağız veya savaş alanında

Dijital oyun = İmkansızın deneyimi

düşmana ateş etmeyeceğiz. Oyunlar, yıllardır bizlere bu deneyimleri sunuyor. Gelişen teknolojiyle her geçen gün bu deneyimler daha da gerçekçi oluyor.

Dijital oyun sektöründe yapay zekâ ve artırılmış gerçeklik trendi yükselişte ancak Türkiye henüz yolun başında. Bir teknolojinin yaygın kullanılabilmesi için o teknolojinin ulaşılabilir olması gerekiyor. Şu an için erişim epey zor. Üstelik cihazlar hantal ve uzun süreli kullanımlarının insan sağlığı üzerindeki etkileri de henüz bilinmiyor. Diğer taraftan geleceğin sanal-arttırılmış gerçeklik üzerine kurulacağını

düşünüyorum. Sadece oyun anlamında değil, hayatın her alanında böyle olacak. Oyunlar ise bu teknolojilere adaptasyonu kolaylaştırdığı gibi söz konusu teknolojilerin gelişimine de fayda sağlayacak. İnsanların deneyimleme ihtiyacı ve bu ihtiyaca cevap vermeye çalışan teknolojiler olduğu sürece dijital oyunlar hayatımızda olmaya devam edecek. Gelecekte, büyük ihtimalla şimdi hayal bile edemediğimiz şekillerde, bambaşka cihazlarla oyun oynayacak ve hayatın her alanında oyunlardan daha fazla yararlanacağız.”

Orijinal kullanımın yetersizliği ve yetişmiş çalışan ihtiyacı, Türkiye’de oyun sektörünün en önemli sorunları arasında.

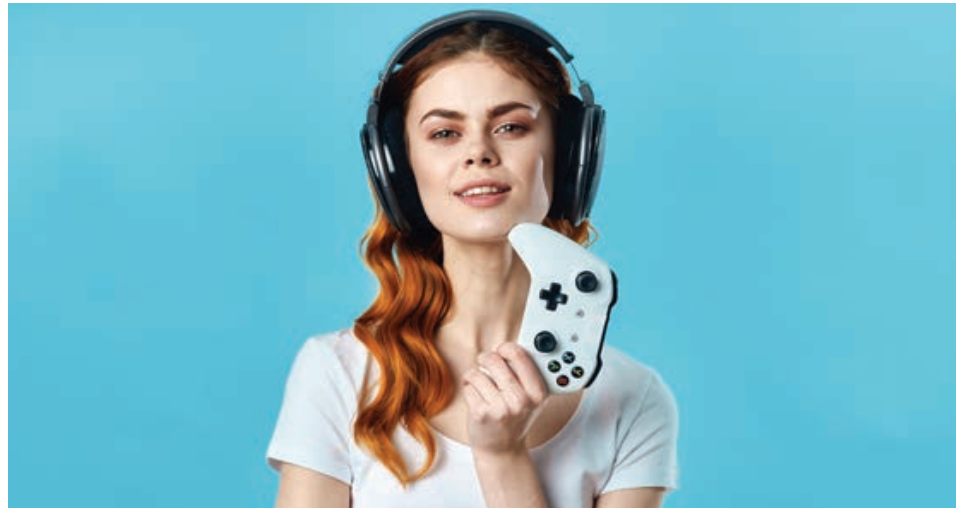
Oyun Geliştirmeni Murat Oktay ise Türkiye’de oyun sektörünün çok hızlı geliştiğini düşünmüyor. Türkiye’de bu sektörde yaklaşık 60 şirket faaliyet gösteriyor. Oyuncu sayısının hemen hemen aynı olduğu İngiltere’ye bakacak olursak, Oktay yalnızca Londra’da 2 bin 254 şirketin bu alanda çalıştığını söylüyor. “Dünyanın en büyük sektörlerinden biri olan oyun sektörü geçmiş yıllarda çocuk işi olarak görüldüğü için göz ardı edildi” diyen Oktay, “Bugün ise oyunla yetişen neslin yönetim kademelerine gelmeye başlamasıyla sektörün de kaderi değişmeye başladı diyebiliriz. Önümüzdeki on yıl içinde

çok olumsuz bir gelişme olmazsa, Türkiye’de oyun sektörünün oldukça büyüyeceğini öngörüyorum” ifadesine yer veriyor. Oktay, oyun sektörünü şöyle değerlendiriyor: “Kabul ediyorum, 5-10 yıl öncesine kıyasla epey yol aldık. Ancak bunca yıldır yapılan yatırımlar karşısında şu an çok daha ileride olmamız gerekiyordu. Bazı eksiklikler bu ilerlemeyi engelledi:

- Türkiye’nin en önemli eksikliklerinden biri orijinal kullanımının nüfusa

oranla yok denecek kadar az olması. Bu yetersizlik, yabancı yatırımcının da ülkeye girmesini zorlaştırıyor.

- Geliştirme süreçleri oldukça emek istiyor.
- Oyun geliştiricilerinin hala yetişmiş çalışana ihtiyacı var.
- Geliştirici firmalar ‘özgün’ çalışmalı.
- Oyun sektöründe dikey değil yatay pazarlama tercih edilmeli.”





Geleneksel değerlendirme araçlarına kıyasla oyunlaştırılmış yetenek testleri daha kısa zamanda daha iyi bir işe alım süreci sağlıyor.

#PERYÖN #isealim #oyunlasmira

Murat Oktay

Oyun Geliştirmeni



“Yarar sağlamak için doğru oyun seçimi çok önemli”

“Bilgisayar oyunlarının bağımlılık yapıcı bir yanı olduğu her zaman göz önünde bulundurulmalı. Ancak, kontrol altında olduğu sürece, getirdiği pozitif etkileri çok daha fazla. Dijital oyunlar doğru kullanıldığında kişisel performansı artıracak özelliklerini de beraberinde getiriyor. Zekâyı, refleks ve çeşitli ileri yaş hastalıklarını pozitif etkiliyor. Ancak bunun firma tarafından iş amaçlı verilmiş ürünlerde yapılmasını doğru bulmuyorum. Ne kadar kontrolden geçirilirse geçirilsin her uygulama kişilerin verilerini toplamak üzerine bir yapıyı da beraberinde getiriyor. Buna bağlı olarak elde edilen veriler doğrultusunda sunulan reklamlar karşımıza çıkıyor. Ancak burada ana konu reklam ile karşılaşmaktan ziyade verilerin nasıl kullanıldığıdır.

Bu sebeple şirket verilerinin de içinde bulunduğu bu cihazların sadece amacına uygun kullanılması daha doğru olabilir.

Kadınların ilgisi düşük, arttırılmalı

Dijital oyunlardan yararlanarak takım ruhu güçlendirilebilir ve çalışan motivasyonu artırılabilir. Fakat burada, bu amaç için yararlanılacak oyunun doğru seçimi öne çıkıyor. Kimi firmalar, haftanın belli günlerinde kurum içinde çeşitli oyun turnuvaları düzenliyorlar. Bu, hem takım ruhunu besliyor hem de motivasyonu artırıyor. Ayrıca şirket içi kaynaşmayı da artırıyor. Rekabetçi bilgisayar oyunları da firma içinde performansa etki ediyor. Elbette bunlar sağlıklı iş ortamlarında geçerli. Eğer çözülmemiş sorunlarla dolu bir iş ortamı varsa oyun bunlara çare olamaz. Öte yandan kadınların oyunlara ilgisi erkeklere kıyasla daha düşük. Kadınları da içine çekebilecek, dijital oyunları kapsayan organizasyonlar daha etkili ve kapsayıcı sonuçlar elde edilmesini sağlayabilir.”

Oyunculardan eğitimde de yararlanılıyor, işe alımda da

Dijital oyunlardan eğitimde yararlanılıyor. Örneğin bir pilot adayı, "Flight Simülator" oynayarak bir uçağı uçurabilecek kadar bilgi edinebiliyor. Elbette bir uçağı gerçek anlamda uçurmak için sadece bu oyunlardan yararlanmak yeterli değil.

Amazon'un çalışanlarının motivasyonunu artırmak için video oyunlar geliştirdiği biliniyor. Ancak bu oyunlar normal iş akışını hızlandırmak, performansı arttırmak için geliştirilmiş.

İşe alımda oyundan yararlanmak da giderek ilgi çeken bir uygulama. İnsan kaynaklarının hem doğru adaya ulaşma hem de başarılı bir işveren markası olma amacını destekleyen oyunlaştırılmış yetenek testleri son dönemde ölçüm gücü ve yarattığı olumlu aday deneyimi ile kurumlar için öne çıkan bir alternatif oluyor.

Geleneksel değerlendirme araçlarına

kıyasla oyunlaştırılmış yetenek testleri daha kısa zamanda ve daha fazla veri toplayarak, hem aday hem de şirket için daha iyi bir işe alım süreci sağlıyor. Uzun işe alım süreçleri adaylar açısından motivasyon kaybı yaşatan ve yorucu olarak algılanırken, oyunlaştırma ile bu süreç daha eğlenceli hale geldiği gibi kolaylaşıyor. Şirketlerin son dönemdeki önem verdikleri konuların başında gelen dijital dönüşümü de destekleyen oyunlaştırılmış yetenek testleri, online ve mobil olarak uygulanmakla birlikte istenirse kameralı ya da gözetimli bir ortamda da yapılabilir.

Deneyimli adayların, oyunlaştırılmış testleri ciddiye almama riski bulunuyor

"Deneyimsiz adaylar kısa süreli, eğlenceli, daha az stresli uygulamaları tercih ederken, deneyimi beş yılı aşan çalışanların bu konudaki öncelikleri değişiyor" diyor **Assessment Systems CEO'su Levent Sevinç**, oyunlaştırılmış

yetenek testlerinin uygulamasına ilişkin şunları söylüyor: "Deneyimli adaylar deneyimlerini sergileyebilecekleri, kendilerini yüz yüze ifade edebilmek olanağı bulabilecekleri kapsamda ve uzunlukta bir değerlendirme sürecini tercih ediyorlar. Bu adayları oyun ile değerlendirmek süreci yeteri kadar ciddiye almamalarına sebep olabilir. Ancak geleneksel yetenek testleri de 'Deneyimime rağmen hala bir test ile mi değerlendiriliyorum?' algısı yaşattığı için pek tercih edilmiyor. Bu gibi adaylar için değerlendirme merkezi çözümleri, yetkinlik bazlı mülakat gibi yöntemler daha doğru uygulamalar olabilir."



Levent Sevinç: Oyunlaştırılmış yetenek testleri adayların potansiyelini kısa ve eğlenceli bir içerikle tespit edebiliyor.

#PERYÖN #oyunlastirma #isbasvurusu #isealim #ik

Levent Sevinç Assessment Systems CEO



"Oyun, işe alım sürecindeki strese çare oluyor"

"Firmaların işe alım sürecinde ilk aşamada kullandığı yetenek testi uygulamaları, birçok özelliği ölçebilmesine rağmen adaylar tarafından uzun, sıkıcı ve stresli bir deneyim olarak nitelendiriliyor. Oyunlaştırılmış yetenek testleri genç yetenekleri hem çekmeye hem de doğru tahmin etmeye olanak sağlıyor. Firmalar da çareyi oyundan yararlanmakta buluyor. Oyunlaştırılmış yetenek testleri adayların eğilimleri yerine yeteneklerine, zihinsel becerilerine odaklanıyor. Bu sebeple adayın kendini olduğundan daha pozitif değerlendirmesi gibi riskler de taşıyor. Stres unsurunun geleneksel yöntemlere göre daha düşük olması da becerilerini geleneksel yetenek testlerine göre daha gerçekçi biçimde ölçmeye olanak sağlıyor. Zihinsel becerilere odaklanan Jobventure oyunumuzu kullanan adayların yüzde 92'si geleneksel testlere

göre değerlendirmeleri daha fazla keyif alarak yaptığını, yüzde 80'i ise daha az stres yaşadığını belirtiyor. Yine adayların yüzde 87'si, değerlendirme yapan kurumla ilgili daha olumlu bir algıya sahip olduklarını söylüyor.

Zihinsel becerileri güçlü adaylar kuruma girdiklerinde hızlı şekilde deneyim eksikliklerini kapatıyorlar. Karmaşık problemleri çözme, belirsizliklere uyum sağlama, yaratıcı çözümler üretme becerileri çok daha yüksek oluyor. Oyunlaştırılmış yetenek testleri adayların bu potansiyelini kısa ve eğlenceli bir içerikle tespit edebiliyor. Geleneksel yetenek testlerinin geçerlilik ve güvenilirlik anlamındaki tüm avantajlarını sağlıyor ama mobil cihazlar için optimize edilmemiş olması, uzun ve stres verici olması gibi dezavantajların hiçbirini barındırmıyor."

Dijital oyun sektörü: İstihdam ve eğitim



py@peryon.org.tr

Dijital oyun sektörü, hızla gelişiyor. 2019 Küresel Oyun Pazarı Raporuna göre; dünya genelinde 2,5 milyardan fazla oyuncu var. Pazarın hacmi, geçen seneye göre yüzde 9,6 büyüyerek 152,1 milyar dolar oldu; 2022'de 196 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Oyun sektörü pazarında en büyük payı 36,9 milyar dolar gelir ile ABD elde ediyor. Onu, sırasıyla Çin, Japonya, Güney Kore ve Almanya izliyor.

Türkiye 18. büyük pazar

Newzoo Global Games Market Raporuna göre; 2017 itibarıyla Türkiye'de 30,8 milyon aktif kullanıcı var. Bu nüfusun yüzde 56'sı erkek, yüzde 44'ü kadın. Pazarı gençler oluşturuyor. Yaş dağılımı olarak yüzde 30'u 10-20 yaş, yüzde 46'sı 21-25 yaş, yüzde 24'ü 36-50 yaş aralığında. Türkiye 773.9 milyon dolarlık harcama ile dünyada 18. büyük oyun pazarı durumunda. Görece genç nüfus yapısına sahip ve genç nüfusun yenilik ve teknolojiye ilgisinin yüksek olması nedeniyle Türkiye, cazip bir oyun pazarı. Ancak, pazar içerisinde Türk geliştiricilerinin payı sadece yüzde 5. Türkiye'de 60'a yakın oyun geliştirici şirket bulunuyor. Bu sayı oldukça az.

Yeni işler, yeni istihdam olanakları

Dijital oyun sektörü, birçok alt sektörü içeren, ekonomi içinde önemli paya sahip büyük bir endüstri. Bilişim teknolojileri, yazılım, donanım, çevrim içi platform sağlayıcılar, oyun tasarımı ve geliştiricileri, yayımcılar, medya araçları bu endüstriye girdi ve katkı sağlayan sektörler. Bilişim teknolojilerinin gelişim olanakları ve dijitalleşme süreci, oyun sektörünün büyümesine katkı sağlıyor. Büyüyen ekonomi büyüyen istihdam demektir. Buradan hareketle oyun sektörü, önümüzdeki süreçte yaratacağı yeni iş olanaklarıyla istihdamı artıracak.

BÜYÜYEN EKONOMİ BÜYÜYEN İSTİHDAM DEMEKTİR. BURADAN HAREKETLE OYUN SEKTÖRÜ DE ÖNÜMÜZDEKİ SÜREÇTE YARATACAĞI YENİ İŞ OLANAKLARIYLA İSTİHDAMI ARTIRACAK. ANCAK DİJİTAL OYUN ALANINDA YETİŞMİŞ İNSAN KAYNAĞIMIZ YETERSİZ. BU SORUNU ÇÖZEBİLMEK İÇİN EN ÖNEMLİ GÖREV ÜNİVERSİTELERE DÜŞÜYOR.

Sektör farklı alanlarda ve farklı mesleklerde yeni işler yaratacak. Sektörün değer zincirinin ilk basamağı, oyun tasarım ve geliştiriciliği. Oyunları üretecek oyun stüdyoları/şirketleri ve burada çalışacak tasarım, programlama/yazılım, sanat, ses ekip ve yöneticileri ve ürün yöneticilerinden oluşan teknik ekiplere ihtiyaç var. İkinci basamak, geliştirilen oyunların yayınlanması, pazara sunumu ve son tüketiciye ulaşması sürecinde reklam/tanıtım, sponsorluk, ISP, portallar, çevrimiçi sunucuları, oyun sitelerinde yaratılan yeni ve ilave teknik ve idari işlerde çalışacak işgücüne ihtiyaç var. Tüm bu işler teknik becerileri yüksek, eğitilmiş, nitelikli işgücü gerektiriyor. Ancak, bu alanda yetişmiş insan kaynağımız ve know-how'umuz yetersiz.

"KÜRESEL DÜZEYDE DAHA FAZLA BAŞARI KAZANMAK VE DİJİTAL OYUN SEKTÖRÜNDE OLUŞACAK YENİ İSTİHDAM FIRSATLARINI DAHA İYİ DEĞERLENDİRMEK MÜMKÜN. BU YOLDA GEREKLİ OLAN BİLGİ VE BECERİYİ GENÇLERE KAZANDIRMAK İÇİN EĞİTİM OLANAKLARINI ÇEŞİTLENDİRMEK ÖNCELİKLİ İHTİYACIMIZ."

Nitelikli işgücü için üniversitelerin önemi

Oyun sektöründe nitelikli işgücü, sektörün gelişmesi için hayati önem sahip. Bu konuda en önemli görev üniversitelere düşüyor. Üniversiteler sektörün ihtiyacı olan nitelikte işgücünün yetiştirilmesi için lisans ve lisansüstü seviyede eğitim politikalarını uygulamaya geçirmeli.

Eğitim konusunda mensubu olduğum Bahçeşehir Üniversitesi (BAU) deneyimini paylaşmak isterim. BAU İletişim Fakültesi bünyesinde Dijital Oyun Tasarımı ve Çizgi Film ve Animasyon Bölümlerindeki lisans ve yüksek lisans programları ile sektöre nitelikli işgücü yetiştiriyor. Ayrıca Yeni Medya, Reklamcılık, İletişim Tasarımı bölümleri ile Bilgisayar ve Yazılım Mühendislikleri bölümleri, dijital oyun sektörünün nitelikli işgücünü karşılamaya katkı sağlıyor.

BAU ayrıca, bağımsız oyun geliştiricilere yönelik bir topluluk merkezi kurdu. Bahçeşehir Üniversitesi Oyun Laboratuvarı (BUG) birçok etkinlik düzenliyor. BUG, sektör ile akademiyi bir araya getirerek bağımsız oyun tasarımcıları için bir buluşma-paylaşma noktası oldu. Bu enerji ve sinerjinin sonucunda bir eğitim ve üretim yapılanması ortaya çıktı. BUG yapısı oyun tasarımı üzerine lisans ve master programlarının dışında ön kuluçka merkezi BUG Kitchen ve yine Türkiye'nin ilk sanal gerçeklik laboratuvarı olan VR First BAU ile halen İstanbul oyun ve VR sahnesinin nabzını tutuyor.

“EAPM yönetimine katılmamız Avrupa’daki itibarımızı güçlendirecek”

PERYÖN BAŞKANI BERNA ÖZTINAZ, EAPM - EUROPEAN ASSOCIATION FOR PEOPLE MANAGEMENT (AVRUPA İNSAN YÖNETİMİ DERNEĞİ) YÖNETİM KURULU’NA SEÇİLDİ. BU GELİŞMEYLE BERABER PERYÖN, 1979’DAN BU YANA ÜYE OLDUĞU EAPM’DE YÖNETİM KURULUNDA TEMSİL HAKKI KAZANDI.

PERYÖN’ün çatı derneği EAPM - European Association for People Management (Avrupa İnsan Yönetimi Derneği) Yönetim Kurulu’nun, bir yıl süreyle görev yapacak üye seçimleri tamamlandı. PERYÖN 25. Dönem Yönetim Kurulu Başkanı Berna Öztınaz, Avrupa’da 32 ülkeyi temsil eden EAPM’nin yönetim kurulu üyeliğine seçildi. Böylelikle Öztınaz; EAPM’nin Başkan, Başkan Yardımcısı, Genel Sekreter, Sayman ve Temsilciler Meclisi tarafından belirlenen ve altı kişiden oluşan yönetim kurulunda; 1 Ocak 2020 - 31 Aralık 2021 arasında görev alacak yeni seçilmiş iki üyesinden biri oldu.

Bu gelişmenin, PERYÖN’ün insan yönetimi alanında yaptığı çalışmaların global etkisini daha da artıracığına değinen Öztınaz, “PERYÖN, bilgi üretimi, eğitimleri, düzenlediği kongre ve diğer projeleriyle sadece Türkiye’de değil, dünyada İK profesyonellerinin yakından takip ettiği bir dernek. Hali hazırda global işbirliklerimiz ve çalışmalarımız bulunuyor. Derneğimizin, çatı oluşumu EAPM’nin yönetim kurulunda görev alması çalışmalarımızın



uluslararası etkisini daha da artıracaktır” dedi.

PERYÖN Yönetim Kurulu Başkanı olarak EAPM Yönetim Kurulu’na seçilme sürecini anlatır mısınız? Bu başarıya nasıl ulaştınız?

