

ANAHTAR

NO 40

FUZUL HOLDİNG'İN ÜCRETSİZ YAYINIDIR.

EYLÜL-EKİM 2026

Topraktan Proje
Gayrimenkul Yatırım
Fonu ile 985 Milyon TL'lik
Yeni Adım

Fuzul'den Konut ve
Araç Finansmanında
Kişiyi Özel Terzi
Usulü Planlama

Fuzul
Akademi'den
Global Arenada
Dörtlü Başarı

Rubikpara'ya
Uluslararası
Alanda Ödül

ZEKİ AKBAL:
**FUZUL BİR
TÜRKİYE MARKASI**

fuzul»HOLDİNG

size fuzul uyar



fuzul

444 63 13 | fuzulev.com

PEŞİNATSIZ



FAİZSİZ &
KREDİSİZ



UZUN
VADE



KISA
VADE



Fuzul Tasarruf Finansman A.Ş.'nin ürünleri katılım esaslıdır; banka veya kredi ürünü değildir.



12 | Zeki Akbal:
“Fuzul Bir Türkiye Markası”



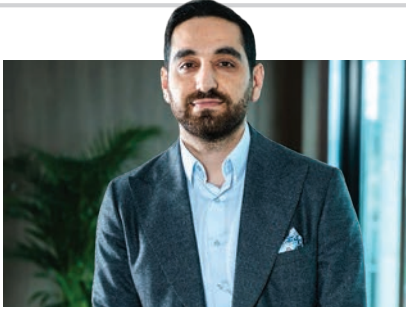
18 | Fuzul, Türkiye Genelindeki
Şube Sayısını 256'ya Taşdı



24 | Topraktan Proje Gayrimenkul Yatırım
Fonu ile 985 Milyon TL'lik Yeni Adım



26 | Fuzul'den Konut ve Araç
Finansmanında Kişiyi Özel Terzi
Usulü Planlama



30 Katılım Finansının Dijital Geleceğini Birlikte İnşa Ediyoruz



38 Müşteriler Artık Hızlı Yanıt Kadar Hafıza da Bekliyor



48 Gelecekte Var Olmanın Anahtarı: Kurumsal Mimari ve Fuzul Holding Yaklaşımı



56 Güçlü Toplumun Temeli: Güçlü Sivil Toplum

Başarıyı Güven ve Deneyim Üzerinden Okuyoruz

- | | |
|----|--|
| 20 | Fuzul, Ömeranlı Spor Kulübü'ne Desteğini Dördüncü Sezonu da Sürdürüyor |
| 21 | Sezgiden Veriye, Teknolojiden Değere: Yapay Zekâ Çağında Girişim Sermayesi |

Rubikpara'ya Uluslararası Alanda Ödül

- | | |
|----|---|
| 28 | Fuzul'un Akademi Eğitim Modeline Gümüş Stevie Ödülü |
| 32 | Hızlı Olmak Yetmez, Hiç Durmamak Gerek |

NEW INN Serviced Apartments Evinizin Sıcaklığı, Otelin Konforu

- | | |
|----|---|
| 35 | NEW INN Hotel Old Town Tarihini Kalbinde, Konforun Merkezinde |
| 36 | Fuzul Akva Sigorta'da Dijital Kanallara Güçlü Destek |

Markalar Yoğun Kampanyalarda En Çok Hangi Süreçte Zorlanıyor?

- | | |
|----|--|
| 40 | Operasyonun Kalbinde: fzlPLUS'ta Bir Gün |
| 42 | Güneşten Şarja Uzanan Rota |

Autocity: Otomobilde Güvenin ve Referansın Adresi

- | | |
|----|--|
| 46 | Operasyonel Mükemmellikten Global Vizyona |
| 52 | Güvenle Büyüyen, Birlikte Başaran Bir Ekip |
| 58 | Zihnin "Bağlantısı Kesildiğinde": Zihinsel Kopuşu Fark Etmek |

Ofise ve Okula Dönüşte Sağlıklı Rutinler

- | | |
|----|--|
| 62 | MÜSİAD EXPO'nun Nabızı ve Fuzul'un Vizyonu |
| 64 | Bir Damla Kanın Yolculuğu |
| 66 | 90 Dakikanın Ekonomisi: Futbolun Oyundan Endüstriye Dönüşümü |
| 70 | Eğitim Harcamalarında Akıllı Planlama |
| 72 | Yıl Sonuna Doğru Finansal Kontrol |

Sonbaharın Gizli Takvimi

- | | |
|----|---|
| 78 | Sonbaharın Renkleri Tuvale Nasıl Yansıdı? |
| 80 | Hasat Zamanı: Sonbaharın İlk Lezzetleri |