EAPM 2000’li yıllarda yönetim kurulu yapısını değiştirerek, sırayla herkesi dahil eden bir komite yerine, yönetim ve imza yetkisi olan ve seçilme gelen bir yönetim kurulu yapısına geçti. Görev süresi tüm üyeler için iki yıl. Boşalacak pozisyonlar için 6 ay öncesinden, üye ülkelerin katıldığı bir gizli oylama yapılıyor. Önümüzdeki sene boşalacak iki pozisyon için oldukça güçlü altı aday vardı. Oylama sonucunda, halihazırda üyelikleri süren Hollanda, İngiltere, Almanya, İsviçre’nin yanı sıra, Türkiye ve Finlandiya yönetim kuruluna girmeye hak kazandı.

PERYÖN yıllar içinde EAPM’deki duruşuyla, ürettiği projelerle fark yaratan bir dernek. İnsan değeri yönetiminde pek çok iyi uygulamamız, çok iyi yetişmiş profesyonellerimiz bulunuyor. EAPM ve dünya kongrelerini ülkemizde yapmamız, toplantılardaki aktif katılımımız, başarılı projelerimiz, etkin başkanlarımız ve dış ilişkiler temsilcilerimiz yıllar içinde PERYÖN’ün öne çıkmasına destek oldu. Elde ettiğimiz bu başarıda geçmişte görev alan arkadaşlarımızın hepsinin büyük emeği var. Bunlara ek olarak, Türkiye dışında 31 ülkenin temsilcilerine değebilmek, iş birliğine, paylaşmaya açık olmak ve projelerin içinde etkin şekilde çalışmak da elbette katkı sağladı.

Yeni göreviniz Türkiye’de insan yönetimi açısından nasıl bir anlam taşıyor?

Aslında bu görev, öncelikle PERYÖN’ü, yani “Türkiye’nin İnsan Yönetimi Derneğini”, onlarca Avrupalı arasında uluslararası platformda karar verici olarak temsil eden, prestijli bir konuma yerleştiriyor. Uygulama, politika ve standartların belirlenmesi kadar, yeni

çağda insan yönetimi dönüşümünü sağlamakta da, Avrupa nezdinde söz sahibi olma fırsatını yaratıyor. Sürdürülebilirliği uluslararası arenada kanıtlanmış bir sivil toplum kuruluşu olmanın yanı sıra, Türkiye için katkısı ve anlamı büyük, çok sayıda iş birliği, proje ve gelişim fırsatının kalbinde olmayı sağlıyor.

“EAPM yönetiminde yer almak, PERYÖN’e, insan yönetimi alanında dönüşüm sağlamakta Avrupa nezdinde söz sahibi olma fırsatı yaratıyor.”

EAPM Yönetim Kurulu’ndaki görev ve sorumluluklarınız neler olacak?

Öncelikle Events and Congress Committee Chair (Etkinlik ve Kongre Komitesi Başkanı) olarak katkı sağlayacağım. Her sene gerçekleştirilen kongre ve etkinlikler EAPM’nin en etkili öğrenme ve paylaşma araçlarından biri. Örneğin, bu sene öncelikli olarak bilgi paylaşımı ve öğrenmeyi teşvik edici bir “Konuşmacı Bankası” oluşturuyoruz. Bu projenin lideri olarak görev yapacağım. 32 ülkenin konferans ve etkinliklerinde yer alabilecek kalite ve yetkinlikte konuşmacıları seçeceğiz. Veri havuzumuz yaklaşık 200 konuşmacıyı içerecek.

Bunun yanı sıra, İK uygulamaları, politikaları ve araştırmaları konusunda yayın yapan International Journal’da da Advisory Board Member rolünü üstleniyorum. International Journal, üye ülkelerin en iyi uygulamalarının bulunması, araştırılması ve yayınlanması konusunda çalışan bir Avrupa ve dünya örgütleri ortak inisiyatifi.

Dijital dönüşüm de destek vereceğim konular arasında. Önümüzdeki iki sene boyunca EAPM’nin hayata

geçireceği projelerin belirlenmesi ve desteklenmesi de yönetim kurulu üyelerinin sorumluluğunda.

EAPM’nin 2020 planları nedir?

EAPM’nin önünde öncelikle kendi yapısına yönelik iki öncelik var. İlki modernizasyon. Sistem, yaklaşım, dijital dönüşüm anlamında, insan yönetimi profesyonellerine liderlik edecek bir dijital dönüşüm ve yetkinlik revizyonu çalışması içindeyiz.

İkinci önceliğimiz ise üye sayısını, dolayısıyla etki alanını genişletmek. EAPM, aynı zamanda Dünya İnsan Yönetimi Dernekleri Federasyonu - WFPMA’ya üye. Böylelikle WFPMA nezdinde yedi kıtadan birinin temsilcisi olarak da yer alıyor. Kaynak ve etki alanı anlamında oldukça güçlü. Bu anlamda etkisi ve toplumsal faydası daha geniş projeleri hayata geçirme hedefi mevcut. Bu alanda yürüyen çok sayıda proje var. Örneğin, ISO- İnsan Yönetimi Standartları ve İnsan Yönetimi Sertifikasyonu çalışması. Avrupa’da geçerli olacak bir sertifikasyon üzerine çalışıyoruz.

Bir diğer inisiyatif, Avrupa İnsan Yönetimi Kongresi. EAPM her sene bir üye ülkede Avrupa İnsan Yönetimi Kongresini gerçekleştiriyor. Bu sene kongre Litvanya’da gerçekleşecek. Bunun yanı sıra her iki ayda bir konu bazında “en iyi uygulamaların” paylaşıldığı etkinlikler gerçekleştiriliyor. Bu çalışmalarını sıklaştırmak ve ulaşılabilir bir veri havuzu haline getirmek de planlar arasında.



Berna Öztınaz: EAPM yönetiminde yer almak PERYÖN’e, uygulama, politika ve standartların belirlenmesi kadar, Avrupa’da insan yönetimi dönüşümünde söz sahibi olma fırsatını da yaratıyor.

#PERYÖN #EAPM

PERYÖN İnsana Değer Ödülleri, EAPM tarafından tanınan ilk özel ödül oldu. Bu süreç nasıl gelişti?

Hem Türkiye’de hem de dünyada ödül süreçlerinin eleştiriye açık çok yanı var. Ödül vermenin ticari bir amaç ve şova dönüşmesi, seçim kriterlerinin özensizliği, kontrol mekanizmalarının zayıflığı, verilen çok sayıda ödül bence güvenilmesi zor bir konuma getiriyor.

Bizse bu işi en başından beri çok önemsedik ve önceliklendirdik. Öyle ki her sene, kendimizi kıyaslayarak, geri bildirimleri alarak, alanının en yetkin kişilerini işin içine katarak çıta biraz daha yükselttik.

PERYÖN İnsana Değer Ödülleri Seçim sürecinin bütünü gören, objektif, adil ve kanıtlanabilir sonuçları ölçen bir süreç olması için çok çalıştık. Başvuru dosyasından, saha ziyaretlerine, jüriye seçilen isimlerden, metodolojinin ayrıntılarına kadar son derece dikkatli ve özenli çalışıyoruz.

Geçen yıl EAPM delege toplantısında, Avrupa’da da ödül süreçlerinin sıkıntılı ve güvenilirliği düşük olmasından üyelerin şikayet ettiğini gördüm. PERYÖN İnsana Değer Ödülleri gerçekten örnek verilen ödüllerin hepsinden daha iyi bir süreçle

yönetiliyordu. Bu sürece duyduğum güvenle, EAPM Başkan ve Başkan Yardımcısına, ödülümüzü ayrıntısıyla anlattım ve ödülü birlikte vermeye nasıl bakacaklarını sordum. Açıkçası heyecanlandılar, ancak önce sürecini iyi anlamak, bir güvenlik testine tabi tutmak istediler ki bu çok anlaşılır bir durum.

Bu güvenlik testinde, başvuru anından başlayarak tüm süreci ellerindeki en iyi uygulamalarla kıyaslayarak sorguladılar. Başvuru sayısı, başvuru dosyası, saha ziyareti ayrıntıları, jüri seçimleri, değerlendirme metodu, hatta ödülün duyurulma şeklini bile detaylı incelediler. Gururla söylüyorum ki, Avrupa’da ilk defa, bir İK Ödülünü destekleme kararını aldılar. Bu sene büyük ödülümüzü EAPM ile verdik. Açıkçası bu konu daha da güzel bazı sürprizlere açık. “İzlemeye devam edin” diyelim.

Okurlarımıza mesajınız var mı?

Yeni çağ belirsizlikler çağı. Geleceğin nasıl olacağını bilmiyor, neye

hazırlanacağımızdan emin olamıyoruz. Bilginin hızla dolaştığı bu çağda sivil toplum kuruluşları önemli bir anahtar. Bir yandan fayda yaratmanın, anlam bulmanın mutluluğunu yaşarken bir yandan da merakımızı körükleyecek, öğrenme çevikliğimizi artıracak, değişime hazırlayacak bir sivil toplum kuruluşu PERYÖN. Bu yönüyle kıdemli, kariyerlerinin üst seviyelerindeki yönetim profesyonelleri kadar, genç arkadaşlarımızın da kendilerini ifade edebileceği, geliştirme ve gelişme fırsatı bulabilecekleri bir kurum. Dolayısıyla geleceğe hazırlanmak isterken bir yandan da değer yaratmak, anlam bulmak isteyen, insan yönetimine değer herkesi, çatımızda buluşmaya davet ediyorum.



Berna Öztınaz: İnsan yönetimi alanında değer yaratmak ve değer bulmak isteyen herkesi PERYÖN çatısına davet ediyorum.

#PERYÖN #İnsanYönetimi #STK



“DERNEĞİMİZİN, ÇATI OLUŞUMU EAPM’NİN YÖNETİM KURULUNDA GÖREV ALMASI, ÇALIŞMALARIMIZIN ULUSLARARASI ETKİSİNİ DAHA DA ARTIRACAKTIR.”



11. PERYÖN İnsana Değer Ödülleri sahiplerini buldu

11. İNSANA DEĞER ÖDÜLLERİ KAPSAMINDA, PERYÖN'ÜN ÇATI DERNEĞİ EAPM - AVRUPA İNSAN YÖNETİMİ DERNEĞİ TARAFINDAN DESTEKLENEREK ULUSLARARASI BİR BOYUTA TAŞINAN BÜYÜK ÖDÜL'ÜN SAHİBİ OYAK RENAULT OTOMOBİL FABRİKALARI OLDU. İNSAN YÖNETİMİ ALANINDA YENİLİKÇİ VE BAŞARILI UYGULAMALARI TANITMAYI, SEKTÖRE KAZANDIRMAYI AMAÇLAYAN ORGANİZASYONDA BU YIL İLK KEZ KOBİ'LER DE DEĞERLENDİRİLDİ. KOBİ

SEGMENTİNDEKİ BÜYÜK ÖDÜL İSE AGDAŞ ADAPAZARI GAZ DAĞITIM'IN A.Ş.'NİN OLDU.



İnsana Değerde Liderlik - Oyak Renault Otomobil Fabrikaları



İnsana Değerde Liderlik - KOBİ segmenti - AGDAŞ Adapazarı Gaz Dağıtım A.Ş.

İnsan yönetimi alanında yenilikçi, yaratıcı ve başarılı uygulamaları tanıtmayı, örnek teşkil eden nitelikteki bu çalışmaları sektöre kazandırmayı amaçlayan 11. PERYÖN İnsana Değer Ödülleri, Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel'de düzenlenen törenle sahiplerini buldu. Bu yıl ilk kez, İnsana Değer Ödülleri'nin Büyük Ödülü, PERYÖN'ün 32 ülkeyi temsil eden çatı derneği EAPM - Avrupa İnsan Yönetimi Derneği tarafından da tanındı. Büyük Ödül olarak tanımlanan İnsana Değerde Liderlik Kategorisi'nde ödülün sahibi; vizyonunu "insanı ön planda tutan ve değer yaratan bir ekip olmak" olarak belirleyen Oyak Renault Otomobil Fabrikaları oldu. Kategorinin diğer iki finalisti DenizBank ve bir eBay şirketi olan GittiGidiyor idi.



EAPM Başkan Yardımcısı ve World Federation Genel Sekreteri **Bob Morton**
ve PERYÖN Yönetim Kurulu Başkanı **Berna Öztınaz**

Bob Morton: "EAPM olarak, PERYÖN'ün İK alanının gelişimindeki liderliğini tanımak, bu başarılı hikâyeyi tüm üyelerimize anlatmak için İnsana Değer Ödülleri, Büyük Ödülü'nü desteklemek istedik. Sürece dahil olduğumuz için mutluyuz."

İlk kez KOBİ'lere ödül verildi

PERYÖN İnsana Değer Ödülleri tarihinde bu yıl bir ilk de yaşandı. PERYÖN, sene başında ödül kategori ve metodolojisi

anlamında bazı değişikliklere gideceğini duyurmuştu. Bu bağlamda bir adım öteye taşınan organizasyon kapsamında KOBİ'lerin gelişimlerini desteklemek, yol haritaları çıkartabilmek amacıyla özel ödül süreçleri tasarlandı. Büyük, orta ya da küçük ölçekli işletmeler için ayrı

değerlendirme kriterleri belirlendi ve ilk kez KOBİ başvuruları alındı.

Bu süreç sonunda Büyük Ödül, İnsana Değerde Liderlik Kategorisi'nde KOBİ segmentinde kazanan, "tüm paydaşları için sürdürülebilir fayda sağlamak



İK'da Dijital Dönüşüm ve İnovasyon İK'da Dijital
Arvato Telekomünikasyon Hizmetleri ve DenizBank



Dönüşüm ve İnovasyon Jüri Özel Ödülü
Kastamonu Entegre Ağaç San. ve Tic. A.Ş.



Gelişim ve Yetenek Yönetimi
Koçtaş Yapı Marketleri

amacıyla çevreye duyarlı, kesintisiz ve güvenilir doğalgaz dağıtım hizmeti sunmak" misyonunu benimseyen AGDAŞ Adapazarı Gaz Dağıtım A.Ş. oldu. Böylece AGDAŞ Adapazarı Gaz Dağıtım A.Ş. PERYÖN İnsana Değer Ödülleri'nde başarılı görülen ilk KOBİ olma unvanını da elde etti.

Ödül töreninin bir diğer ana kategorisi olan Değer Yaratan Uygulamalar Kategorisi'nde İK'da Dijital Dönüşüm ve İnovasyon alanında ise üç kurum; iki Ödül, bir Jüri Özel Ödülü dağılımında başarılı bulundu. Arvato Telekomünikasyon Hizmetleri ve DenizBank ödülün sahibi olurken, Kastamonu Entegre Ağaç. San. Jüri Özel Ödülü'nü kucakladı.

Değer Yaratan Uygulamalar Kategorisi'nde olan, Gelişim ve Yetenek Yönetimi alanında Koçtaş Yapı Marketleri, Jenerasyon ve Çeşitlilik Yönetimi alanında Yeşim Tekstil, İnsan Gücü Planlaması ve Verimlilik Yönetimi alanında TÜVTÜRK, Çalışan Sağlığı ve Güvenliği alanında Organik Kimya,

İşveren Markası Yönetimi ve Bağlılık alanında ise Penti Giyim ödül kazandı.

"EAPM desteği ve KOBİ katılımı PERYÖN için çok kıymetli"

Ödüllerin bu sene pek çok ilki bir arada barındırdığını anlatan PERYÖN Yönetim Kurulu Başkanı Berna Öztınaz, "2008'den bu yana bağımsız bir organizasyon olarak düzenlenen PERYÖN İnsana Değer Ödülleri, Büyük Ödülü, bu sene çatı derneğimiz EAPM - Avrupa İnsan Yönetimi Derneği tarafından tanındı ve desteklendi. Bu gelişme ile global alanda EAPM'nin tanıdığı tek ödül oldu. Türkiye'nin insan değeri yönetiminde bilinirliğini, ödül aday ve sahiplerinin uluslararası tanınırlığını, prestijini çok özel konumlandıran bu gelişme için başta EAPM Başkan Yardımcısı ve World Federation Genel Sekreteri Bob Morton olmak üzere, emeği geçen herkese çok teşekkür ederim. PERYÖN bu yıl kategori ve metodoloji anlamında da

bazı değişikliklere gitti. KOBİ'lere de daha etkin seslenmeye başladı. Artık ödül süreçlerimize KOBİ'leri de dahil ediyoruz. Onların da başarılı uygulamalarını daha geniş kitlelere duyuruyoruz. EAPM desteği ve KOBİ katılımı bizim için çok kıymetli bir gelişme" dedi.

Büyük Ödül değerlendirmeleri sırasında EAPM'yi temsil etmekten mutluluk duyduğunu belirten EAPM Başkan Yardımcısı Bob Morton ise "Türkiye'de insan yönetimi alanındaki çalışmaların profesyonelleşmesine önemli katkılar sunan PERYÖN'ün sadece kendi coğrafyasına değil EAPM'ye de yaptığı katkıya büyük değer veriyoruz. PERYÖN'ün İK alanının gelişimindeki liderliğini tanımak, bu başarılı hikâyeyi tüm üyelerimize anlatmak için ödülü desteklemek istedik. Sürece dahil olduğumuz ve ödül töreninde bu heyecanı paylaştığımız için mutluyuz" dedi.

Organizasyona; bu yıl 44 kurum, 54 ayrı kategoride başvuruda bulundu.



Jenerasyon ve Çeşitlilik Yönetimi
Yeşim Tekstil



İnsan Gücü Planlaması ve Verimlilik Yönetimi
TÜVTÜRK



Çalışan Sağlığı ve Güvenliği
Organik Kimya



İşveren Markası Yönetimi ve Bağlılık
Penti Giyim

“İtibarını korumak isteyen şirketler öncelikle ‘etik değerleri’ elinde tutmalı”



Konuşmacı:
Salim Kadıbeşegil

REPMAN İTİBAR ARAŞTIRMALARI MERKEZİ KURUCU BAŞKANI, DANIŞMA KURULU ÜYESİ SALIM KADIBEŞEGİL, PERYÖN 27. İNSAN YÖNETİMİ KONGRESİ'NDE “MARKALAR VAAT EDER, İTİBAR KAZANILIR” TEMALİ SUNUMUYLA YER ALACAK. KADIBEŞEGİL, “MARKALAR VAATLERİNİ TUTTURAMADIKLARI İÇİN YOK OLUP GİDEBİLİRLER. ANCAK BAZI ‘VAATLER’ ONLARI ÜRETEN ŞİRKETLERİN DE TARİH SAHNESİNDEN YOK OLMASINA NEDEN OLABİLİR. İTİBAR YÖNETİMİ PERFORMANSININ DÜZENLİ ÖLÇÜMLENMESİ, ŞİRKETLERİ VE MARKALARINI BU RİSKLERDEN KORUYACAK ‘ERKEN UYARI’ SİNYALİ GİBİ DEĞERLENDİRİLEBİLİR” DİYOR.



PERYÖN 27. İnsan Yönetimi Kongresi'nde gerçekleştireceğiniz “Markalar vaat eder, itibar kazanılır” başlıklı konuşmanızın ana hatlarını paylaşır mısınız?

Günümüzün ana performans göstergesi haline gelen “itibar” tutarlı, toplumsal duyarlılıkları kapsayan, sürdürülebilirlik niteliği olan kurumsal davranışların karşılığında o kurumun paydaşları tarafından atfedilen bir olgudur. Bir diğer deyişle, şirketler “Ben itibarlı olacağım” iddiasıyla proje yönetip itibarlı olmazlar! Kültür ve değerler üzerine inşa edilen bu kavram bir proje değil felsefedir. Ürün hizmet kalitesinden, müşteri memnuniyetine, çalışanların niteliklerinden ve iş ortamından tedarikçi ilişkilerine, üretim teknolojilerinden kamu otoriteleri ile olan ilişkilere kadar çok geniş bir ilişki ve iletişim yumağında kurumların işi nasıl yaptıkları ve yönettikleri onların itibarını doğrudan etkiler. Şirketler bu ilişkileri

kötü yönettikleri için bataabilirler, yok olabilirler. Ya da, iyi yönettikleri için günün birinde 100. yıllarını kutlama hazırlıklarına başlayabilirler.

Dolayısıyla kurumların paydaş açılımı sadece müşteri ve tüketicilerle sınırlı değildir. O kurumun varlık nedenine dokunan herkes bu anlayışın kapsama alanındadır. İşlerin bu şekilde yönetilmesi bizi “kurumsal marka” kavramına taşımaktadır. Yani bu felsefenin günlük yaşama uyarlanması ile ilgili temel göstergelerin politika ve süreçlere dönüştürülmesi ve bunun sonucunda ortaya çıkacak performans ölçümlenmesi meselesine...

- Kurum itibarına uzanan süreçte o kurumda çalışan herkesin sorumluluğu ve rolü vardır.
- Dahası, bayiler ve tedarikçiler de bu zincirin halkalarıdır.
- Sonuçlar uzun vadede gelebilir.



Salim Kadıbeşegil: Kurum itibarına uzanan süreçte o kurumda çalışan herkesin sorumluluğu ve rolü vardır. Bayiler ve tedarikçiler de bu zincirin halkalarıdır.

#PERYÖNKONGRE #itibar #itibaryönetimi

- Basit bir dikkatsizlik sonucu her şey sil baştan olabilir!

Markalar dünyasında durum biraz farklı, öyle değil mi?

Evet, farklı. Her şeyden önce markalar yoğun rekabet ortamında daha kısa vadeli sonuçlara odaklanmak durumundalar. Performans göstergeleri; adet, kârlılık, ciro, pazar payı gibi kavramlardır. Bu nedenle ve bu amaçlar için "vaat" ederler. Vaatleri ile rekabet etmektedirler. Bu vaatlerin arkasının dolu olup olmaması ancak deneyimlerden sonra anlaşılır. Öncelikli paydaşları tüketicilerdir. Diğer paydaşların duyarlılıkları tüketicilerin önünde değildir. Algılarıyla pazarı yönetmek ve bu algıları şekillendirmekle ilgili bir misyonları vardır. Çünkü "algılar gerçektir" saptaması onlar için yeterlidir. "Ben daha beyaz yıkarım" ile "Benimki daha sütlü" ya da "Ancak benimle mutlu olabilirsin" vaatleri mutlaka bir yere tutunmak zorunda değildir. Hatta Reklam Özdenetim Kurulu'ndan uyarı gelene kadar rakipleri küçümsemek, azımsamak veya onları yerin dibine batırmak bile oyunun kuralları arasındadır. (Hatta buna yaratıcılık bile diyebiliriz.)

Geçtiğimiz aylarda "Zilli Sally ve Delikanlı Henry" adlı ürünleri piyasaya süren ve ardından topladığı "cinsiyetçilik" tepkileri sonucunda bu ürünlerin üretimini durduran bira markasının yaşadığı durum, itibarın kazanılarak elde edilmesi gerektiğini ortaya koyan güzel bir örnek. Toplumun duyarlılıklarını dikkate almadan verilen bu marka isimleri bir anda üretici şirketin itibar krizine dönüştü. Sonrasında üretici şirket marka vaatleri nedeniyle kaybettiği itibarını geri kazanabilmek için yoğun bir çalışma başlattı.

ABD'de Purdue ilaç şirketi iflas etti. Ürettiği OxyContin markalı ağrı kesicilerin uyuşturucu bağımlılığına neden olmasını uzun yıllar umursamadı. Kullanıcılardan gelen uyarıları dikkate almadı. Sonuçta açılan davalarda talep edilen tazminat tutarı 12 milyar dolara ulaştı ve şirket iflas başvurusunda bulundu. Oysaki markası "en etkili ağrı kesici" vaadi ile piyasadaydı!

Markalar vaatlerini tutturamadıkları için yok olup gidebilirler. Ancak bazı "vaatler" onları üreten şirketin de tarih sahnesinden yok olmasına neden olabilir.

Dijitalleşme markaların itibar yönetimine bakışını nasıl değiştirdi? Çağımızda online itibar yönetimi kurumsal yönetim stratejisinde nasıl bir rol oynamalı?

Dijital dünyanın konumuzla en önemli ilişkisi "ne" yaptığımızın değil "nasıl" yaptığımızın saniyeler içinde dünyanın dört bir tarafına "doğru" veya "yanlış" olarak aktarılabileceğinde saklı. Eğer "ne" yaptığımızı anlatmak kadar "nasıl" yaptığımızı yeterince ve ikna edici olarak anlatamamışsak "yanlışların dünyasında 'bir' numara olmamız" kaçınılmaz görünür.

Dijitalleşmenin içinde değerler dünyasında da bir dönüşüm yaşanıyor. Bu dönüşümün bizlere hediyesi ise "hesap verebilirlik". Önümüzdeki dönemin en önemli kavramı haline gelmekte olan hesap verebilirlik aynı zamanda itibar yönetiminin de omurgası olmalıyadır.

Dijitalleşmenin bu kadar yaygın olmadığı dönemlerde şirketler "raporlarla" bu işi geçiştiriyorlardı. Finansal raporlar, sosyal sorumluluk raporları, sürdürülebilirlik raporları, çevre uyum raporları gibi isimlerle ve bu başlıklar altında değerlendirilebilecek çalışmaları paydaşlarına dağıtıyorlardı. Dijitalleşme ile bu raporlara "itibar" edilmez oldu! Çünkü bu raporlarda yazılanların satır aralarındaki bilgiler zaten kendiliğinden kamuoyunun gündemine düşmeye başladı. O nedenle, "ne" yaptığımızdan çok "nasıl" yaptığımızı hesap verebilirlik anlayışı içinde paylaşmamışsak itibar risklerimiz de o oranda yükseliyor.

Online itibar yönetimi adı verilen ama aslında itibar felsefesinin araçlarından biri olmanın ötesinde bir anlam taşımayan kavram kurumsal markanın "neyi-nasıl" yaptığını anlatma ve aktarma araçlarından sadece bir tanesi. Dijital dünyanın dışında da her şeyi doğru ve düzgün yapmalıyız ki online ortamda yapacaklarımız anlam kazansın.

"DİJİTAL DÖNÜŞÜM HESAP VEREBİLİRLİĞİ DE BERABERİNDE GETİRDİ. HESAP VEREBİLİRLİK AYNI ZAMANDA İTİBAR YÖNETİMİNİN DE OMURGASI OLMAYA ADAY."

Etik değerler, cinsiyet eşitliği, çevre, sürdürülebilirlik ve hayvan hakları itibar yönetiminde nasıl bir konuma ve öneme sahip?

Bu kavramlar son 30 yılın değerleri içinde ön sıralara çıktı. Daha önce yok muydu? Tabii ki vardı. Ancak toplumsal duyarlılık bu konularda henüz yeşermemişti. Bu kavramların günümüzde itibar ile ilişkilendirilmesi şu açıdan da önemli; on yıl sonra hayatımızda yer alacak olan "başka" bazı kavramlar ön sıralara yerleşecek bunlar biraz daha arka plana girecek.

İtibarın değerler üzerine inşa edilen bir felsefe olduğu gerçeğinden hareket edecek olursak reçete "küresel" değerlerin içinden geliyor. Sonra bunlar "yerel" değerlerle harmanlanıyor ve şirketlerin politika ve süreçlerine giriyor. Eğer işin içinde küresel değerler yoksa zaten orada itibardan pek söz edilemez. Etik, hayvan hakları, sürdürülebilirlik gibi başlıklar dikkat edilirse küresel değerlerdeki reçetede yer alıyordu.

Markaların itibarını güçlendirmesi ile zayıflatması arasındaki hassas çizgiyi hangi unsurlar belirliyor? İtibarı ölçümlemek, itibarı zirvede tutmak için bir çözüm olabilir mi? Nasıl?

İtibar her koşulda vardır. Olumlu/iyi itibar olabileceği gibi olumsuz/kötü itibar da vardır. Şirketlerin bu konudaki doğru/yanlış cetveli duvarlarına astıkları "vizyon-misyon-değerler" ifadelerinde gizlidir. Bu ifadelerin günlük yaşamda karşılığı var mıdır? İş yaparken ve yönetirken duvarlarda asılı olan "değerler" işin içinde midir?

Yöneticiler, sürdürülebilir başarıyı yakalamak için en çok hangi unsurlara dikkat etmelidir?

Sürdürülebilir başarıya aday yöneticiler öncelikle kendilerine şu kritik soruyu sormalılar: Kimin nezdinde başarı?

Sürdürülebilir başarı ne oranda "insan odaklı" olduğumuzla ilgili bir şey. Sadece kendi coğrafyamızda değil, küresel ölçekte insan meselesini hayatımızın ve işimizin içinde nerede görüyoruz? Neresinden tutuyoruz? İnsan odaklı düşünmeye başlamak beraberinde başarıları ve bunların sürdürülebilirliğini de getiriyor. İş hayatının kısır döngüsünü (üret-sat-kazan) aşabilecek vizyondaki yöneticiler şüphesiz fark yaratıyorlardır. Bu farklar birlikte çalıştıkları insanların kariyer yolculuklarını bu yöneticilere teslim etmesi gibi bir sorumluluğu da beraberinde getiriyor. Bu tarz yöneticilerin sürdürülebilir başarıda ki tilsimi iletişim ve ilişki yönetimindeki becerilerinden gelmektedir. Açık, samimi, dürüst ve bunlar kadar önemlisi "doğru zamanlamada" bunların yönetilebilmesi, "başarının" anahtarı olarak karşımıza çıkıyor.

İtibarın ölçümlenmesinde kullanılan tek kıstas bu "değerlerdir". Eğer bunlar küresel anlamda karşılığı olan ifadeler ise ve şirketin politika/süreçlerine bu şekilde girmişse, şirketi yönetenler de bunları bir "checklist" gibi kullanıyorlarsa endişe edecek bir şey yoktur.



Salim Kadıbeşegil: Markalar çöplüğünde, eskiden pazar lideri olan ancak toplumun değişen değerlerini zamanında keşfedemeyen birçok markayı görebiliriz.

#PERYÖNKONGRE #itibaryönetimi
#itibaryönetimiperformansölçümü

Bu anlayışla ürün markalarını yöneten şirketler doğal olarak marka vaatlerinde hesap verebilirlik ilkesinin önemi ve tüketici beklentilerini bu anlamda karşılama konusuna daha özenli olacaklardır. Verilen sözlerin arkasında durulması, sorunlara çözüm odaklı yaklaşılması, memnuniyetsizlik durumlarında tüketici ile empati yapılması gibi hususlar itibar yönetimi sürecinde markaların o kuruma vereceği katkılar olarak değerlendirilebilir.

Aslında bunların toptan çözümü şirketlerin "itibarını" değil "itibar yönetimi performanslarını" ölçmekten geçiyor.

İtibar yönetimi performansı nasıl ölçülüyor?

Uluslararası araştırmaları da dahil edersek itibar yönetimi performansını belirleyen temel 9-22 kriter var. Her şirketin üzerinde iyi çalışılmış bir sosyal ortak (paydaş) haritası varsa, bu paydaşlar nezdinde düzenli olarak şirketin itibar yönetimi performansını ölçmek marka tarafı olsun, kurumsal taraf olsun net bir fotoğrafı karşımıza koyar. Şirketi yöneten kadroların da yıllık performanslarını (APG) bu verilerin ışığında değerlendirdiğinizde geriye pek fazla sorunlu alan kalmaz.

Rekabet ortamının acımasızlığı içinde markalar, bu hususları ayaklarına vurulmuş prangalar gibi

"İtibarınızı yönetmekten daha önemli bir işiniz var mı?"

algılayabilirler. Onları hedefe bir an önce varmaktan alıkoyacak davranışlar olarak da değerlendirebilirler. Ama markalar çöplüğüne baktığımızda bir zamanlar pazar lideri olan markaların, toplumun değişen değerlerini zamanında keşfedemedikleri gerçeği ile karşılaşılıyor. İtibar yönetimi performansının düzenli ölçümlenmesi, şirketleri ve markalarını bu risklerden koruyacak "erken uyarı" sinyali gibi değerlendirilebilir.

Mevcut küreselleşme koşulları altında itibar yönetiminde aile şirketleri mi yoksa kurumsal şirketler mi daha avantajlı? Neden? İtibarı kuşaktan kuşağa aktarmak mümkün mü?

"İtibarınızı yönetmekten daha önemli bir işiniz var mı?" sorusu ile başladığım itibar yolculuğumda her konumdaki şirket için başlangıç noktası bu konunun onlar için ne kadar yaşamsal olduğu ile ilgili kararlarıdır. Birinin bir diğerine karşı önemli bir avantajı olduğunu düşünmüyorum. Eğer aile şirketleri soyadlarını kurumsal marka yapmışlarsa bu konuda belki biraz daha hassasiyet vardır denebilir ama günün sonunda



önemli olan kurumsal markanın nasıl yönetileceğinde kitleniyor.

Halka açık şirketlerle halka açık olmayanlar arasında da bir değerlendirme yapılabilir. Halka açık şirketler zaten itibar yönetimi ile ilgili yazılı ve yazılı olmayan her şeyi gündemlerinde tutmak zorundadır. Ama aynı şeyler halka açık olmayan şirketler için de geçerli. Çünkü her iki konumda bulunan şirketlerin baş denetçileri artık tüketiciler oldu. Bu nedenle, tüketicinin sadece kaliteli ürün ve hizmet konusunda değil; başta toplumsal sorumluluklar, çevre ile uyumlu hammadde, etik tedarik süreçleri, çalışan markası gibi konular ne halka açık olmanın ya da olmamanın sınırları içinde ne de aile ya da kurumsal şirket olmanın...

İtibar yönetimi bir anlamda kurumsal itibarı yücelten öykülerden oluştuğu için küçük, önemsiz gibi görünen bir karar, bir davranış, bir politika gün gelir on yıllar boyu devam eden bir öykü haline dönüşebilir. Bu öyküde adı geçen şirkette çalışanlar içinde oradan gurur duyma vesilesi olur.

İTİBAR YÖNETİMİ PERFORMANS ÖLÇÜMLEME KRİTERLERİNDEN BAZILARI

Yönetim Kalitesi

- Müşteri memnuniyeti
- Etik, adil, şeffaf ve hesap verebilirlik
- Güçlü mali yapı
- Ürün/hizmet kalitesi

İşveren Markası

- Çalışana değer
- İletişime açık olmak, geri bildirim değer vermek
- Ayrımcılıkla mücadele
- Çalışan fikirlerini ve değerlerini önemsemek

Kurumsal Sorumluluk

- Eylem/söylem tutarlılığı
- Sosyal sorumluluklardan ticari beklenti taşımamak
- Çevreye duyarlılık
- Yönetim kurullarında STK temsilcilerine yer vermek

“MARKALAR ÇÖPLÜĞÜNE BAKTIĞIMIZDA, BİR ZAMANLAR PAZAR LİDERİ OLAN MARKALARIN, TOPLUMUN DEĞİŞEN DEĞERLERİNİ ZAMANINDA KEŞFEDEMEDİKLERİ GERÇEĞİ İLE KARŞILAŞIYORUZ.”



Kongre bünyesinde, "Patronlar CEO'lar ve Üst Düzey Yöneticiler İçin Kurumsal Dersler" adlı kitabınızı da imzalayacaksınız. Sizce yönetim dünyası için asla unutulmaması gereken "kurumsal ders" hangisidir?

Günümüzde her karar bizi etik yol ayırmasına getiriyor. Özellikle kapitalizmin gelir dağılımındaki adaletsizliği "baş tacı" yaptığı ve bunun sonucu olarak da "parayı" bir değer haline dönüştürdüğü 20. yüzyıl insanlık tarihinin yüzü en kara dönemi olarak hatırlanacak. Eski Roma'da, antik Yunandaki "etik" tartışmaları hep bugünlerde sonuçlarını yaşamakta olduğumuz tartışmaları gündemine alıyordu. İş dünyasında itibarı zedeleyen, yok eden durumlara baktığımızda da arkasında "etik yetersizlik" olan örnekleri görürüz. Bu nedenle, yönetim dünyasının asla unutulmaması gereken en önemli şeyin "etik" olduğunu söyleyebiliriz.

PERYÖN 27. İnsan Yönetimi Kongresi Konuşmacılarından Bazıları

- Ekrem İmamoğlu
- Berna Öztınaz
- Dr. Kerem Dünder
- Akan Abdula
- Hande Yalgın
- Laura M. Owen
- Bülent Eczacıbaşı
- Dr. Lucas Van Wees
- Dr. Çağlayan Aktaş
- Dr. Ivan Kirillov
- Ece Süeren Ok
- Salim Kadıbeşegil
- Özlem Denizmen
- Mehmet Onur
- Mert Yıldız
- Fırat İşbecer
- Av. Alper Yılmaz
- Dr. Umut Yıldız
- Nevra Eker Güryel
- Şule Yücebıyık
- İdil Türkmenoğlu
- Hande Yaşargil
- Cenk Akıncılar
- Demet İker
- Dilara Koçak
- Audrey B. Smith
- Gaye Özcan
- Ozan Dağdeviren
- Bircan Karalar
- Saidja Drentje
- Ali Sabancı
- Ahmet Hakan Arslan
- Canan Soysal
- Sam Dickinson
- Antonie Aoun
- Gamze Cizreli
- Yelda İpekli
- Prof. Dr. Bahadır Dağdeviren

Konuşmacı:
Akan Abdula

“Fırsat istiyorsan,
karşılanmamış duygusal
ihtiyaçları keşfet!”



PERYÖN
27. İNSAN
YÖNETİMİ
KONGRESİ
21-22 Kasım 2019
Lütfi Kırdar, İstanbul

FUTURE BRIGHT YÖNETİCİ ORTAĞI AKAN ABDULA, PERYÖN 27. İNSAN YÖNETİMİ KONGRESİ'NDE “İSİM: TÜKETİCİ, İKAMETGAH: YANKI ODASI, MESLEK: TIKLAYICI / KİMLİĞİM SENİNKİNİN AYNISI” BAŞLIKLİ SUNUMUNU GERÇEKLEŞTİRECEK. ABDULA, YENİ DÜNYADA,

TÜKETİCİ ALIŞKANLIKLARININ İNSANLARI, FARKINDA OLMASIZIN NASIL TUZAĞA SÜRÜKLEDİĞİNİ DİNLEYİCİLERLE PAYLAŞACAK. ABDULA, “İNSANLARIN KÖK SEBEPLERİNE, KÖK DAVRANIŞLARINA, KÖK İHTİYAÇLARINA VE KÖK MOTİVASYONLARINA BAKARAK O DÖNEMİN SUNDUĞU FIRSATLARI GÖREBİLİRİZ” DİYOR.

Kongrede yapacağınız konuşmanın satırbaşlarını öğrenebilir miyiz?

Dünya değişiyor. Teknoloji dünyayı hızla değiştirmeye devam ediyor. Haliyle bu dünyada başarılı olmanın kriterleri de hızlı değişiyor. İnsan kaynaklarının başarı kriterleri ise 2. Sanayi Devriminden kalma. Dünya yapay zekâ devrimine doğru giderken, neden hala 2. Sanayi

Devriminin kriterleriyle ilerlediğimizi sorgulamamız gerekiyor. “Büyük Veri” dünyasındayız. Robotlardan korkuyoruz ancak robotların soyut hali uzun yıllardır algoritmalar şeklinde tüm adımlarımızı takip ediyor. Cep telefonlarımızda, sosyal medyamızdalar.

Kongredeki konuşmamda artık sadece

mücadele etmenin, çok çalışmanın yetmeyeceğini anlatacağım. Çünkü robotlar insanlardan daha çok çalışacak ve hiç yorulmayacak. Uykuya da ihtiyaçları yok. Artık başarılı olmanın kriterleri önce zihinsel bir dönüşüm yaşamaktan geçiyor. Ben o zihinsel dönüşümü ve önümüze çıkacak bazı tuzakları anlatacağım. Bu tuzaklara dikkat etmezsek, hata yapma riskimiz artıyor.

İnsanlar nasıl bir tuzağa sürükleniyor? Yeni dünyada insanlık nereye gidiyor?

Beynimizi mükemmel bir organ zannediyoruz. Hümanizmden beri bu böyle. Ama aslında nörobilimle uğraşan herkes bilir ki beyin kusurlarla dolu. Bu kusurları anlamamız ve başarının önünde duran engellere yeni bir gözle bakmamız şart. İnsanların tercihlerinde netlik söz konusu değil. Duygu olmadan karar veremiyoruz. İnsanlar sezgiler, kısa yollar ve önyargılarla karar veriyor, değerlendiriyor. Kararların önemli bir kısmı da bilinç altı seviyelerde veriliyor. İnsan beyni tahmin edilebilir hatalar üzerinden çalışırken, bizler hep mükemmel, ultra rasyonel insana yönelik insan kaynakları yönetimi veya pazarlama yapamayız. İnsanları mantığa davet ederek şirket kültürü de yönetemeyiz. Aslında her şeyin temeli duygusal ihtiyaçlarımız. Bu duygusal ihtiyaçlar motivasyonlarımızdan tetikleniyor. İnsan nereye giderse gitsin, duygularıyla gidecek. Biz de orada olmaya çalışalım. "İnsanlar onlara ne söylediğinizi unutabilirler, insanlar onlara ne yaptığınızı da unutabilirler

ama insanlar onlara kendilerini nasıl hissettirdiğinizi asla unutmayacaklardır" der, Maya Angelou... Nasıl hissettirdiğimize hep dikkat edelim.

Giderek büyüyen mobil ve online ticaret her geçen gün yeni "fırsatlar" sunuyor. Bu fırsatları yakalamak için ne yapmak gerekiyor?

Pazarlama da, insan kaynakları da sürekli değişimden ve fırsatlardan bahsetmeyi seviyor. Doğrudur, değişen çok şey var; haliyle fırsatlar da çok. Dijitalleşme ve algoritmalar da bu yeni fırsat dünyasının lokomotiflerinden. Ancak bu fırsatların peşinde koşarken unutmamak lazım; hala beşerî bir varlıktan bahsediyoruz. Bu varlığın kök motivasyonlarına sürekli bakmamız lazım. Yani teknolojiyi anlarken, insanı unutmamak lazım. Kök sebepler, kök davranışlar, kök ihtiyaçlar insan olduğumuz sürece değişmeyecek. Algoritmaların gölgesinde, bu ihtiyaçlara yönelik programlar oluşturmalı ki yeni nesil çalışan motive olsun ve kalsın. Aynı pazarlama için de geçerli. Kök motivasyonlara

"ALGORİTMA, BIRAKTIĞIMIZ İZLER ÜZERİNDEN BİZİ TAKIP EDEREK KARŞIMIZA SEVDİĞİMİZ İÇERİĞİ ÇIKARIR. İŞTE BU DA BİZİ, SADECE BİZDEN İZLERİN OLDUĞU BİR 'YANKI ODASI'NA HAPSEDER. YANKI ODASINDAN ÇIKMAK İÇİN SOSYAL İNOVASYON, PAYLAŞIM EKONOMİSİ GİBİ YENİ OLGULARDAN DESTEK ALABİLİRİZ."

bakacağız ki yeni fırsatlar görebilelim. Fırsat mı yakalamak istiyorsun, mutlaka karşılanmamış duygusal ihtiyaçlara bak.