Sayfa
16



Sayfa
22



Sayfa
34



Sayfa
39



Sayfa
44



Sayfa
60



Sayfa
74

İMTİYAZ SAHİBİ

Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Yönetim Kurulu Başkanı
Eyüp Akbal

YAYIN KOORDİNATÖRÜ

Banu Kaşlı Derlen

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Merve Ay

YAYIN KOORDİNASYON

Cansu Kekeç Saatçioğlu
Kübra Akbal Kuru
Emir Adıgüzel
Mert Macit
Kübra Mücahitioğlu
Emre Göroğulları
Elif Ece Evren
Dinçer Bilgener

DAĞITIM KOORDİNASYON

Doğanay Akyel
Osman Can Polat

GRAFİK TASARIM

wave.
İletişim ve Marka Ajansı

İLETİŞİM

Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Genel Müdürlük
Nispetiye Mahallesi, Büyükdere Caddesi No: 100 B,
34340 Beşiktaş | İstanbul
444 63 13

BASKI

Matsis Baskı Çözümleri
Tevfikbey Mahallesi Dr. Ali Demir Cad. No: 51
Sefaköy - İstanbul
Tel: 0212 624 21 11 - matsisprint.com



Köklerimize Bağlı, Memleketimize Sorumlu

Değerli okurlarımız, Anahtar'ın 40. sayısında sizlerle yeniden buluşmaktan memnuniyet duyuyorum.

İnsan, memleketine karşı sorumluluğunu yıllar geçtikçe daha derinden hissediyor. Vefanın, köklerimizi hatırlamak kadar sahip olduğumuz imkânları oraya taşımakla da anlam kazandığına inanıyorum. Bu düşünce, yakın zamanda memleketimde açtığımız Fuzul şubemizle bir kez daha somutlaştı.

Fuzul'ün 34 yıllık tecrübesini doğduğum ve çocukluğumu geçirdiğim Kulu'da hemşehrilerimizle buluşturmak benim için ayrı bir anlam taşıyor. Yeni şubemiz, hemşehrilerimizin tasarruf finansmanı hakkında açık bilgi alabilecekleri ve ihtiyaç duyduklarında yüz yüze muhatap bulabilecekleri güvenilir bir adres olacak. Bu adımla memleketime hizmet etmenin sevincini yaşıyorum.

Memlekete bağlılık, hayatın farklı alanlarında sorumluluk üstlenmeyi gerektiriyor. Fuzul Ömeranlı Spor Kulübü'nün isim sponsorluğunu bu yıl da sürdürmek ve PGL Ligi yolculuğunda yanında olmak, memleketimize duyduğumuz vefanın samimi bir ifadesidir. Bazen bir takım, ait olduğu topluluğun umutlarını da sahaya taşır. Ömeranlı gençlerin spora yönelmesini, ortak bir hedefte buluşmasını ve emeklerinin karşılık bulacağına inanmasını önemsiyorum.

Geçtiğimiz aylarda Kulu ve Ömeranlı'da somutlaşan toplumsal fayda anlayışımız, Fuzul ekosisteminin tamamına yön veren bir pusula. Bizim için büyümek, üstlendiğimiz sorumluluğu her alanda genişletmek anlamına geliyor. Bugün faaliyetlerimiz tasarruf finansmanından gayrimenkule, turizmde yenilenebilir enerjiye, gıdadan finansal teknolojilere ve hizmet çözümlerine kadar uzanıyor. Her şirketimiz kendi uzmanlığıyla insanların ihtiyaçlarına cevap veriyor. Yatırımlarımız, sağladığımız istihdam ve ödediğimiz vergiler ülkemizin ekonomik gelişimini destekliyor. Ekiplerimizin gelişimine verdiğimiz önem, kurduğumuz iş birlikleri ve yerel dayanışmaya omuz veren adımlarımız da ortak gayretimizi tamamlıyor.

Elinizdeki sayıda bu sorumluluğun yeni yatırımlarımıza, ekiplerimizin başarılarına ve toplumsal faydayı gözetken çalışmalarımıza nasıl yansıdığını göreceksiniz. MÜSİAD EXPO vesilesiyle Anahtar'ı ilk kez okuyan misafirlerimize de hoş geldiniz diyorum.

Köklerimize bağlılığımız, geleceğe karşı sorumluluğumuzu güçlendiriyor. Bize duyulan güveni koruyarak insanımızın ihtiyaçlarını gözetmeyi, bulunduğumuz her yere fayda sağlamayı ve ülkemizin gelişimine omuz vermeyi sürdürüceğiz.

Bu vesileyle Anahtar'ın 40. sayısının hazırlanmasında emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarıma teşekkür ediyorum, sizleri muhabbetle selamlıyorum.