Marka algılamalarında bu teknolojik gelişmeler nasıl bir rol oynayacak?

Tüm algoritmaların üzerinde çalıştığı en önemli şey öngörülebilirlik. Veri, insan davranışları daha öngörülebilir hale gelsin diye toplanıyor. Markalar daha öngörülebilir tüketici arıyor. Ancak bu arayışta büyük sorunlar da yaşanıyor. Hem de büyük sorunlar. İnsanlık, "Hakikat Ötesi" (Post Truth) devrine girdi. Algoritmalar döneminde doğrular, hakikatler de önemini yitirdi. Algoritma yönlendirdiyse ve çoğunluk inandıyla, elinizdeki yeni gerçek budur.



Akan Abdula: Fırsat mı yakalamak istiyorsun, mutlaka karşılanmamış duygusal ihtiyaçlara bak. Çünkü insan nereye giderse gitsin duygularını da beraberinde götürür.

#PERYÖN #Kongre #İnsan #Fırsat





“GENÇLER BİRBİRLERİNİ TANIMİYORLAR. BİZ DE ONLARI TANIMİYORUZ. ÖRNEĞİN ‘GENÇLER EN ÇOK NE DİNLİYORLAR?’ DİYE SORSAK, BİZLER ‘POP’ DERİZ. OYSA ‘ARABESK RAP’ DİNLİYORLAR.”

Daha öngörülebilir tüketici ararken, daha öngörülemez gerçeklerle karşı karşıya kalabiliriz. Bu durum, dünyayı nasıl algıladığımızı çok etkileyecek. Haliyle marka algısı da buradan kendi payına düşeni alacak.

Geçmişten günümüze değişen, en temel alışkanlıklar nelerdir? Bu değişimleri en çok hangi öbekte görüyorsunuz?

Araştırmalar, en büyük değişiklikleri gençlikte gösteriyor maalesef. Gençlerin 3H’lı bir dünyası vardı. Haz, Hız ve His. Ancak bu öngörü oyununda, bıraktıkları dijital izler, onları yankı odalarına kapadı. Ne demek yankı odası? Algoritma, bıraktığın izler üzerinden seni takip eder ve bir zaman sonra karşına sadece sevdiğin, beğendiğin içeriği ve sana benzeyeni getirir. İşte bu da, bir zaman sonra sadece kendini duyduğun ve gördüğün

bir odada hapsolman demek. (Tabii bu odaya hapsoldüğünün farkında değilsin.) Gençliğimizin yankı odalarına kapanması demek, bu 3H’lı dünyanın ya sahtesini yaşamaları ya da gerçeklerden mahrum kalmaları demek. Bu da birbirinden kopuk bir gençliğin oluşmasına sebep oluyor. Gençler birbirlerini tanımıyorlar. Biz de onları tanımıyoruz. Örneğin “Gençler en çok ne dinliyorlar?” diye sorsak, bizler “Pop” deriz. Oysa “Arabesk Rap” dinliyorlar.

Sosyal inovasyon, sosyal girişimcilik, paylaşım ekonomisi gibi kavramlar hayatımızda daha sık yer almaya başladı. Bu kavramlar bu resmin neresinde?

Ben bu olgulara çok önem veriyorum, çünkü bunlar aslında çıkış formülü aramanın sonucu, yankı odasından çıkmak için atılan adımlar... Bu yeni ekonomi ürünleri herkesin umut ve mutlulukla bağdaştırdığı birer olgu olsa da, çoğunluk için bu kavramlar maalesef hala çok uzak.

Ülkemizde aile yapısının bireyselleşmeye ve bireysel özgürleşmeye izin vermemesi, eğitimin tek tipleşmeye yatkın olması ve çevresel olanakların kısıtlılığı gençlerimizin kendilerini tanıyabilmelerine engel oluşturuyor. Gençler, yeni ekonomiye yeterince katılım sağlayamıyor. Kendini aile ve ortamdaki özgürleştirilmeyen bireylerin hayallerinin niteliklerinin çok zengin, kişisel olmadığı, daha çok öğretilmiş

hatta tam tanımlanamamış hayaller noktasında sıkıştığı görülüyor.

Bariyer olarak saydığınız tutumları değiştirmek mümkün mü?

Ben şahsen tüm konferanslarımda, tutum değiştirmenin problem çözmede yeterli olmadığını söyleyen biriyim. Tıpkı çocuk eğitiminde olduğu gibi. Çocuğa tutumunun yanlış olduğunu söylersiniz ancak o davranışı bir daha tekrar etmemesi için uğraşsınız. Çünkü çocuk, tutum arkasındaki mantığı zor anlar. Biz de aynısını yaparsak, gençlerimizin davranışlarını değiştirmeleri hayli mümkün. Sonra tutumları kendiliğinden değişecek.

“Problemleri çözebilmek için tutuma değil davranışa odaklanmalıyız. Önce davranışımız değişmeli, ardından tutum zaten kendiliğinden değişir.”



Akan Abdula: Değişen dünyada yeni fırsatların peşinde koşarken; kök sebepler, kök davranışlar ve kök ihtiyaçları gözden kaçırmamalıyız. Çünkü bunlar değişmez.

#PERYÖN #Kongre #Tüketim #Duygu

Gençlik sorun mu?

80 ve 90'lar boyunca ekonomimizin en önemli itici gücü olarak konuştuğumuz "genç nüfus potansiyeli", günümüzde kent yaşamının getirdiği zorluklar (çocuk yapmanın marjinal maliyetinin artması), gelir dağılımındaki bozulma ve bireysel yaşam tercihlerindeki artış nedeniyle azalıyor. Daha doğrusu nüfus yaşılanıyor. Aynen Avrupa'da ya da Japonya'da olduğu gibi bizde de doğum oranları düşerken, tıp ve beslenme koşullarındaki gelişmelere bağlı olarak ortalama yaşam süresi uzamaya başladı. Nüfus yaşılanıyor yaşlanmasına da özellikle 1999 ve sonrasında Sosyal Güvenlik Sistemindeki düzenlemeler nedeniyle "kaliteli yaşlılık" ihtimali hemen herkes için masanın üzerinden kalkıyor. Ya emekli olacak kadar yaşayamayacak ya da reel emekli gelirlerindeki erime düşünüldünce emekli olsak da yeniden çalışmadan ayakta duramayacak durumdayız.

Düşündüren potansiyel

15-24 yaş arasındaki nüfusumuz 8 milyon. Bu, birçok ülke nüfusuna eş bir rakam. Aktif nüfusu 15-64 yaş arası olarak kabul ettiğimizde 15-25 onun en dinamik kısmını oluşturuyor. Mevsim etkisinden arındırılmış rakamlarla genç işsizliği yüzde 25,5. Ne işte ne de eğitimde olanların oranı da buna yakın. Potansiyel büyük, sorun da!

Gerçek işin peşinde...

Her dört gençten biri işsiz. Üçü iş buluyor. Ama üçünün bulunduğu iş de muhtemelen "iyi iş" değil. Yani, güvencesiz, yarı zamanlı, sigortasız, düşük ücret gelirli iş... Biz bu tip işlere eksik istihdam, bu tip işlerde çalışanlara da yarı işsiz diyoruz. Çünkü istihdam gibi gözükse de tam zamanlı, sigortalı, sosyal hakları tam ve güvenceli bir iş kadar tatmin sağlamıyor. Bunun için de -özellikle üniversite mezunu

"GENÇ İŞSİZLİĞİNİ AŞMAK İÇİN ÜRETİMİN YAPISINI 'DÜŞÜK MALİYET'TEN UZAKLAŞTIRIP 'YÜKSEK KATMA DEĞER'E ÇEVİRMEK GEREKİYOR."

gençlerde- işgücü devir oranları (turn-over) muazzam ölçüde artmış durumda. Mezuniyet sonrasında gerçek işin peşinde koşarken yaşanan geçici iş deneyimleri bu oranı artırıyor.

Yetenek açığını aşmak

Piyasada firmaların ihtiyaç duyduğu çalışan profili ile üniversitelerin yetiştirdiği mezun profili birbirine uymuyor. Sadece özgeçmiş üzerinden bir değerlendirme yapan firma yöneticisi, çalışmaya başlayan personelde "kağıtta" yazan nitelikleri de bulamıyor. Buna "yetenek açığı" deniyor. Dört yıllık üniversite eğitiminin doğru staj ve iş deneyimleriyle bezenmesi önemli. İş dünyasının pratiğine alışmayı mezuniyet sonrasında bırakanlar bir dört yıl daha harcıyor.

"HER DÖRT GENÇTEN BİRİ İŞSİZ, ÜÇÜ İSE 'EKSİK İSTİHDAM' SINIFINDA YER ALIYOR. YANI GÜVENCESİZ VEYA YARI ZAMANLI ÇALIŞIYOR."

Yetenek açığını bireysel olarak kapatmak bir yere kadar mümkün. Esas olarak eğitim sisteminin ekonominin ihtiyaç duyduğu nitelikte insan gücü yetiştirmek üzere ilköğretimden başlayarak yeniden yapılandırılması gerekiyor.

İşsizsin sen, işsiz kal...

İşsizlik Türkiye ekonomisi için enflasyon gibi kronik bir sorun. Bu sebeple gelmiş



py@peryon.org.tr

geçmiş bütün seçimlerde tüm partilerin programında "işsizliği çözme" vaadi ilk sıralarda kendine yer bulur. Genç işsizliği özelinde düşündüğümüzde, 2001 Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı (GEGP) ile birlikte uygulanan "verimliliğe dayalı büyüme stratejisi" büyüme ile işsizlik arasındaki ters yönlü ilişkiyi kırdı. İlişkinin en sert kırıldığı yer genç nüfus. Yani 2001 sonrası, büyüme işsizliği azaltmadı ve hatta genç işsizliğini artırdı. Büyüme modelini katma değer yaratacak ve genç nüfus potansiyeline uygun sektörleri geliştirecek biçimde dönüştürmek gerekiyor.

"Çalışmak" haktır

"Çalışma Hakkı", hem İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nde hem de ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) sözleşmesinde yer alıyor. Bu kavram, yurttaşların ülkede onurluca yaşayacak ve insanca koşullarda çalışabilecekleri işlerde istihdam edilmeleri hakkını ifade ediyor. Bu hakkın güvencesi her ülkenin kendi devletidir. Devletlerin ekonomi içerisindeki ağırlıklarının azalmakta olduğunu düşürsek, burada devletin rolü daha ziyade orkestrasyon. Yani devletin, özel çalıştırma biçimlerini düzenleyecek kurallar, üretimin yapısını şekillendirecek teşvik ve cezalar uygulaması gerekiyor. Ayrıca yaygın öğretimle "yetenek açığını" gidermek ve ekonominin ihtiyaç duyacağı bireyleri yetiştirmek de yine devletin öncelikleri arasında.

Mevcut durumda genç işsizliğini aşmak için de üretimin yapısının "düşük maliyet" yerine "yüksek katma değer"e çevrilmesi için adım atmak gerekiyor. Yoksa bu gençlik büyük sorun!

Kendini sev, uğraş edin, hareket et!

KOŞUYU VE SPORU SEVDİRMEYİ HEDEFLEYEN BiKoşu Adana Platformu (BKA), iş insanı Meltem Aydın öncülüğünde Adana'da 2014'te kuruldu. Amatör atlet Meltem Aydın, dünyada BKA olarak katıldıkları her maratonda Adana'yı ve Türkiye'yi temsil etmekten mutluluk duyduklarını, koşunun bir tutku olduğunu söylüyor. Aydın, "İnsanlık, tarih sahnesinde var olduğu ilk yıllardan beri koşuyordu. Tarım ve sanayi geliştikçe insan, koşmayı unuttu. Günümüzde koşu, sosyal fayda sağlamak için de oldukça popüler bir araç. Biz bugün, koşuyla yeniden tanıştığımızı zannediyoruz, oysa yaptığımız sadece; unuttuğumuz bir eylemi yeniden hatırlamak" diyor.



Meltem Aydın
BiKoşuAdana Kurucusu, Ultra Koşucusu



Röp: Serra Sönmez

Günlük hayatın telaşı içinde kendimize ne kadar zaman ayırıyoruz? İş ve sorumluluklarımız için "koşuştururken", "sağlığımız ve mutluluğumuz" için ne kadar hareket ediyoruz? Bu soruların cevaplarını arayan dört amatör sporcu (aynı zamanda farklı alanlarda çalışan dört iş insanı), 2014'te bir araya gelerek, Adana'nın istikrarlı koşu platformu olan BiKoşuAdana'yı (BKA) kurdu. Kâr amacı gütmeyen BKA, ultra maraton koşucusu Meltem Aydın'ın öncülüğünde, sosyal bir platform olarak amatör ruhunu koruyor.

BKA'nın kurucularından Meltem Aydın 1972 Adana doğumlu. Adana Kız Lisesi'ni bitirdikten sonra ailesinin karşı çıkması nedeniyle üniversite okuyamadan iş hayatına atılmış. 1990'da özel bir şirkette çalışmaya başlayan Aydın, sekiz yıl sonra kendi tabiriyle "cesur bir karar alarak" dört ortaklı bir şirket kurmuş. 2016'dan bu yana ise kurucusu ve genel müdürü olduğu SCA Metal'de ortağı olan eşiyile birlikte çalışıyor.

Aydın, iş hayatında cesur olduğu kadar sivil toplum örgütlenmesinde de aktif roller almaktan geri durmamış. Adana İş Kadınları Derneği'nin kurucu üyesi olan Aydın, aynı zamanda Kadın Girişimciler Derneği'ne (KAGİDER) ve Arya Women Yatırım Platformu'na üye. Aydın evli ve iki çocuk annesi. Kızı Cemre 21 yaşında; Koç Üniversitesi İşletme Bölümü 3. sınıf öğrencisi. Oğlu Ali Emre ise Adana TED Koleji'nde eğitim hayatına devam ediyor.

Spor geçmişinizi öğrenebilir miyiz? Neden koşu?

Okul yıllarımda hep yürüyerek okula giderdim. Bu nedenle uzun mesafelere çok alıştım. Lise bittikten hemen sonra iş hayatına başladığım için yürüyüşten uzaklaştım ama spor hep hayatımda vardı. Koşmaya başlamadan önce uzun yıllar tenis oynadım ve önemli başarılar elde ettim. Ancak teniste bir düzen oturtmadım ve motivasyonum bozuldu. Daha sonra daha bağımsız bir spor olmasının avantajıyla yürüyüşe yeniden başladım. Ardından, "Acaba koşabilir miyim?" diye düşündüm. İlk 700 metre aralıksız koştuğumdaki heyecanımı anlatmam zor. Bu 700 metre dört yılda beni 65 km'ye hem fiziksel hem mental olarak sağlıklı bir şekilde taşıdı.

BKA platformunda kaç üyeniz bulunuyor? Üye profilinizi öğrenebilir miyiz?

Beş yılda 95 kişiye dokunabildik. 17 kadın, 33 erkek olmak üzere 50 aktif koşucumuz bulunuyor. Koşucularımız 23 - 60 yaş aralığında ve tabii çocuklarımız da BKA'lı olmaya çok hevesliler.

Adana gibi sıcak bir yerleşimde nerelerde, nasıl antrenman yapıyorsunuz?

Sıcak değil de "nem" bizi çok zorluyor. Bundan etkilenmemek için gece uykularımızdan fedakarlık edip sabah 04.30 sularında uyanıp koşuyoruz. Akşam grubumuz ise serinliği bekleyip antrenmana 21.00'de başlıyor. Bu arada şunu da belirtelim, serinlik derken 25-30 dereceler değil 40 dereceden

"BİKOŞUADANA, BİZDEN SONRA KURULAN GRUPLARA DA İLHAM OLMUŞ BİR KOŞU AİLESİ. ŞU ANDA ADANA'DA BİRÇOK FARKLI KOŞU GRUBU VAR VE BU GELİŞMEYİ ÇOK TAKDİR EDİYORUZ. 'ACABA BEN DE KOŞABİLİR MİYİM?' DİYE SORANLARA YOL GÖSTERMEKTEN GURUR DUYUYORUZ."



"Adana'da sıcak değil, nem bizi zorluyor. Sabah 4.30'da kalkıp koşuyoruz."

bahsediyoruz. Hafta sonu ise Toros Dağlarına, yaylalara, Aladağlara kaçıyoruz.

Antrenmanlarımız herkesin katılabileceği şekilde salı ve perşembeleri rutin olarak Sabahçı (Earlybirds) ve akşamcı (Cityrunners) olarak devam ediyor. Hafta sonları ise Adana çevresindeki farklı parkurlarda; patika koşuları, güçlendirici aktiviteler ve yogayla devam ediyor. Çok eğleniyoruz.

Hangi parkurlarda tecrübelisiniz? Şimdiye kadar hangi maratonlara katıldınız?

Bizler genelde "ultra trail" yani "uzun patika" koşularında çok tecrübelendik. Besleyici ve güçlendirici, doğa ile iç içe olan koşuları, agresif ve hızlı yol koşularına tercih ediyoruz. Şimdiye kadar Türkiye'nin hemen her "ultra trail" koşusuna katıldık ve dünyanın her yerinde maraton koştuk. Ancak özellikle UTMB 2018 ve Laverado 2019 koşularını koştuktan gurur duyduğumuzu söyleyebilirim. Bu organizasyonlarda gururla "BKA her yerde" diyoruz.

Neden böyle bir platforma öncü oldunuz?

Sağlıklı bireyler yetiştirmek artık ülkelerin dahi öncelikli politikaları arasında. Biz de istedik ki insanlar BiKoşuAdana sayesinde, bizlerle beraber ilk adımı atabilsinler. Bu yüzden bu ekip kuruldu. Grubumuzu kurduktan sonra sürekli, "Ben de yapabilir miyim?", "Koşabilir miyim?", "Koşmak zor mu?" gibi sorularla karşılaştık. Hal böyle olunca bu insanlara liderlik etmek artık kaçınılmaz olmuştu. Geldiğimiz nokta bizi çok gururlandırıyor. BiKoşuAdana, bizden sonra kurulan gruplara da ilham olmuş bir koşu ailesi. Şu anda Adana'da birçok farklı koşu grubu var ve bu gelişmeyi çok takdir ediyoruz.



Meltem Aydın: "Sosyal fayda yaratma isteğinizi ertelemeyin. Hem kendiniz hem de toplum için harekete geçin!"

#PERYÖN #Koşu #BiKoşuAdana
#MeltemAydın



Koşuyla tanışanların sayısı her geçen gün artıyor. Koşu giderek daha popüler bir spora dönüşüyor. Neden?

Aslında koşu hepimizin doğasında var. İnsanlar, ilk çağlardan bu yana avlarını yakalayabilmek için koşuyorlar. Tarımın ve çok sonraları da sanayinin gelişmesiyle beraber

“SOSYAL BİR FAYDA YARATMAK İÇİN DOĞRU ZAMAN ŞİMDİ! ERTELEMİYİN, HİÇBİR ŞEYİ BEKLEMİYİN, HAREKETE GEÇİN! HEDEFİMİZ ÖNCE SAĞLIK: SAĞLIKLI BİR BKA İLE SAĞLIKLI BİR ADANA.”

bu eylem unutulmuş gibi görünse de doğamızda olduğunu inkar edemeyiz. Dolayısıyla koşuyla tanışmıyoruz aslında; unuttuğumuz bir şeyi tekrar hatırladığımız için koşuyoruz.

Faaliyetleriniz arasında triatlon da var mı yoksa sadece koşu mu?

İçimizde bir arkadaşımız triatlon yaptı. Sanırım triatlet arkadaşlarımızın sayısı yakında artacak. Belki de ileride “BiTriAdana” girişimi oluşacaktır.

Hedeflerinizi öğrenebilir miyiz?

Hedefimiz önce sağlık: Sağlıklı bir BKA ile sağlıklı bir Adana. BKA olarak dünyanın her yerinde koşmaya devam edeceğiz.

Her yıl bir sonraki yılı hedefliyor ve antrenmanlarımızı buna göre

yapıyoruz. Gelecek nesillere aktarabileceğimiz önemli hikayeler biriktiriyor, topluma rol model olmayı sürdürmek istiyoruz.

Buradan, özellikle iş insanlarına vermek istediğiniz bir mesaj var mı?

Her şeyin başı sağlık. Bunun için önce kendimizi sevmeli, bedenimize iyi bakmalıyız. Herkesin spor yapmaya, hareket etmeye ihtiyacı var. Buradan hareketle herkes önce bedenini ve ruhunu sevmeli, kendini tanımalı; kendine uygun bir meşgale, hobi ya da özel bir uğraş edinerek topluma ve kendine yararlı olmaya çalışmalı. Bu sayede başkalarına ilham olabilir ve yaşantımızı daha renkli ve anlamlı hale getirebiliriz. Sosyal bir fayda yaratmak için doğru zaman şimdi! Ertelemeyin, hiçbir şeyi beklemeyin, harekete geçin!



Her Çocuk Sevgiyle Büyümeli



Türkiye Korunmaya Muhtaç Çocuklar Vakfı'nda her Koruncuk sevgiyle büyüyor, iyi bir eğitim alıyor, sosyal beceriler edinerek geleceğe güvenle bakıyor.

Siz de bayram, nikah, doğum günü, anneler günü, kurumsal kutlamalar gibi özel günlerde Vakfımızın özel tasarım sertifikalarını veya Koruncuk çikolatalarını alarak bu mutluluğa ortak olabilirsiniz.



TÜRKİYE KORUNMAYA MUHTAÇ ÇOCUKLAR VAKFI
0212 274 95 45
www.koruncuk.org

Size özel kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ve iş birlikleri için bizimle temasa geçebilirsiniz.

İŞ FIKRI BAŞARIYA NASIL ULAŞIR?

Girişiminiz ya da halihazırda meşgul olduğunuz iş ne olursa olsun fikriniz kadar iş yapış biçiminiz de başarıya ulaşmanızda önem taşıyor. Bebek Waffle, Teknasyon ve Kurutulmuş Gıda, farklı sektörlerde hızla büyüyen üç girişim. Bebek Waffle'ın kurucu ortağı Önder Şahin başarısının sırrını; doğru ürün, iyi lokasyon ve işine duyduğu sevgi ile açıklıyor. Teknasyon

CEO'su Burak Sağlık, "dene ve öğren" anlayışını benimseyerek cesareti yol gösterici kabul ediyor. Kurutulmuş Gıda'nın kurucusu Ayşe Çiftçi ise gıda sektöründeki başarısını, geleneksel yöntemlerden ödün vermeden gerçekleştirdiği şeffaf üretime borçlu olduğunu söylüyor.

Girişim fikriniz mi var? Sıra dışı, geleneksel veya bazen çok basit bir fikir bile "sevgi ve ilgiyle" büyütülerek büyük başarıya ulaşabiliyor. Fikrin olağandışılığından çok uygulanış biçimi burada belirleyici olabiliyor. Bebek Waffle, Teknasyon ve Kurutulmuş Gıda girişimleri, benimsedikleri yöntemler ve öğretiler sayesinde girişimcilere yol gösteriyor.

BEBEK WAFFLE

2007'de Önder Şahin'in girişimiyle kuruldu. Şahin, Bebekli bir esnaf. Bebekten ayrılmadan farklı bir iş kurarak daha çok gelir elde etmek istiyordu. Sahip olduğu manav dükkanını waffle cafe'ye dönüştürebileceğini düşündü. O dönemde waffle giderek popüler olmaya başlamıştı. Önder Şahin, fikrini ortağı Nihat Cesur'la görüştü ve birlikte yeni işlerini kurmaya karar verdiler. Hedefleri, bir Bebek markası yaratmaktı.

Önce bir miktar borç alındı. Ardından, manav dükkanına tadilat yapıldı. Sadece

waffle değil 20 çeşit meze seçeneğiyle kumpir de satmaya karar verdiler. Bebek Waffle Cafe açılır açılmaz büyük ilgi gördü. Kısa sürede borçlarını kapattılar. Hedefleri büyüyerek şubeleşmekti. Fakat bir gün kurumsal bir şirketten gelen teklifle tüm planlar değişti ve şubeleşme fikri rafa kaldırdı. O gün telefon eden insan kaynakları yöneticisi, şirket çalışanlarına yönelik kurumsal bir etkinlik düzenlemek istiyordu. Bebek Waffle ekibi, bu fikri "harika" buldu ve öneriyi kabul etti. Etkinliklerin adı konulmuştu: "Tatlı bi mola". Sloganları ise "Happy Hour, Waffle Hour" oldu. Aldıkları sonuç beklemediklerinden çok daha iyiydi. Bundan sonra kurumsal müşterileri de hedefine alan Bebek Waffle iş dünyasının yoğun olduğu fuarlar, kongreler ve organizasyonlarda yer almaya başladı. Stantlar açıldı, tadım etkinlikleri düzenlendi. Bugün, Bebek Waffle, semtinin ve İstanbul'un sınırlarını aşarak, çevre illere de lezzetlerini götürüyor. Kurumsal organizasyonları, "Bebek Waffle Etkinlik Timi" adını verdikleri bir ekip düzenliyor. Aynı gün

içinde beş etkinlik gerçekleştirebilecek uzmanlığa ulaşan Bebek Waffle, iki saatlik zaman diliminde 600 ila 700 kişiye hizmet sunabiliyor.



**Bebek Waffle Kurucu Ortağı
Önder Şahin**

"İnsanın sevdiği işi yapması başarılı olması için en önemli kriter. Etkili bir iletişim ve pazarlama yöntemi olan sosyal mecraanın gücünden de mutlaka yararlanılmalı. Yüz yüze hizmet sektörüne girmeyi düşünen veya sıcak satışla ilgili benzer fikirleri olan girişimcilere ürün ve lokasyon seçimine dikkat etmelerini tavsiye ediyorum. Satışı yapılacak ürünün alıcı kitlesinin iyice araştırılması ve müşteri hareketliliğinin dikkatle incelenmesi gerekiyor."



TEKNASYON

Bilişim sektöründe Türkiye'nin en hızlı büyüyen firmalarından biri. Teknasyon'un kurucusu ve CEO'su Burak Sağlık, ortaklarıyla beraber daha önce bir e-ticaret girişimiyle ilgileniyordu. Edindiği tecrübe sayesinde GSM operatörlerine eğlence ve bilgi servisleri konusunda destek verebileceğini öngördü. Bu öngörü sonucunda 2013'te Teknasyon'u kurdu. Türkiye'de çok iyi yazılım firmaları olmasına rağmen, o dönemde küresel pazarlara açılan pek yoktu. Teknasyon ise başından beri küresel pazara açılmayı hedefliyordu. Türkiye'de GSM operatörleri için altyapı hizmeti sağlayan, küreselde ise 157 ülkede 100 milyonu aşkın kişi tarafından kullanılan uygulamalar geliştiren bir mobil yazılım şirketine dönüştü.



Teknasyon CEO'su
Burak Sağlık

"Teknasyon olarak 'Dene ve Öğren' kültürünü benimsiyoruz. Hata yapmaktan korkmuyor, bunlardan ders çıkarıyoruz. Başarısızlıklar, hatalar kimsenin gözünü korkutmasın. Denemeden bilemezsiniz. Türkiye pazarı çok büyük fakat dünya daha da büyük. Küresel pazarlara açılmak için daha cesur olmak gerekiyor."

Teknasyon mobil kullanıcılarının günlük hayatta faydalanabilecekleri, ödenene değer, içeriği ile fark yaratan mobil uygulamalar geliştiriyor. Hava durumundan fotoğraf düzenlemeye, çeviriden uyku takibine, sağlıklı yaşamdan konum takibi uygulamasına kadar farklı kategorilerde yer alan geniş bir ürün yelpazesi mevcut.

Uygulama geliştiricisi olmanın yanı sıra, yatırımcı olarak da gelecek gördüğü projelere yatırım yapıyor, genç girişimcileri destekliyor. Yatırım yaptığı uygulamaları pazarlama gücüyle de destekliyor. Kısa vadede B2B tarafında önemli ihtiyaçlara çözüm olmak üzere çalışmalarını sürdürüyor. Şirket içerisinde verimliliği arttırmak amacıyla geliştirdikleri bazı projeleri kurumsal pazara açarak farklı bir başarı elde etmeyi hedefliyor.

KURUTULMUŞ GIDA

Ayşe Çiftçi, Denizli'nin Çivril Köyünde yaz ve kış aylarında geleneksel yöntemlerle; turşu, reçel, kuru erik, kuru patlıcan-biber, pekmez, salça, erişte, yufka gibi gıda ürünleri hazırlayarak Türkiye'nin dört bir yanına gönderiyor. Anadolu'nun geleneksel lezzetlerinin neredeyse tamamını kendi imkanlarıyla üreten Ayşe Çiftçi'yi bu girişimi için kardeşi teşvik etti. 2013 yazında bolca meyve kuruttuğunu ancak bu miktarın Ayşe Çiftçi ve ailesi için epey fazla geldiğini gören kardeşi, "Neden bunları satmıyorsun?" diyerek bu girişime önyak oldu.

Ailesi için çocukluğundan bu yana meyve sebze kurutup kışlık yiyeceklerini yazdan hazırladıklarını belirten Çiftçi 2013'te "Kurutulmuş Gıda"yı kurdu. Sosyal medya hesapları üzerinden satışa başladı. Ürünlerinden memnun kalanların sosyal medya aracılığıyla ilettikleri geri bildirimler sayesinde Kurutulmuş Gıda'nın ünü giderek yayıldı.

Çiftçi, kaliteden ödün vermeden, satacağı ürünleri kendi çocuklarına hazırlamış gibi ürettiğini, başarısını da buna borçlu olduğunu söylüyor.

Ağırlıklı olarak kendi bahçesinde ürettiklerini işleyen Çiftçi böylesine bir başarıyı hayal etmediğini itiraf ediyor. Kurulduğu ilk yıl haftada 3-4 koli sipariş alırken bugün bir günde 30 ila 40 koli sipariş hazırlıyor. Çiftçi, bugün Çivril'de yaşayan 15 kadına da istihdam sağlıyor.



Kurutulmuş Gıda Kurucusu
Ayşe Çiftçi

"Geleneksel yöntemlerden ödün vermiyorum. Örneğin bir ürüne odun ateşi lezzet katıyorsa bunu tercih ediyorum, zaman kazanmak için gazlı ocağı kullanmıyorum. Üretim yerimiz herkese açık. Müşterilerim çat kapı gelip inceliyor, hatta denetliyor. Bu şeffaflık sayesinde müşterilerimiz bize güveniyor."



İş yaşamında dijital dönüşüm merceğ altında



PERYÖN GÜNEY MARMARA ŞUBESİ "İNSAN YÖNETİMİ BULUŞMALARI" NIN SONUNCUSUNU "DİJİTAL GELECEKTE İNSAN" BAŞLIĞIYLA DÜZENLENDİ. PERYÖN GÜNEY MARMARA ŞUBESİ BAŞKANI BARIŞ GÜL "İŞ DÜNYASINI ŞEKİLLENDİREN MEGA TRENDLERİN BAŞINDA TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜME VE DİJİTALLEŞEN ÇALIŞMA ORTAMLARINA UYUM SAĞLAMA GEREKLİLİĞİ GELİYOR" DEDİ.



BARIŞ GÜL

PERYÖN Güney Marmara Şubesi Başkanı

"Küreselleşme, İK'yı dijitalleşmeye itti"

PERYÖN Güney Marmara Şubesi "İnsan Yönetimi Buluşmaları" çatısında düzenlediği programında bu kez "Dijital gelecekte insan" başlığıyla, iş yaşamında dijitalleşme sürecini ele aldı. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) ev sahipliğinde düzenlenen etkinlikte, alanında uzman isimler dijitalleşen iş dünyası içerisinde insanın rolünü tartıştı. Organizasyonun açılış konuşmasını gerçekleştiren PERYÖN Güney Marmara Şubesi Başkanı Barış Gül, dijitalleşmenin günümüzde iş dünyasının en önemli başlıklarından biri haline geldiğini vurgulayarak "Artık iş dünyasını şekillendiren mega trendlerin başında teknolojik dönüşüm, dijitalleşen ve değişen çalışma ortamına uyum sağlama gerekliliği geliyor. Öyle ki, bilgi teknolojileri çözümleri ve dijital uygulamalar, kurumların fark yaratmaktan öte, hayatta kalabilmek

adına kullandığı araçlar haline gelmeye başladı" dedi.

İnsan kaynaklarını dijitalleşmeye iten kavramların başında küreselleşme olduğunu ifade eden Gül, "Dijital İK, İK departmanının yaptığı işlerin büyük kısmının artık dijital ortamlara aktarılması ve bu mecralar üzerinden gerçekleştirilmesi anlamına geliyor. İnsan kaynaklarını dijitalleşme serüvenine iten konuların başında şüphesiz 'küreselleşme' geliyor. İnsan kaynaklarının dijitalleşmesi kesinlikle kolay bir süreç olmayacaktır. İşletmelerin bu geçiş sürecinde en dikkatli olması gereken nokta ise yapılacak olan bu dijitalleşme faaliyetlerinin işletme misyon ve vizyonuna uygun olması ve dijitalleşecek platformların iyi

seçilmesidir" diye konuştu.

Teknoloji hızla gelişirken her ülkenin teknolojiye ve dijitalleşmeye yöneldiğini dile getiren BTSO Yönetim Kurulu Üyesi Muhsin Koçaslan ise "Sürdürülebilir büyüme için yeni bir fırsat olarak karşımıza çıkan dijital dönüşümle ülkemiz, eğitim sistemini, vergi sistemini, üniversitelerini, KOBİ'lerini kısaca tüm ekonomisini dijital çağa daha uyumlu hale getirerek geleceğin güçlü ekonomileri arasında yerini alabilir. Bu nedenle dijital dönüşümü hedefleyen bütüncül ve yenilikçi politikaların etkili şekilde uygulanması ve buna yönelik gerekli yatırımların yapılması tüm kurumlarımızın önceliği olmalı. Bizler de Bursa Ticaret ve Sanayi Odası olarak gerek üretim süreçlerinde gerekse de sunmuş olduğumuz hizmetlerde yeni çağın gereksinimlerini üyelerimizin hizmetine sunmaya başladık" dedi.



MUHSİN KOÇASLAN

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Üyesi

"Dijital dönüşüm sürdürülebilir büyüme için yeni bir fırsat"

Üç oturumdan oluşan programda; Fark Holding İK Direktörü Aylin Olsun, Fark Holding Comodif Kurucu Ortağı Gökşen Atalay, Çelebi Havacılık Holding İK Direktörü Zuhar Çivi Kahraman, Shaya İK Direktörü Yasemin Avcı, Mynet Vidobu İş Geliştirme Yöneticisi Şahap Tokgöz, Ukla Academy Türkiye Satış Direktörü Cömert Kayıra ve Owiwi: Hire Once Türkiye Direktörü Selçuk Bay; "Dijital gelecekte insan", "Dijital dönüşümde İK başarıları" ve "Teknoloji dünyası ile İK uygulamaları" konularında çeşitli sunumlar gerçekleştirdi.

İNSAN YÖNETİMİ ALANINDA,
FAALİYET BÖLGESİNDE KISA SÜRE
İÇİNDE ÖNEMLİ BİR OLUŞUM
HALİNE GELEN PERYÖN
AKDENİZ TEMSİLCİLİĞİ,
YENİ YAŞINI DÜZENLENEN
DAVETLE KARŞILADI.

PERYÖN Akdeniz Temsilciliği bir yaşında!



PERYÖN Akdeniz Temsilciliği'nin birinci yıl dönümü kutlaması 2 Eylül 2019'da Antalya Rixos Downtown Otel'de gerçekleştirildi.

PERYÖN Akdeniz yönetimi; etkinlik konuşmacıları, sponsorlar, sanayiciler, kamu ve akademi dünyası çalışma hayatından değerli iş insanları ile bir araya gelerek, son bir yıl içinde PERYÖN Akdeniz Temsilciliği'nin gerçekleştirdiği

faaliyetleri değerlendirirdi, yeni dönem dernek çalışmalarını planladı.

Gecenin açılış konuşmasını yapan PERYÖN Akdeniz Temsilcisi Bilge Çiğdem Ünlüer, henüz yeni kurulmasına rağmen PERYÖN Akdeniz Temsilciliği'nin bir yıl içinde 12 farklı etkinlikle 1000'in üzerinde katılımcıya ulaştığını vurguladı. PERYÖN Akdeniz Temsilciliği'nin aynı zamanda bölgedeki kamu, özel sektör

ve üniversite iş birliklerini de başlattığını ifade eden Ünlüer, "İnsan yönetimi alanında sivil bir girişim olarak bölgede kısa sürede tanındık. Gelecekte daha fazla iş insanına ulaşarak etki alanımızı güçlendireceğiz" dedi.

Davette, PERYÖN Akdeniz Temsilciliği kurucu üyelerinden Sevgi Şanlı, Özge Berçin, Hatice Bulut ve Mehmet Adıgüzel tarafından konuşmacı ve sponsorlara teşekkür plaketleri takdim edildi.

Geceye katılan PERYÖN Trakya Şubesi Başkanı Özber Çetin, Akdeniz Temsilciliği'nin son bir yıl içinde ses getiren organizasyonlara imza attığını söyledi. Akdeniz'de, farklı sektörlerin ihtiyaçlarına yönelik düzenlenecek programların sosyal faydalar getireceğine dikkatleri çeken Çetin, "Temsilciliğimize başarılar diliyor ve tüm katılımcıları PERYÖN üyesi ve gönüllüsü olmaya davet ediyorum" dedi.

Düzenlenen etkinlikte, Aralık 2019'da Antalya'da ilk kez yapılacak "Antalya İnsan Yönetimi Zirvesi" hakkında da bilgi verildi.



Ege'de bir yoldaşlık hikâyesi: Kariyer Melekleri Projesi



PERYÖN Ege Şubesi'nin sosyal sorumluluk projesi olarak dört yıl önce hayata geçirdiği "Kariyer Melekleri" 5. döneme kapsam genişleterek başlıyor. Ege Bölgesi'nin en önemli gönüllü mentörlük projesi olan "Kariyer Melekleri", mühendislikten insan kaynaklarına dek farklı alanlarda kariyer yolunu aydınlatmak isteyen öğrencilere "yoldaşlık" ediyor.

Proje kapsamında yüz yüze veya online ortamlarda yapılan görüşmelerde mentee'ler, verecekleri kararla gelecekteki mesleklerine ilişkin bilgi ve beceriler konusunda donanım kazanıyorlar. Mentörler ise katkı sağlama ve tersine mentörlük fırsatı yakalamış oluyorlar. Projede yer alan ve mentee'lerine staj, iş, network imkanı sağlayan mentörlerin sayısı azımsanmayacak kadar çok. Bu sebeple her sene öğrencilerden gelen katılım talepleri katlanarak artıyor. Geçen yıllarda diğer bölüm ve üniversitelerdeki öğrencilerden gelen yoğun talep üzerine, 2019-2020 döneminde kapsamı genişletilen projeye öncelikle İzmir ve daha sonra da Ege Bölgesi'ndeki tüm üniversiteler dahil edildi.

İzmir'de bulunan tüm üniversitelerinin kariyer koordinatörlüklerine yapılan

resmi davet sonucunda proje toplantısı düzenlendi. Toplantıya, İzmir Üniversiteler Platformu, Dokuz Eylül Üniversitesi, Ege Üniversitesi, İzmir Bakırçay Üniversitesi, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İzmir Demokrasi Üniversitesi, Yaşar Üniversitesi katıldı. Toplantıda projede yer almak isteyen her üniversitenin PERYÖN Ege Şubesi ile protokol imzalamasına ilişkin karar alındı. Ayrıca projeye yeni dönemde yeni bir isim vermek üzere İzmir üniversite öğrencileri arasında "Adını sen koy" adlı bir yarışma başlatıldı. Yapılan değişiklikler sonucunda bu yıl proje, online bir platform olan "mentornity.com" sistemine dahil olarak başvuru ve süreç yönetimini dijitalleştirdi. Bu sayede mentör atamaları beklentilere en uygun şekilde otomatik olarak yapılabilecek.

KARİYER MELEKLERİ PROJESİ SAYESİNDE EGE ŞUBESİ, PERYÖN'ÜN "ŞİMDİ VE GELECEK İÇİN DAHA İYİ BİR ÇALIŞMA HAYATINA LİDERLİK ETME" İDEALİNE DOĞRU BİR ADIM DAHA ATIYOR.

PERYÖN EGE ŞUBESİ'NİN SOSYAL SORUMLULUK ÖRNEĞİ OLARAK 2016'DA HAYATA GEÇİRDİĞİ "KARİYER MELEKLERİ" PROJESİ 5. DÖNEMİNE, YENİLENEN İÇERİĞİYLE BAŞLIYOR.



SERDAR KALAYCIOĞLU

PERYÖN Ege Şubesi Yönetim Kurulu Başkanı

*"Projemiz,
her yıl büyüyor"*

"Profesyonel iş hayatına başlamış ve bir hayli yol almış iş insanları, yıllar önce kendilerine yol gösterecek kimsenin olmadığını hatırlatarak şimdiki gençlerin çok şanslı olduğunu söylerler. Haklılar, çünkü bugün gençlere yol gösteren, onların hayatına dokunmayı, fark yaratmayı gönülden isteyen pek çok iş insanı ve bunu sağlayan harika organizasyonlar var. Bu organizasyonların İzmir'deki en güzel örneklerinden biri 'Kariyer Melekleri' mentörlük projesi...

2016'da Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF bünyesinde başlatılan ilk mentörlük projesi daha sonra 'Kariyer Melekleri' ismini aldı. Bu projenin büyümesinde ise Ege Bölgesi'nde İK alanda çalışmış değerli akademisyenlerden merhum Yrd. Doç. Dr. Tamer Keçecioğlu'nun büyük rolü bulunuyor. Keçecioğlu, o dönemde öğrencilerini PERYÖN Ege Şubesi'ne yönlendirmişti ve ardından Ege Üniversitesi İşletme Topluluğu öğrencilerinin desteği ile İİBF Fakültesi bünyesinde ilk döneminde proje 35 eşleşmeyle tamamlanmıştı. Ulaşılan noktada eşleşmeler ikiye katlandı. Bugün 70'den fazla eşleşmeyle Kariyer Melekleri, gençleri, iş profesyonelleriyle buluşturmaya devam ediyor."



py@peryon.org.tr

Aile, şirket ve kurumsallık

Şirket olurken aile özelliklerini sürdürebilmek için neler gerekir? Aile şirketlerinin kurumsallaşması ne demektir? Bu konuda düşünmeye, sonra da yazıp çizmeye 13-14 yıl önce Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği için değişik kentlerde verdiğim seminerler sonrası başlamıştım. Bu dönemde, konunun ilgi ve mesleki uygulama alanlarımla ilişkisini hissetmeme sebep olan birkaç gözlemim olmuştu.

Hayata geçirdiği şirketiyle, tıpkı "çocuğuymuş" gibi bağ kuran bir iş insanı, o şirketin sonraki kuşaklara devri sırasında stresli bir döneme girmişti. Haliyle bu dönem büyütüp yetiştirdiği birini kaybetmiş gibi zorlu geçiyordu.

Bir başka şirkette sermaye arttırımı sırasında paylarındaki azalma üzerine "kendi şirketi" üzerindeki denetimi zayıflayan bir kurucu maddi kayıplarına değil, "kendisi olmadığında" şirketine ne olacağını, şirketin başına gelecekleri dert ediyordu.

Bu dönemde katıldığım seminerlerde ve sonradan kaleme aldığım "Aile Kalmak Şirket Olmak" monografında, şirketlerin tüm paydaşlarıyla ilişkisindeki sosyal ve duygusal boyutu incelemek istiyordum. Ayrıca bu ilişkinin, düşünce ve davranışlara ve en önemlisi kritik kararlara etkisini ele almayı amaçlıyordum. Bu süreçte muhtelif konu başlıklarına odaklandım:

"Aile" ve "şirket" nedir?

Aile neredeyse genlerimizle hareket ederek, "tabiatıyla" oluşturduğumuz bir sistemken, şirket, oluşturmak ve sürdürmek için yasalara, tüzüklere ve sözleşmelere ihtiyaç duyduğumuz bir sistemdir.

"HAYATA GEÇİRDİĞİ ŞİRKETİYLE, TİPKİ 'ÇOCUĞUYMUŞ' GİBİ BAĞ KURAN BİR İŞ İNSANI, O ŞİRKETİN SONRAKİ KUŞAKLARA DEVRİ SÖZ KONUSU OLDUĞUNDA STRESLİ BİR DÖNEME GİRER. BU DÖNEM İSE BÜYÜTÜP YETİŞTİRDİĞİMİZ BİRİNİ KAYBETMİŞİZ GİBİ ZORLU GEÇER."

Kurumsallaşabilmek ne demektir?

Kurumsallaşabilmeyi, "bir sistemin yerleşik, tutarlı, değişen koşullarla uyumlu değişkenlik gösterecek şekilde esnek ve herkesçe bilinen ilkelere göre işlemesi" anlamında algılayabiliriz. Aile şirketinin kurumsal olup olmadığı gözden geçirildiğinde, sadece kurum değil, aile de (işleyişi ile) ele alınmalıdır. Ailenin kurumsallaşması, ailenin kendi varlığını sürdürmesi ve kurumunun geleceğini sağlamlaştırması için gereklidir. Bu açıdan, kurumsal kimlik sahibi taşıyan ailelerin, gün gelip şirket kurduklarında çok daha az sıkıntı çektiklerini görüyoruz. Ailenin gündelik hayatının yürütülmesinde her bir üyenin kesin sorumluluğunu bilmesinin ve yerine getirmesinin, herkesin gelişimi için sağlayacağı avantajlar sayısızdır.

Kurumsallaşmada temel engel nedir?

Aile duyguların egemen olduğu, sınırların kolayca ortadan kalktığı, kural ve sistemlerin uygulanamadığı, belirsizliklerin çokça bulunduğu bir ortamdır. Bu açıdan, aile şirketlerinin, sadece aile değil, aynı zamanda kurum olmaları çok

HER ŞİRKET KALICI OLMAK İSTER, AİLE ŞİRKETLERİ DE... KURUMLAR KALICI OLABİLİR, OYSA İNSANLAR GEÇİCİDİR.



büyük efor gerektirir. Çünkü, rasyonel düşünce sistemine dayalı şirket yapısının benimsenmesi tabiat kanunlarına rağmen ve aile olma (yakınlığın işe uygunluğun önünde tutulması gibi) özelliklerini arka planda bırakma pahasına yapılan bir iştir.

Feyyaz Ünal'ın "Cevaplar Şirketin İçinde" adlı kitabında şu ifade yer alıyor: "Bir aile şirketine bireylerin takabileceği üç farklı şapka vardır:

1. Aile Üyesi
2. Ortak
3. Çalışan

Temel tuzak, ailenin yetkinlik ve becerileriyle değil, hisse sahibi olduğu için şirketi yönetmesi gerektiğini düşünmesi ile oluşur."

Ünal'ın kitabını tamamlarken kullandığı şu sözleri aile şirketlerine önemli bir mesaj veriyor: "Her şirket kalıcı olmak ister. İnsanlar geçicidir."

İşin cinsiyeti yok, ustası var!

KADINLAR, ENGELLENMEDİKLERİ TAKDİRDE, "ERKEK İŞİ" OLARAK BİLİNE İŞLERDE DE BAŞARIYA ULAŞABİLİYORLAR. KADINLARIN KARŞILAŞTIĞI ENGEL VE ZORLUKLARIN AŞILABİLMESİ İÇİN FARKLI OLUŞUMLAR VE KURUMLAR HAREKETE GEÇEREK İSTİHDAMDA EŞİTLİĞİ DESTEKLİYOR. İŞTE, TÜRKİYE'DE KADIN İSTİHDAMINI DESTEKLEYEN PROJELERDEN BAZILARI.

Taksicilik, boyacılık, balıkçılık, dalgıçlık... Dünyanın pek çok yerinde olduğu gibi Türkiye'de de bazı iş alanları veya uzmanlıklar "erkekler için" kabul ediliyor; birçok meslek "erkek işi" olarak görülüyor. İş yaşamında, siyasette, bürokraside, aktif kadın sayısının yetersizliği halen insan kaynakları alanının en önemli sorunlarından birini oluşturuyor. Masa başı veya ofis işlerinde, mühendislikler ve bilim ağırlıklı mesleklerde kadınların karşısına sürekli ön yargılar çıkarken saha çalışması ya da ustalık/uzmanlık gerektiren balıkçılık, taksicilik, dalgıçlık

ya da boyacılık gibi mesleklerde kadın çalışanlara rastlanmıyor. Oysa tabular yıkıldığında, engeller ve ön yargılar ortadan kaldırıldığında, kadınlar da en az erkekler kadar, her alanda başarılı olabilirler.

Son yıllarda, Aile, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı gibi bakanlıklar, İŞKUR gibi devlet kurumları başta olmak üzere, kamu ve özel sektörde geliştirilen çeşitli projeler sayesinde kadın istihdamında önemli ve ilginç gelişmeler yaşanıyor. Ezber bozan bu gelişmelerin

yanı sıra bazı kadınlar bireysel çabalarıyla "erkek işi" olarak tanımlanan sektörlerde öne çıkmayı başarıyor. Kadınların, akaryakıt sektöründen balıkçılığa dek birçok meslek kolunda var olma mücadelesi gelecek için umut veriyor.

Türkiye'nin Kadın Ustaları Projesi

Her ikisi de iş insanı olan Seyhun Ayhan ve Sibel Ayhan çifti öncülüğünde oluşturulan "Türkiye'nin Kadın Ustaları Projesi", 11 aylık bir çalışmanın ürünü. Projenin yöneticisi Seyhun Ayhan projenin doğuşunu şöyle aktarıyor: "Kadınları istihdama daha fazla dahil edebilme hedefimizi, onları yalnızca kendilerine layık gördüğümüz alanlarda iş hayatına dahil ederek gerçekleştiremeyiz. Kadınlar sadece temizlik mi yapmalı? Yalnızca kahve mi yapmalı? Eğitim almamış bir kadının en fazla ulaşacağı yer sekreterlik mi olmalı? Bu sorulardan yola çıktık ve 'Kadın her şeyi yapar' dedik. Bu kapsamda 'işin

**İşini
ustasına
bırakın:
KADINLARA.**

Kadın Ustalar artık hizmetinizde. İster binlerce eğitilmiş kadın ustadan birini çağırın, isterseniz siz de onlardan biri olun.





Dr. Huriye Göncüoğlu Bodur

KADINLAR BALIKÇILIK ÖRGÜTLENMELERİNDE YER ALAMIYORLAR. KADIN BALIKÇILARIN EMEKLERİ VE SOSYAL HAKLARI YOK SAYILIYOR.

cinsiyeti olmaz, ustası olur' sloganıyla işe koyulduk ve bu projeyi başlattık."

Kadın istihdamını arttırabilmek amacıyla oluşturulan bu proje kapsamında, benzinlik dolum personeli, çatı imalatı ve tadilatı, çilingir ustası, elektrik pano tamir ustası, lastik balans hizmeti, su yalıtım, motorlu kurye gibi genelde "erkek işi" olarak kabul edilen 46

iş kolunda eğitimler veriliyor. Proje kapsamında, eğitim almak isteyen adaylar, kadinustalar.com üzerinden başvuru yapıyor. Eğitimi tamamlayan kadınlar "Mesleki Yeterlilik Sertifikası" almak üzere sınava giriyor. Sınav masrafları da kadinustalar.com tarafından karşılanıyor. Eğitimler sonunda kadınlar meslek sahibi oluyor. Eğitimlere katılan annelere İŞKUR tarafından asgari ücretin günlük tutarı kadar ödeme yapılıyor. MYK belgeli kadın ustaları istihdam eden firmalar ise devletin sunduğu teşvikler ve diğer olanaklardan yararlanıyor. Örneğin MYK belgeli kadın ustaları istihdam eden kuruluşların 54 aya kadar SGK İşveren Katkı payları devlet tarafından karşılanıyor. Proje, Cumhurbaşkanlığı, Aile Sosyal Politikalar ve Çalışma Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı tarafından da destekleniyor.

Ayrıca geliştirilen SİM uygulaması sayesinde kadınlar hem ustalık için başvuru yapabiliyor hem de kullanıcılar, uygulama üzerinden istenen işin kadın ustasını bulabiliyor.

Türkiye'nin Kadın Balıkçıları, artık biliniyor

Ege Üniversitesi (EÜ) Su Ürünleri Fakültesi Avlama ve İşleme Teknolojisi

Avlama Anabilim Dalı Öğretim Görevlisi Dr. Huriye Göncüoğlu Bodur'un yürüttüğü "Türkiye'nin Kadın Balıkçıları" projesi sayesinde kadın balıkçıların da artık sesi duyuluyor. Türkiye'nin Kadın Balıkçıları projesi, bu sektörde aktif olarak çalışan balıkçı kadınların güçlendirilmesini, sosyal haklarının geliştirilmesini ve örgütlenmesini hedefliyor.

Dr. Huriye Göncüoğlu Bodur, balıkçılık sektöründe kadınların varlığının bilinmediğini savunuyor ve onları "görünür" kılmak için çalışıyor. Göncüoğlu Bodur, "Kadınlar balıkçılık örgütlenmelerinde yer alamıyorlar. Kadın balıkçıların emekleri ve sosyal hakları yok sayılıyor. Türkiye'nin ilk kadın balıkçılık çalışmasının 2007'de yapıldığını hatırlayalım. Sektörde cinsiyete dayalı veri toplama sistemi bulunmuyor. Bu proje sayesinde, Türkiye'nin ilk ve tek kadın balıkçılık örgütünü kurarak köy köy gezdik ve çeşitli eğitimler verdik. Kadın balıkçıların mevcut sorunlarının çözülmesi için öncelikle eğitim gerekiyor" dedi.

Proje kapsamında, Muğla, Bursa ve Isparta'nın kıyı ve göllerinde balıkçılık yapan 375 kadına mesleki eğitimler verildi. Ayrıca, Türkiye'nin en büyük balıkçılık kooperatifinde kadın balıkçıların temsil edildiği özel bir komitenin kurulması sağlandı. Türkiye'de yaklaşık 100 bin kişi aile balıkçılığı yaparak geçimini sağlıyor.



Siparişleri motosikletli kadın kuryeler teslim ediyor

Türkiye'nin Kadın Ustaları projesine destek veren kuruluşlardan biri **Yemeksepeti.com**. Motosikletli Kuryeler Derneği'nin 2016 verilerine göre İstanbul'da 12 bin motorlu kurye çalışıyordu ancak bunlardan sadece 15'i kadındı. Yemeksepeti.com Mart 2019 itibarıyla çeşitli nedenlerle bir

gelire ulaşmakta zorlanan kadınlara istihdam sağlamak amacıyla Türkiye'nin Kadın Ustaları Projesi'ne destek olarak motosikletli kadın kuryelerle çalışacağını duyurdu. Bu tarihten itibaren sipariş teslimatını yapan kuryelerin arasında kadınlar da katıldı. Yemeksepeti.com'un bu proje kapsamında bir sonraki hedefi ise kurye hizmetlerinin tamamının kadın çalışanlar tarafından sunulmasını sağlamak. Firmanın bu yöndeki çalışmaları devam ediyor.



OPET'in "Kadın Gücü"

Akaryakıt sektöründe faaliyet gösteren OPET'in kadın istihdamına yönelik başlattığı sosyal sorumluluk projesi "Kadın Gücü", bu alanda iyi örneklerden biri. T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ve Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ile iş birliği yapan OPET, istasyonlarında insan kaynakları süreçlerini gözden geçirdi. Kadın istihdamının artırılmasına yönelik hazırlanan bu proje kapsamında OPET, her istasyonunda, Market Satış Elemanı, Muhasebe Elemanı vb. görevlerde yer alacak en az iki kadın çalışan olması için kolları sıvadı. Kadın Gücü projesi kapsamında, OPET'te işe alım süreçlerinde bayilerin İŞKUR istihdam teşviklerinden faydalanması sağlanarak özel eğitim ve mesleki gelişim programları oluşturuldu. Proje başlangıcında OPET'te 1541 kadın çalışan görev alıyordu. Projenin 2020 hedefi ise 3 bin 500 kadın çalışan sayısına ulaşmak.

"Shell'de Kadın Enerjisi"



Akaryakıt sektöründe bir diğer iyi örnek de Shell&Turcas'ın Mart 2018'de başlattığı "Shell'de Kadın Enerjisi" istihdam projesi. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ile Aile ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı himayesinde ve İŞKUR iş birliği ile yürütülen bu proje kapsamında, beş yılda 5 bin kadına istihdam sağlanması hedefleniyor. Türkiye genelinde tüm Shell istasyonlarında yürütülen bu proje ile İstasyon Yöneticisi, Ön Saha Satış Elemanı, Market Satış Elemanı, Vardiya Amiri, Temizlik Görevlisi, Muhasebe Elemanı ve İdari İşler Uzmanı gibi farklı görevlerde çalışma imkanı sağlanıyor.

Proje kapsamında;

- Adayların işe alım süreçleri İŞKUR iş ve meslek danışmanları aracılığıyla gerçekleştiriliyor.
- Başvurular istasyonlardan, İŞKUR Hizmet Merkezleri'nden ve kariyer.net üzerinden yapılıyor.
- Başvuru sonrasında işe kabul edilen adaylar, alanında deneyimli Shell eğitim ekipleri tarafından eğitiliyor.
- Sınıf ve iş başı eğitimlerini tamamlayan adaylar görevlerine başlıyor.

"Erkek işi" tabusunu yıkan projeler

Türkiye'nin Kadın Ustaları	Boyacılıktan tamirciliğe dek 46 iş kolunda, kadın ustaların yetiştirilerek istihdama kazandırılmasını hedefliyor. Filli Boya, yemeksepeti.com, Red Bull, Turkcell gibi kurum ve kuruluşlar destekledi.
Kraliçe Kelebekler	Proje kapsamında, İstanbul'da çalışacak kadın taksi şoförleri yetiştirildi.
Türkiye'nin Kadın Balıkçıları	Proje, Türkiye'nin farklı noktalarında çalışan kadın balıkçıların sosyal haklarının korunması, onların bilinçlendirilip güçlendirilmesi için geliştirildi.
Kadın Gücü	OPET tarafından, akaryakıt bayilerinde kadın istihdamını artırmak için geliştirilen bir proje...
Shell'de Kadın Enerjisi	Akaryakıt istasyonlarında farklı görevlerde kadınların istihdam edilmesini amaçlıyor.

İstanbul'da kadın taksiciler de varmış!

Kadın istihdamını desteklemek amacıyla Actus Personel İstihdam ve Eğitim Hizmetleri ve İstanbul Taksiciler Esnaf Odası, 2011'de "Kraliçe Kelebekler" adlı ortak bir projeye imza attı. Proje, 30-35 yaş arası, daha önce profesyonel bir iş tecrübesi olmayan ve eğitim durumu profesyonel iş kollarında istihdam edilmeye uygun olmayan işsiz kadınları hedefledi. İşsiz kadınları taksi şoförü olarak yetiştirecek bu projeden 10 kadın yararlandı. 6 aylık eğitimin ardından kadın şoförler, Beylikdüzü As Taksi Durağı'nda göreve başladılar.

Sanayi dalgıçlığındaki yasak kalkarsa...

Ülkemizde çok sayıda kadın dalgıç profesyoneli bulunuyor. Sanayi dalgıçlığı, erkekler kadar kadın dalgıçların da gelecekteki mesleki tercihlerinden biri olabilir. Ancak bu alanda yapılabilecek bazı işlerin kadınlar için yasaklanmış olması sanayi dalgıçlığında kadın istihdamının artması için en büyük engel.

4857 Sayılı İş Kanunu Madde 72'de şu ibare yer alıyor: "Maden ocakları ile kablo döşemesi, kanalizasyon ve tünel inşaatı gibi yer altında veya su altında çalışılacak işlerde onsekiz yaşını doldurmamış erkek ve her yaştaki kadınların çalıştırılması yasaktır." Kadınları "korumak" amacıyla hazırlanmış bu maddenin önümüzdeki yıllarda yeniden ele alınması söz konusu olabilir.



Kadınlar, engellenmedikleri takdirde, "erkek işi" olarak bilinen alanlarda da başarılı olabiliyorlar. Dalgıçlıktan taksi şoförlüğüne, boyacıktan balıkçılığa birçok alanda örnekler mevcut.
#PERYÖN #KadınUstalarProjesi #Erkekİşi #Kadınİşi

Film değil, gerçek: Şoför Nebahat



Sezer Sezin, Belgin Doruk, Fatma Girik ve Nebahat Çehre'nin farklı dönemlerde canlandırdığı Şoför Nebahat karakterini unutmak ne mümkün?

Çocuğuyla beraber yaşamını

sürdürebilmek amacıyla taksi şoförlüğü yapan, bıçkın, delikanlı ve "erkek gibi" bir kadındır Şoför Nebahat... 70'li yıllarda bir Yeşilçam efsanesi olan Şoför Nebahat 2000'li yılların İstanbul'unda gerçek, kanlı canlı bir karakter olarak karşımıza çıkıyor. Nebahat Koçtemiz, İstanbul'da az sayıda kadın taksi şoföründen biriydi. 50'li yaşlarında ekonomik sebeplerden ötürü mağazacılığı bırakarak taksi şoförlüğü yapmaya başlayan Koçtemiz, mesleğe başladığı ilk yıllarda yaşadığı ayrımcılığa rağmen çalışmaya devam etti. Koçtemiz, uzun yıllar Pera Taksi'de görev yaptı. Taksim ve çevresinde "Nebahat Abla" olarak ünlendi. Koçtemiz 2018'de emekliye ayrılrsa da Pera Taksi'ye hala ara sıra uğrayarak çalışma arkadaşları ve meslektaşlarıyla sohbet ediyor.

Sanayide bir kadın dalgıç: Şebnem Sarvazlar

Son yıllarda, dalgıçlık ve dalış eğitimiyle meşgul kadınların sayısı artıyor. Profesyonel dalgıç ve dalış eğitmeni Şebnem Sarvazlar da onlardan biri. 19 yıldır su altında görev yapıyor ve son 8 yıldır da sanayi dalgıçı olarak su altında gemi parçalama, parça birleştirme, kaynak vb. işlerde çalışıyor. İki çocuk annesi olan Sarvazlar, 2016'da, Marmara Adası'nda karaya oturan 2 bin tonluk bir geminin tamiratında görev aldığından adından söz ettirmişti.



"Kızlarım, yıkılmaz bir kadın olduğumu düşünüyor" diyen Sarvazlar, çocuklarına güçlü bir kadın modeli oluşturarak örnek olmak istediğini belirtiyor. Birçok erkeğin fiziksel olarak zorlandığı, oldukça yıpratıcı bir işi yapan Sarvazlar mesleğini çok seviyor.

İyi bir seçme sistemi nasıl olmalı?



py@peryon.org.tr

“Seçme” eylemini gerçekleştirebilmek için öncelikle birden çok adayın olması gerekiyor. En iyi adaya ulaşmanın yolu da büyük bir aday havuzuna sahip olmaktan geçiyor. Geniş bir aday havuzuna sahip olmak ise işveren markasının gücüyle doğru orantılıdır.

Seçme sürecinde adaylara karşı sorumluluklar da asla unutulmamalıdır. Adaylar en sık, başvurularına makul bir zaman dilimi içinde yanıt alamamaktan şikayet ederler. Bu şikayetler ancak tüm başvuruların istisnasız yanıtlanmasıyla sonlandırılabilir. Kurumsal, büyük yapılarda bu mesele, dijital altyapıyla kolayca çözülebilir. Küçük ölçekli kuruluşlarda ise bu yaklaşım, işveren markasına yapılacak değerli bir yatırım olarak düşünülebilir.

Hem tüm adaylara adil davranmak hem de en uygun adaylarla seçme sürecine devam edebilmek için aday öz geçmişlerinin kişisel değerlendirmelerle ele alınmaması ön koşuldur. Bunun yerine, adayların; bilimsel araştırma sonuçları, kavramsal beceri ve pozisyonun gerektirdiği kişilik özelliklerinin karmasından oluşan “sayısal” bir puanlamaya tabi tutulması ve buna göre sıralama yapılması “en iyi bilimsel tahmini” ortaya çıkaracaktır. Kişisel tercihler bu sıralamanın oluşturulmasında yer almayacağından, seçme sistemi sorumlularının değişmesi durumunda dahi seçmelerde herhangi bir değişiklik olmayacak, “kurumsal” bir sisteme sahip olunacaktır.

Adaylar dört aşamada değerlendirilebilir

1 Kavramsal beceri ve kişilik: Bunlar “kişisel” özellikler olup büyük ölçüde “değişmez”ler. Bu nedenle bilimsel test ve envanterlerle saptanırlar. Bu konuda kurum standartlarından asla ödün verilmemelidir. Bundan sonraki sırada

“EN İYİ ADAYA ULAŞMANIN YOLU BÜYÜK BİR ADAY HAVUZUNA SAHİP OLMAKTAN GEÇİYOR. SEÇME SÜRECİNDE ADAYLARA KARŞI SORUMLULUKLAR ASLA UNUTULMAMALIDIR. TÜM ADAYLARA ADİL ŞEKİLDE DAVRANMAK İÇİN DEĞERLENDİRMELERİN KİŞİSEL KRİTERLERE GÖRE YAPILMAMASI ÖNEM TAŞIYOR. SEÇİM DIŞI KALAN ADAYLARIN İSE SÜRECİN SONUNDA MUTLAKA BİLGİLENDİRİLMESİ GEREKİYOR.”

gelen bilgi, deneyim ve yetkinliklerin adayda yüksek olması, zaman zaman seçicileri tuzağa düşürebilir.

2 Bilgi: Bu başlık altında adayın öğrenim durumu, pozisyonun gerekli kılması halinde yabancı dil bilgisi ve almış olduğu mesleki eğitimler ile edinilen sertifikalar incelenir. Bu bilgiler, aday olunan pozisyonun gerekleri ile birlikte değerlendirilmelidir. Çok sayıda adayın başvurduğu kurumlarda bu değerlendirmeler, büyük ölçüde bilgisayar programlarıyla gerçekleştirilmektedir.

3 Deneyim: Doğal olarak aday olunan pozisyonla ilgili belirlenen asgari deneyimden hareketle değerlendirilir ve adayla ilk yöneticinin yapacakları görüşmede detaylandırılabilir.

4 Yetkinlik: İlk üç adımda olumlu değerlendirildiğiniz bir adayın işe başladıktan sonra beklediğiniz temel davranışları gösterip gösteremeyeceğini ölçmek için de, uzmanlık pozisyonları için “iş simülasyonları”, yönetim pozisyonları için de “değerlendirme merkezleri”ni kullanmak yerinde olacaktır. Bu uygulamalarla, adayın iş hayatında karşılaşılabileceği olası durumlarda gösterdiği davranışlar uzmanlar tarafından özenle değerlendirilecektir. Tüm adaylarla görüşebilmek pratikte mümkün olamayacağı için “en yüksek işe uygunluk puanı/değerlendirmesi” olan

ve gerekli diğer teknik testler (varsa) ve yabancı dil testlerini (o pozisyon ya da kariyer için gerekiyorsa) sağlayan adayla görüşmeler başlatılıp şu sırayla devam edilebilir.

- Son aşamaya gelmiş adaylara, karar verme aşaması öncesi, referans kontrolü yapılmalıdır. Adayın kendi verdiği referanslarından, öz geçmişlerdeki bilgiler doğrulanmalı, geçmişindeki başarı/ başarısızlık hikayeleri ile ilgili detaylar, somut bilgiler elde edilmelidir.

- Adayın izni olmadan sosyal medya hesapları “asla” incelenmemeli ve değerlendirmeye alınmamalıdır.

- Referans aşamasını da olumlu geçen adayın, aday olduğu pozisyonun ikinci yöneticisi ile görüşme yapması ve işe, kuruluşa uygunluğunun teyit edilmesi önem taşımaktadır.

- İkinci görüşme de olumluysa, iş teklifi yapılacak adayın belirlenmesi, o pozisyonun ilk yöneticisi tarafından yapılmalıdır. Bu aşamaya gelen adaylar hemen hemen aynı özellikte ve kalitede olacaklarından yapılacak seçim, kurum açısından herhangi bir fark yaratmayacaktır.

İş teklifi süreci insan kaynakları yönetimi tarafından kurumsal kurallar içinde sürdürülüp sonuçlandırılmalıdır. Son olarak seçim dışı kalan adaylara durum, bir teşekkür mektubu ile iletilmelidir.

İş dünyası sosyal girişim liderliğine hazır mı?

Deloitte tarafından dokuzuncusu hazırlanan "2019 Küresel İnsan Kaynakları Trendleri" raporu geleceğin insan kaynakları yönetimine dair önemli ipuçları sunuyor. "Sosyal girişime liderlik etmek: İnsana odaklanarak yeniden icat etmek" başlığıyla hazırlanan raporda "sosyal girişimin" rolünün her zamankinden daha önemli olduğu belirtiliyor. Raporda ayrıca, sosyal girişime liderlik etme ile organizasyonun finansal performansı arasında pozitif bir bağlantı olduğu vurgulanıyor.

SOSYAL GİRİŞİM YÜKSELİŞTE

Rapora göre endüstride öncü konumdaki sosyal işletmelerin yüzde 73'ü, 2019'da, 2018'e nazaran daha etkili bir iş büyümesi beklerken, bunların yüzde 55'i için, sosyal girişim bir öncelik taşıyor. Ancak, yüzde 19'u organizasyonlarının, bir sosyal işletme olarak olgunluk döneminde, "endüstri liderleri" olduğunu belirtiyor. Yüzde 44'lük bir oran ise, bugün, sosyal girişim konularının, organizasyonları için, üç yıl öncesinden daha önemli olduğunu ifade ediyor. Yüzde 56 ise gelecekteki üç yıl içerisinde bu konunun daha da önemli olacağını öngörüyor.

TÜRKİYE, KÜRESEL TRENDLERE YETERİNCE HAZIR DEĞİL

İnsan kaynakları ve iş dünyasından 10 bin yöneticinin görüşleriyle hazırlanan rapor, şirket içinde sürekli öğrenme, kişisel gelişime yönelik fırsatlar oluşturma, insan kaynağı yaklaşımlarını yeniden keşfetme ihtiyacını ortaya koyuyor. Araştırmanın Türkiye ayağında, "İnsan Kaynağı Bulut Sistemleri", "İnsan Deneyimi" ve "Öğrenme" en önemli üç trend olarak konumlanıyor. Ancak Türkiye'deki kurum ve kişilerin raporda ortaya çıkan küresel trendlere dünyadaki rakipleri kadar hazır

olmadığı da araştırmanın çıktıları arasında.

Deloitte Türkiye İnsan Kaynakları Hizmetleri Lideri Cem Sezgin

raporda öne çıkan başlıkları şu şekilde yorumluyor: "Kurumların bu trendlere hazır olmaması ve değerlendirmemesi uzun vadede nitelikli işgücü bulma konusunda sorun yaşamalarına neden olabilir. İşletmeler, çalışanları odağa almayı göz ardı etmemeli. Teknolojik gelişmeler, şirketlere rekabet avantajı sağlarken, iyi yönetilmediği takdirde, çalışanların iş yerlerinde kimliklerini, aidiyetlerini kaybetmelerine yol açabilir."

İŞGÜCÜNÜN GELECEĞİ

Raporda öne çıkan sonuçlar şöyle:

- Katılımcıların yüzde 86'sı, insanların öğrenme yönteminin değiştirilmesinin önemli olduğunu belirtiyor.
- Öğrenme, küresel olarak 2019'un bir numaralı trendi olarak ortaya çıkarken Türkiye'de yüzde 83'lük oranla üçüncü sırada yer alıyor. Diğer yandan, öğrenmeye vurgu yapılmasına rağmen, araştırmaya katılanların sadece yüzde 10'u, bu konuyu ele almaya "çok hazır" yüzde 36'sı ise "hazır" olduğunu belirtiyor. Türkiye'de ise bu trend için "çok hazır" ve "hazır" olanların oranı yüzde 28.
- Profesyonellerin yüzde 64'ü, otomasyonun insan kaynakları alanında "önemli" ya da "çok önemli" olduğunu ifade ediyor.

ORGANİZASYONUN GELECEĞİ

- Organizasyonlar, çalışanlarının işlerini desteklemek üzere teknoloji temin etmenin yollarını ararken, yanıt verenlerin sadece yüzde 38'i, işle ilgili mevcut araçlar ve teknolojilerden "memnun" ya da "çok memnun" olduklarını söylüyor.

DELOITTE "2019 KÜRESEL İNSAN KAYNAKLARI TRENDLERİ" RAPORU SOSYAL GİRİŞİME LİDERLİK ETME İLE ORGANİZASYONUN FİNANSAL PERFORMANSI ARASINDA POZİTİF BİR BAĞLANTI OLDUĞUNU ORTAYA KOYUYOR.

- Ankete yanıt verenlerin yüzde 81'i "21. yüzyılın liderlerinin" kendine özgü zorluklar ve ihtiyaçlarla karşı karşıya kaldığına inandığını ifade ediyor.
- Ankete yanıt verenlerin üçte biri organizasyonlarının, şu anda hiyerarşik bir çerçevede, çoğunlukla ekipler halinde işlemekte olduğunu belirtirken, yüzde 46'sı da, kısmen ekip çalışmasına dayalı hareket etiklerini paylaşıyor.

İK'İNİN GELECEĞİ

- Ankete yanıt verenlerin dörtte üçü kariyere ve iç hareketliliğe yönelik yeni araçların ve modellerin "önemli" ya da "çok önemli" olduğunu belirtiyor.
- İK teknolojisine milyarlar yatırılmasına rağmen, yanıt verenlerin yüzde 65'i, bu teknolojinin, genel hedeflere ulaşmalarında yetersiz olduğunu ya da sadece orta düzeyde yeterlilik taşıdığını ifade ediyor.
- Ankete yanıt verenlerin sadece yüzde 11'i, ödül sistemlerinin, organizasyon hedefleriyle, büyük ölçüde paralel olduğunu belirtirken, neredeyse üçte biri, çalışanlarının, hangi ödüllere değer verdiğini bildiklerini düşünmüyor.

DeloitteSTRATEJİK İK,
Deloitte sponsorluğunda hazırlanmaktadır.Ortak - Deloitte Danışmanlık
py@peryon.org.tr

Çalışanların iş hayatında yeni arayışı: Anlam

İş - özel yaşam dengesini nasıl sağlarız? Çoğunluk bu soruya yanıt aramayı uzun süre önce bıraktı. Bu vazgeçmişliğin nedeni, belki de denge denildiğinde herkesin dengesinin sınırlarının ve şekillerinin farklı olduğunu keşfetmemizdir. Belki bunun sebebi esnek çalışma koşullarının iş hayatına girmesiyle şekillenen yeni "normaldir" ya da başarılı olmanın böylesine bir denge peşinde koşarak sağlanamayacağına dair kemikleşmiş o meşhur algıdır. Diğer taraftan, çok az insan bu dengenin önemsiz olduğunu söyleyebilir. Hatta bir ütopya olarak orada öylece durduğunu söylemek yanlış olmaz. Aslında hayatın en paha biçilmez kavramı olan zamanı, dilediğimizce yönetememedeki çaresizlik duygusu içten içe her çalışanı rahatsız ediyor. İş yerinde herkes kendini "iyi" hissetmek istiyor.

"Yapay zekânın iş kaybı yaşatacağına dair kaygılar azaldı"

Bir insanın iş yerinde gerçekten iyi hissedebilmesi için nelere ihtiyacı var? Bu soruyu, Y ve Z kuşaklarını dikkate alarak cevaplayacağım. Bugün dünyadaki işgücünün çoğunluğunu oluşturan genç çalışanların bakış açıları ve beklentileri kuşkusuz bugüne ve yarınlara damga vuracak. İşte bu noktada gözünüzün önüne Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ni gösteren o meşhur piramidini getirebilirsiniz. Aradığımız yanıtlar, bu piramidin yetenek dünyasına uyarlanmış halinde gizli. 10. Deloitte Küresel İK Trendleri Araştırması'nda bu konuyu irdelemeye gayret ettik. Beş basamaklı piramidimizin el alt iki katmanında, "Fizyolojik İhtiyaçlar" ve "Güven" yer alıyor. Şirketler için zaten bu ilk iki gereksinimi karşılamak "olmazsa olmaz" durumunda. Üçüncü basamak olan "Ait Hissetme" gündeme geldiğinde ise işin rengi biraz değişmeye başlıyor. Gallup

"HER ÇALIŞAN KENDİNİ İŞ YERİNDE 'İYİ' HİSSETMEK İSTİYOR. BUNDA MASLOW'UN İHTİYAÇLAR HİYERARŞİSİ'NDE YER ALAN; 'GÜVEN' VE 'FİZYOLOJİK İHTİYAÇLAR' GİBİ UNSURLARIN GERÇEKLEŞMESİ ÖNEM TAŞIYOR. GÜNÜMÜZDE 'ÇALIŞAN DENEYİMİ'NE EK OLARAK; 'KURUMDA OYNADIĞIMIZ ROL VE ANLAMI' SORUSUNA ODAKLANAN 'İNSAN (BİREY) DENEYİMİ'Nİ DE DİKKATE ALMALIYIZ."

tarafından yapılan yeni bir araştırma gösteriyor ki; çalışanların yüzde 85'i kendini çalıştıkları kuruma/markaya bağlı ve ait hissetmiyorlar. Tüm şirketlerde artık İK ve Yönetim, ÇBA'lar (Çalışan Bağlılığı Anketleri, Motivasyon Ölçümleri vb.), odak grup çalışmaları, çalışan deneyimine dönük aksiyonlar, kültürel dönüşüm projeleri, kurumsal iklim inisiyatifleri ile çalışanların nabzını tutmaya, mevcut resmi anlamaya ve daha iyiye doğru değiştirmeye çalışıyorlar. Anlaşılan o ki, bu çabanın henüz karşılığını alamamışız. Bu durumun sebeplerinin başında çalışanların, dijitalleşme ve teknoloji ile yeniden şekillenen mesleklere, iş yapış şekillerine ve işgücüne olan tepkileri geliyor. Bundan daha üç-dört sene öncesine kadar, teknoloji her segmentteki çalışanlar için bir tehdit olarak algılanıyordu. Bu tehdit bizi aslında Maslow'un piramidindeki ikinci basamağa (Güven) götürüyor. "İş yerimde iş sürekliliğimin güvencesi var mı?" sorusu gündeme geldiğinde çalışanlar "Teknoloji - yani endüstriyel robotlar, drone'lar, RPA, yapay zekâ, bilişsel zekâ, benim işimi, hatta mesleğimi elimden alır mı?" kaygısı ile baş başa kalmaktaydı. Bu kaygı tamamen yok olmasa da önemli ölçüde azaldı. Diğer yandan, birçok çalışan artık "teknolojiyi bir iş arkadaşı" olarak görme fikrine alıştı. Bu durumda "sorun nerede?" diyebilirsiniz. Tüm bu gelişmelerin sonucu

olarak, karbon ve dijital işgücünün karması olan yeni işgücünde, bireyler kendi sağladıkları katkıyı; yarattıkları değeri sorgulamaya başladılar. Bu beraberinde "yabancılaşmayı" ve "anlamın yitirilmesini" getirdi. Bundan 36 sene önce STYX isimli bir rock müzik grubu "Mr. Roboto (1983)" isimli şarkısının bir yerinde şöyle diyor: "Çok teşekkür ederim, Bay Roboto... kimsenin yapmak istemediği işleri yaptığınız için". Şarkının ilerleyen bölümlerinde de şöyle bir kısım var: "Sorun oldukça net: Çok fazla teknoloji var. Hayatımızı kurtaracak makineler... Makineler kişiliksizleşiyor".

"Bir amaca hizmet ediyorum ve anlamlı bir şey yapıyorum"

Y ve Z kuşakları, önceki kuşaklara göre amaç ve anlam kavramlarını daha fazla sorgulayan kuşaklar. Bu kavramlar flulaşmaya başladığında ise bu sefer aidiyet kaybolmaya başlıyor. Çalışan kendi iç sesini dinlediğinde şunu net bir şekilde duymak istiyor: "Bir amaca hizmet ediyorum ve anlamlı bir şey yapıyorum". Peki ama kimin için anlamlı? Öncelikle tabii ki çalışanın kendisi; sonra şirketi, şirketinin paydaşları ve tüm toplum için" şeklinde bir yanıt verebiliriz.

Piramidin bir üst basamağında ise "itibar" (kendine güven, saygı, görme, takdir edilme) geliyor. Ezelden beri var olan bu gereksinim yakın dönemde

insanların gittikçe özgürleşmesi ile birey olarak var olma, kendini ifade etme ve etki yaratma ihtiyacını iyice derinleştirdi. Sosyal medyanın buna olanak tanınması ve her şeyin çok hızlı gerçekleşmesinin rolünü tabii ki unutmamak gerekiyor. İş yerinde takdir ve ödüllendirme her zaman bir gelişim noktası olarak karşımıza çıkıyor. Demek ki bu alanda yanlış – eksik yaptığımız bir şeyler var. Bu sefer iç ses bize şöyle seslenmeli “Bir amaca hizmet ediyorum ve anlamlı bir şey yapıyorum. Bu çabamın ve katkımın karşılığında takdir/saygı görüyorum”. Piramidin en tepesinde ise “Kendimizi Gerçekleştirmek” yer alıyor.

Bu seneki Deloitte araştırmamızda “Öğrenme” tüm dünyadan katılımcıların yanıtları dikkate alındığında en önde gelen İK 10 trendi arasında birinci; Türkiye özelinde baktığımızda ise üçüncü sırada. Bu sonuç, aslına bakarsanız pek sürpriz değil. Yeni kuşaklar sürekli yeni şeyler öğrenmek, bunları uygulamak, “re-skill / upskill” yani yetkinliklerini ileriye taşımak ve yeniden tasarlamak istiyorlar. Bilgi ile, sentez ile, kendilerini geliştirerek; deneyimleyerek “kendilerini gerçekleştiriyorlar”. Öğrenmek neden

“10. DELOITTE KÜRESEL İK TRENDLERİ ARAŞTIRMASI’NDA, ‘ÖĞRENME’ EN ÖNDE GELEN İK 10 TRENDİNİN BAŞINDA YER ALIYOR; TÜRKİYE ÖZELİNDE İSE ÜÇÜNCÜ SIRADA.”

bir çalışan için bu kadar önemli? 1) Var olmak için, 2) Varlığımızdan keyif almak; yani tatmin için. Dilerseniz, var olmak konusunu biraz açalım: Şirketler işe alımda artık adayın ne bildiğinden, ne kadar bildiğinde ziyade; çabuk öğrenme ve uyum sağlama becerisine bakıyorlar. Ne kadar hızlı öğreniyoruz, ne kadar farklılıklara açığız; bunları sorguluyorlar. Özetle, işveren de; çalışan da aslında aynı şeyi istiyor. Bu sefer iç sesimiz bize şöyle fısıldıyor: “Bir amaca hizmet ediyorum ve anlamlı bir şey yapıyorum. Bu çabamın ve katkımın karşılığında takdir/saygı görüyorum. Tüm bunları yaparken hem kendimi; hem çevremdekileri geliştiriyorum. İşim sayesinde kendimi gerçekleştiriyorum”.

“Çalışan Deneyimi”nden “İnsan (Birey) Deneyimi”ne geçiş...

Şirketler bu yolculukta çalışanlarına destek olmak, ortam ve fırsat tanımak adına gittikçe daha kararlı adımlar atıyorlar. Çünkü formül basit: Anlam, amacı yaratıyor. Amaç bağlılığı; bağlılık da motive ve verimli çalışmayı; dolayısıyla huzurlu bir iş atmosferinde oluşan başarılı iş sonuçlarını doğuruyor.

Sonuç olarak; insanların işle ilgili ne hissettikleri, işten ne beklediklerini daha iyi anlamamız ve buna göre aksiyon almamız gerekiyor. Bugün “Çalışan Deneyimi”ne ek olarak “İnsan (Birey) Deneyimi”ni de dikkate almalıyız. Çalışan deneyimi, çalışan bağlılığından farklı olarak süreçleri değil, çalışanı merkeze koyan ilerici bir yaklaşımdı ve halen önemini koruyor. İnsan deneyimi ise buna ek olarak, çalışanı merkeze koyarken sadece bir çalışan olduğunu değil, insan olduğunu dikkate alarak koyan bir yaklaşım. “Kurumda oynadığımız rol ve anlamı” sorusunu irdelleyen bir bakış açısı.



Ayrımcılığa karşı önemli bir adım: Regl izni

İZMİR BAROSU, KADIN ÇALIŞANLARINA AYDA BİR GÜN REGL İZNİ KULLANDIRACAĞINI AÇIKLADI. TÜRKİYE'DE ZORUNLU OLMAYAN REGL İZNİ, DÜNYANIN FARKLI NOKTALARINDA UZUN ZAMANDIR UYGULANIYOR.

İzmir Barosu, menstrüasyon dönemlerinde yaşanabilen sancılı, ağrı ve benzer fiziksel rahatsızlıklar sebebiyle kadın çalışanlarına her ay bir gün regl izni verme kararı aldı. İzmir Barosu Genel Sekreteri Perihan Çağrıışım Kayadelen, 4 Eylül 2019'da yaptığı açıklamada "Kadınları her alanda güçlendirmek ve hayatın içinde yer almalarını sağlamak için çalışıyoruz. İzmir Barosu olarak, kadın çalışanlarımızın ayda bir kez olmak üzere, kendilerinin belirleyecekleri bir günde regl izni kullanmaları için karar aldık. Bu kararın diğer kurumlarda da uygulama alanı bulmasını dileriz" dedi.

Türkiye'de daha önce bu konuda çeşitli girişimler olmuştu. Örneğin 2004'te "Tehlikeli İşler Yönetmeliği"nde regl izni şu şekilde düzenlenmişti: "Kadın işçilerin Özel Günleri" başlığı altında "Kadınlar, ay hali günlerinde ağır ve tehlikeli işlerde çalıştırılmazlar. Bu günlerin sayısı 5 gün olarak hesap edilir. Daha fazlası için hekim raporuna göre hareket edilir. Ay halinin başlangıcı işçinin



ihbar tarihidir." Fakat bu düzenleme uygulanıyordu.

2010'da tekstil ve konfeksiyon sektöründe bazı işler ağır ve tehlikeli işler kapsamına alındı.

Böylece kadınların regl izni yeniden gündeme geldi. Hatta regl izni uygulamayan işyerlerine ceza kesilmesi konusu tartışıldı.

7 Mart 2010'da konfeksiyon, triko, dokuma ve otel mutfakları gibi 42 iş kolu, ağır ve tehlikeli işler kapsamından çıkarıldı. 8 Şubat 2013'te Ağır ve Tehlikeli İşler Yönetmeliği yürürlükten kaldırıldı. Böylece kadınların regl izni de kaldırılmış oldu.

İlerleyen yıllarda Birleşik Metal İş Sendikası'nın çabaları sonucu, regl izni toplu sözleşmelerde yer almaya başlasa da kurumsal inisiyatifle uygulanan kadın çalışanlara yönelik regl izni Türkiye'de yaygın/zorunlu değil. Dünyada ise bazı ülkeler regl iznini uzun zamandır uyguluyor.

Dünyada regl izni

- Mısır'da Kahire merkezli "Shark and Shrimp", 1 Nisan 2019'da, Orta Doğu'da regl izni kullandıran ilk şirket oldu.
- İngiltere'de, Bristol merkezli Coexist firması kadın çalışanlarına 2016'dan bu yana regl izni kullandırıyor.
- ABD, Oregon merkezli Nike, 2007'den bu yana regl izni kullandırıyor.
- Afrika'da ilk kez Zambiya'da 2017'den bu yana regl izni uygulanıyor.
- Kore'de önceleri ücretli kullanılan regl izni 1994'te ücretsiz izne dönüştürüldü.
- Çin'de yasal olarak, idrar testi yaptırmak koşuluyla iki gün regl izni kullanılabilir.
- Endonezya'da regl izni mücadelesi 1948'te başladı. Ülkede kadınlar iki gün regl iznine sahip.
- İtalya'da 2017'den bu yana, regl dönemini ağırlı geçirdiğine dair doktor raporu sunan çalışanlar izin kullanabiliyor.
- Japonya'da kadınlar, 1965'ten bu yana regl izni kullanabiliyorlar. Ancak izin kullananların oranı 60'lı yıllarda yüzde 26'yken, bugün neredeyse yüzde 1'e inmiş. Regl iznini, kadınların mahremiyetine yapılmış bir saldırı olarak görenler de var.
- Filipinler'de izin yarım günlük ücret kesintisiyle uygulanıyor.
- Tayvan'da üç günlük regl izninin ücretli-ücretsiz kullandırılma kararı işverene ait.



py@peryon.org.tr

Mardin'den Nobel'e uzanan bir hayat: Aziz Sancar

Nobel ödüllü Türk bilim insanı Sancar'ın başarıya uzanma hırsını kamçılayan 2004'te ilk kez okuduğu, John Buckingham'ın kimya tarihi üzerine yazdığı "Molekül Peşinde" kitabındaki şu paragraf olmuş:

"11 Mart 1890'da, Berlin Belediye Sarayı'nın kutlama salonunda yüzlerce davetli için beş saatlik bir ziyafet gerçekleştirildi. Bilim tarihinde belki hiç görülmemiş ihtişamda bir kutlama... Geniş avizeli salon, palmiye ağaçlarıyla ve defne yapraklarıyla süslenmişti. Salona hâkim bir duvara, Bismarck ve diğer Avrupa liderlerinin Türk İmparatorluğu'nu parçalayıp kendi aralarında bölüşmek için toplandıkları Berlin Kongresi'nin beş metre yüksekliğinde bir yağlı boya tablosu asılmıştı."

Aziz Sancar'ın, kazandığı Nobel Kimya Ödülü'nü Anıtkabir'i ziyaret ederek Atatürk'e sunması, Buckingham'ın bu satırlarını okuyunca daha anlamlı geliyor mu?

MODELİ ATATÜRK

10 yaşında bilimin ışığını yaşamının merkezine koymaya hevesli bir çocukmuş Aziz Sancar... İlerleyen yıllarda, bu hevesini ülkesine hizmet etme amacıyla buluşturarak dünya çapında adından söz ettiren bir bilim insanına dönüştü.

Çocukluğu Mardin'in Savur ilçesinde geçen Sancar, ilkokulu okurken ailesine çiftçilik işlerine yardım ediyormuş. Ardından liseyi Mardin'de birincilikle bitirmiş. Bu dönemlerden itibaren Atatürk'ü kendine model alan Sancar'ın kişiliğinin oluşmasında anne-babası ve ağabeyi önemli rol oynamış. Aile büyüklerinin kendi çocukluk

"2015'TE NOBEL KİMYA ÖDÜLÜ'NE LAYIK GÖRÜLEN AZİZ SANCAR, BAŞARIYA GİDEN BU YOLDA YAŞADIKLARINI, TÜBİTAK YAYINLARI TARAFINDAN TÜRKÇE YAYIMLANAN 'AZİZ SANCAR'IN KENDİ KALEMİNDEN HAYATI VE BİLİMİ' ADLI KİTABINDA OKURLARINA AKTARMIŞ. GENÇ CUMHURİYET'İN İDEALİST ÖĞRETMENLERİ TARAFINDAN KİMYAYA YÖNLENDİRİLEN SANCAR'IN BAŞARISINDA GÜÇLÜ AİLE İLİŞKİLERİ VE KÜLTÜRÜNE DUYDUĞU BAĞLILIK ÖNEMLİ ROL OYNUYOR."

dönemlerinde ülke şartlarından dolayı eğitim imkânlarından yararlanamaması Aziz Sancar'ın okul yaşamına sıkı sıkıya sarılmasında önemli bir etkenmiş. Sancar kitabında, ailesi ve "Yeni Cumhuriyet'in" yetiştirdiği idealist öğretmenler sayesinde iyi bir eğitim aldığını ifade ediyor.

HASTALARA HARCANAN MAAŞ

1963'te kimya okumak hayaliyle girdiği sınavdan sonra Sancar, arkadaşlarının da ısrarıyla İstanbul Üniversitesi'nde tıp okumaya başlamış.

Sınıf birincisi olarak okulu bitirdikten sonra bilimsel araştırmalara gerekli olan zorunlu meslek icrası için kendi memleketini seçen genç doktor, altı ay, Savur'da aile evinde ücretsiz klinik hizmeti vermiş. Daha sonra tesadüfen ziyaret sırasında durumdan haberdar olan dönemin Sağlık Bakanının da yönlendirmesiyle yakın bir köye atanmış. Aldığı maaşı da hastalara ilaç ve çocuklara oyuncak alarak harcayan Sancar, bir buçuk yıl sonra NATO bursu ile ABD'de doktora çalışmalarına başlamış.

Aziz Sancar, bilim yolunda mücadele ederken ülkesini ve geçmişini unutmayan, kültürüne sahip çıkan

bir bilim insanı. Örneğin 25 yıldır çözülmeyen bir sır olan mutasyon sıklığının gerilemesiyle ilgili makalesini açıklarken "Benim Yunus Emre Destanım" diyor Aziz Sancar. İnsan genomunun onarım haritasından bahsederken de "Benim Piri Reis haritam" şeklinde atıfta bulunuyor.

Sancar'ın başarısının gizli kahramanları; onu yetiştiren ailesi, idealist öğretmenleri ve onu sürekli destekleyen eşi ve kızı...

İlgilenenler için kitapta Nobel Dersi notları da bulunuyor.

Keyifle okumanızı dilerim.



İLK İŞİM

Gerçek Yaşamdan Öyküler

Acar Baltaş - Handan O. Uşaklıgil / Remzi Kitabevi



Çocuklukta üstlenilen sorumluluklar ve öğrencilik yıllarında yapılan işler, kişilere ömür boyu kullanacakları yaşam becerileri kazandırır. Bu beceriler ışığında çalışanlar, kariyer yolculuğunun basamaklarını tırmanmaya başlar. İlk İşim adlı kitapta, 163 iş insanının kariyer yolculuğundaki ilk adımlarından kesitler bir araya geliyor.

YARATMANIN, İCADIN VE KEŞFİN GİZLİ TARİHİ

Bir Atı Kanatlandırma Sanatı

Kevin Ashton / Destek Yayınları



İcat ve keşifleri ortaya çıkaran efsaneler nerede çöker? Yaratıcılığın sihirli değneği sadece özel insanların mı eline tutuşturulmuştur? Yaratıcı zekâyâ ulaşmanın kılavuzu var mıdır? "Nesnelerin İnterneti" kavramını hayatımıza sokan Kevin Ashton, bu kitabında yaratıcılığı sorguluyor.

MÜKEMMEL DEĞİL CESUR OL

Reshma Saujani / Elma Yayınevi



"Kod Yazan Kızlar" platformunun kurucusu Reshma Saujani, her kadının mükemmellik boyunduruğunu kırmak ya da sıkıcı hayatını değiştirmek için bir şans olduğuna vurgu yapıyor. Saujani kitabında, kadınların neşeli, güçlü ve hayallerini gerçekleştirebileceği bir yaşamı hak ettiğini savunuyor.

HAYATIN SEYRİNİ DEĞİŞTİREN KADINLAR

Pelin Batu / İnkılap Kitabevi



Tarih sahnesine çıkan ama yeterince tanınmayan onlarca kadının hayat hikâyesi Pelin Batu'nun bu kitabında anlatılıyor. Birçok role bürünen ya da bürünmek zorunda kalan bu kadınlar ikinci cinsiyet olmayı reddetmiştir. Bu kitap da böyle bir ruhun meyvesidir.

BOŞA GEÇİRECEK VAKİT YOK

Ursula K. Le Guin / Hep Kitap



Ursula K. Le Guin'den edebiyata, kahvaltıya, kedilere, ödüllere ve aslında hayata dair olağanüstü bir eser! Boşa Geçirecek Vakit Yok, seksenlerinde bir kadının nasihat etmeden, kibirlenmeden içini döktüğü sıcak bir kitap.

TAKIM OYUNU

Seth Godin / Profil Kitap



Çağımızın sosyal network ağları, mevcut takımların daha da büyümelerine ve milyonlarca insanın yer aldığı yeni takımların doğmasına olanak sağlıyor. Bu kitap sizi, çalışanlarınızı, müşterilerinizi, yatırımcılarınızı, inananları, hobisi olanları ve okuyucuları yönetmeniz için karşınıza çıkan fırsatları düşünmeye sevk edecek.



Nottingham Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nden mezun oldu. Sırasıyla Profilo, Turkcell satış, Kraft Türkiye, Agthia şirketlerinde çalıştı. 2017'den bu yana Haribo Türkiye İç Piyasa Satış Grup Müdürü olarak görev yapıyordu.

EGE ERMEÇ

HARIBO
TÜRKİYE SATIŞ DİREKTÖRÜ



Boğaziçi Üniversitesi Felsefe Bölümü'nden mezun oldu. Ardından Nottingham Üniversitesi'nde Endüstri ve Örgüt Psikolojisi dalında master yaptı. Yemeksepeti'nden önce Starbucks ve AstraZeneca'da çalıştı.

İLKE ŞENTÜRK

YEMEKSEPETİ
İK MÜDÜRÜ



Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. Deloitte, PricewaterhouseCoopers, Yaşar Holding'de çeşitli görevlerde bulundu.

ASLI YILMAZ
ARACIOĞLU

METRO TÜRKİYE
CFO



Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden mezun oldu. Kariyerine Logo Business Solutions, Işıklar Holding, Turkcell ve Sütaş'ta insan kaynakları yönetimi alanında devam etti. İK danışmanlığı yaptı.

MELTEM KALENDER
ÖZTÜRK

İNG TÜRKİYE
İNSAN KAYNAKLARI GENEL MÜDÜR
YARDIMCISI VE İCRA KURULU ÜYESİ



Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. Kariyerine 1988'de Sermaye Piyasası Kurulu'nda uzman olarak başladı. Yapı Kredi Yatırım, Turkish Yatırım ve BGC Partners ve Yıldız Holding'te çeşitli görevler yaptı.

DİDAR SEVDİL

AGT
GENEL MÜDÜR



Güney Avustralya Üniversitesi Yazılım Mühendisliği'nden mezun oldu. İş hayatına Motorola'da başladı. Glovo'ya katılmadan önce Ericsson, Aconex, ThoughtWorks, Soundcloud ve Uber'de çalıştı.

MUSTAFA SEZGİN

GLOVO
CTO



Cambridge Üniversitesi'nde lisans ve yüksek lisansını tamamladı. Ford İngiltere'de kariyerine başladı. Çalışmalarını sırasıyla Ford Asya Pasifik Şangay, Ford Asya Bangkok ve Ford Avrupa'da yürüttü.

DAVE JOHNSTON

FORD OTOSAN
GENEL MÜDÜR BAŞYARDIMCISI



Hacettepe Üniversitesi'nden mezun oldu. Kariyerine PriceWaterhouseCoopers'ta başladı. Daha sonra Bristol Myers Squibb, Wyeth İlaç, AstraZeneca'da yöneticilik yaptı.

SEDA KARAMAN

CONRAD İSTANBUL BOSPHORUS
FİNANS DİREKTÖRÜ



Marmara Üniversitesi'nde, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde lisans, İşletme Bölümü'nde yüksek lisansını tamamladı. Yapı Kredi Bankası, Lafarge, Vodafone, Leroy Merlin ve DowAksa Advanced Composites'ta görev aldı. 2016'da Olmuksan'a İK Direktörü olarak katıldı.

AYÇA KUT

OLMUKSAN INTERNATIONAL PAPER
GÜNEY BATI AVRUPA
İNSAN KAYNAKLARI DİREKTÖRÜ



Bilkent Üniversitesi'nden mezun oldu. Sırasıyla Deloitte İstanbul, Deloitte Kanada, Yıldız Holding, Ülker Bisküvi, Gürallar Grubu'nda yöneticilik yaptı.

BORA YALINAY

DOĞAN HOLDİNG
CFO



İstanbul Üniversitesi'nden mezun oldu. Turkvaz Medya Grubu'na katılarak ATV'de yöneticilik yaptı. Türk Telekom ailesine katılmadan önce Digitürk'te Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürlük görevlerini üstlendi.

ÜMIT ÖNAL

TÜRK TELEKOM
CEO



Garanti BBVA'ya 1989'da katıldı ve uzun yıllar çeşitli üst düzey pozisyonlarda görev aldı. Bankadaki kariyerinin ardından Ciner Grubu'nda çalıştı.

RECEP BAŞTUĞ

GARANTİ BBVA
CEO VE BBVA TÜRKİYE ÜLKE MÜDÜRÜ

DIALOGUE IN THE DARK İSTANBUL

17 Kasım 2019
Türkcell Diyalog Müzesi
Gayrettepe Metro İstasyonu

Dünya üzerinde 135 kentte 8 milyondan fazla insanın deneyimlediği "Karanlıkta Diyalog" İstanbul'da şimdiye dek 200 binden fazla insanın hayatına dokundu. Görme dışındaki tüm duyuları yeniden keşfe davet eden Karanlıkta Diyalog, parkta dolaşmak, bir caddede karşıdan karşıya geçmek gibi günlük hayat deneyimlerinin hepsini karanlıkta yaşatacak. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin ev sahipliğinde düzenlenen Karanlıkta Diyalog, görme engelli rehberler eşliğinde katılımcıların dünyayı koklayarak, dokunarak, hissederek "görmesini" sağlayacak.



www.karanliktadiyalogmuzesi.com

ANDY WARHOL VE POP ART

7-30 Kasım 2019
UniqExpo

20. yüzyılın en etkili ve Amerikan Pop Art hareketinin en önemli sanatçılarından olan Andy Warhol'un 90 orijinal eseri McArt.ist desteğiyle sanatseverlerle buluşacak. Sanatçının ünlü eserlerinin yanında Pop Art'ın öncüleri Keith Haring, Roy Lichtenstein, James Rosenquist ve Robert Indiana'nın 40 eseri de Türkiye'de ilk defa sergilenecek.



www.uniqistanbul.com

PERYÖN 27. İNSAN YÖNETİMİ KONGRESİ

21-22 Kasım 2019
Lütfi Kırdar, İstanbul

Bilgi, değişim cesareti, öğrenme çevikliği, açık fikirlilik, yeni liderlik ve yaratıcılık başlıklarında kurgulanan PERYÖN İnsan Yönetimi Kongresi; bu yıl dünyaca ünlü Çin bulmacası Tangram'ın rengarenk şekillerinin dönüşerek oluşturduğu; "Geleceğe" giden yolculuğa rehber olacak eşsiz hikayeleri bir araya getirecek.

www.peryonkongre.com

PEOPLE MAKE THE BRAND İŞVEREN MARKASI KONFERANSI

24 Kasım 2019
Fairmont Quasar İstanbul

5. People Make the Brand Konferansı, Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen şirketlerinin insan kaynakları ve iletişim profesyonellerine ev sahipliği yapacak. Konferansta işveren markası metrikleri, global işveren markalarının lokal uygulamaları, çalışan değer önermesi geliştirme süreci ve sürdürülebilir işveren markası stratejileri ele alınacak.

www.peoplemakethebrand.com



YI/Mazlık





“Korku ve risk alma duygularını zorlarsanız gerçekten inanılmaz şeyler olabilir.”

Marissa Mayer
Yahoo Eski CEO'su



“Hayatım boyunca hata üstüne hata, hata ve hata yaptım. Bu yüzden başardım.”

Michael Jordan
Basketbol Oyuncusu, İş İnsanı



“Eğer doğru sandalyede oturuyorsanız, alışmanız fazla zaman almaz.”

Robert De Niro
Aktör, Yapımcı



“Kendinizi tanıyıp ifade etmek onu inkar etmekten çok daha kolaydır ve başarısız liderlikle ödüllendirilirsiniz.”

Warren Bennis
Bilim İnsanı, Örgütsel Danışman, Yazar



“Deneyim düşüncenin, düşünce ise eylemin çocuğudur.”

Benjamin Disraeli
Siyasetçi, Yazar



“Başarı değer yaratmakla alakalıdır.”

Candice Carpenter
iVillage.com CEO'su



ABONE FORMU

Adı, Soyadı: _____

Firma Unvanı: _____

Adres: _____

Telefon: _____

Faks: _____

E-posta: _____

Adet: _____

Fatura kime kesilecek: Şahsa Firmaya

TC. Kimlik Numarası: _____

Vergi Dairesi: _____

Vergi Numarası: _____

Yurt içi yıllık abonelik bedeli: 120 TL.

BİR **PERYÖN** YAYINIDIR

Ödeme Seçenekleri

Banka havalesi için IBAN numaramız:

TR35 0006 7010 0000 0064 4761 44

Abonelik işlemlerinizi gerçekleştirebilmek için formu doldurup, banka havale dekontunuzla birlikte PERYÖN'ün **(216) 368 13 19** numaralı faksına göndermenizi rica ederiz.

PERYÖN

Türkiye İnsan Yönetimi Derneği

Üst Bostancı Mah. Yalıyolu Sok. No: 54 İsmail Ergin İş Merk. B Blok Kat: 4
Kadıköy / İstanbul

Tel: [216] 368 00 79 • Faks: [216] 368 13 19

www.peryon.org.tr



uyum'HRM

**İK Deneyimi Her Yerde
Elinizin Altında**

uyum'soft

0 (212) 467 33 33

www.uyumsoft.com