Fuzul Tasarruf
Finansman AŞ
Yönetim Kurulu Başkanı
Eyüp AKBAL
Chairman of the
Board of Directors of
Fuzul Tasarruf
Finansman AŞ

True to Our Roots, Committed to Our Country

Dear Readers,

It is a pleasure to welcome you to the 40th issue of Anahtar.

As the years pass, our sense of responsibility to the place we call home only deepens. To me, loyalty to our roots means remembering where we come from and giving back to the community that shaped us. That belief became deeply personal when we recently opened a Fuzul branch in my hometown.

Bringing Fuzul's 34 years of experience to the people of Kulu, where I was born and raised, means a great deal to me. Our new branch will give local residents a trusted point of contact for clear information about savings financing and face-to-face guidance whenever they need it. It is my privilege to serve my hometown in this way.

Loyalty to one's hometown carries responsibilities across many areas of community life. We express that commitment by continuing our title sponsorship of Fuzul Ömeranlı Sports Club and standing with the team as it takes its place in the Regional Amateur League (BAL). A football team can carry the hopes of an entire community onto the pitch. I care deeply about encouraging young people of Ömeranlı to take up sport, come together around a shared goal and believe that their efforts will bear fruit.

Our work in Kulu and Ömeranlı over recent months reflects a commitment to social value that guides the entire Fuzul ecosystem. For us, growth means contributing more wherever we operate. Today, our operations span savings financing, real estate, tourism, renewable energy, food, financial technology and service solutions. Each company responds to people's needs through its own expertise. The investments we make, the jobs we create and the taxes we pay all support Türkiye's economic development. We complement this economic contribution by developing our teams, building lasting partnerships and strengthening local communities.

In this issue, you will see that responsibility reflected in new investments, the achievements of our teams and initiatives guided by social value. I also warmly welcome those discovering Anahtar for the first time at MÜSİAD EXPO.

Staying true to our roots reinforces our responsibility for the future. We will continue to honour the trust placed in us, remain attentive to the needs of our people, bring lasting value wherever we operate and contribute to Türkiye's progress.

I thank all my colleagues who helped prepare Anahtar's 40th issue and send my warmest regards to you all.

fuzul» TOPRAKTAN



fuzultopraktan.com.tr

444 44 06

DEĞİŞEN DÜNYADA KALICI DEĞER İNŞA ETMEK



Dünya, ekonomik, teknolojik ve sosyal açıdan hızlı bir dönüşümden geçiyor. Küresel ekonomik politikalar, finansal koşullar, teknolojik gelişmeler ve değişen iş modelleri; şirketlerin sürdürülebilir büyüme stratejilerini, rekabet gücünü ve uzun vadeli başarısını doğrudan etkiliyor.

Böylesi bir ortamda şirket yönetmek, yalnızca bugünün ihtiyaçlarına cevap vermek değil; değişimin yönünü doğru okuyarak fırsat ve riskleri birlikte değerlendirmek, bugünün kararlarıyla yarının gücünü inşa etmek anlamına geliyor.

Sürdürülebilir büyümeyi yalnızca finansal sonuçlarla ölçmenin yeterli olmadığına inanıyorum. Güçlü bir finansal yapı kadar; sağlam bir kurumsal yönetim anlayışı, nitelikli insan kaynağı, teknolojiye yatırım, operasyonel verimlilik ve değişime uyum sağlayabilme kapasitesi de kalıcı başarının temel unsurlarıdır.

Kurumsallaşma ise bu yapının temel taşıdır. Kurumsallaşmayı yalnızca süreç ve organizasyon yapılarından ibaret görmüyor; ortak aklı ve kurumsal hafızayı güçlendiren, karar alma mekanizmalarını sağlamlaştıran ve sürdürülebilir bir yönetim kültürü oluşturan bir anlayış olarak değerlendiriyorum.

Bu yaklaşım, farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketleri aynı çatı altında buluş-

turan holdingler açısından daha da önem kazanıyor. Bir holdingin gücü, yalnızca şirketlerinin büyüklüğünden değil; farklı alanlarda oluşan bilgi, deneyim ve yetkinlikleri ortak bir değer oluşturma anlayışıyla bir araya getirebilmesinden doğuyor. Bir şirkette geliştirilen teknoloji, diğer şirketlerin dönüşümünü hızlandırabiliyor; paylaşılan bilgi ve deneyim, ekosistemin toplam rekabet gücünü artırıyor.

Fuzul Holding'de büyümeyi bu anlayışla ele alıyoruz. Şirketlerimizin kendi alanlarında güçlü ve sürdürülebilir yapılar oluşturmalarını önemsiyoruz; bilgi, deneyim ve yetkinliklerimizi ortak bir ekosistem içinde değerlendirerek toplam gücümüzü artırmayı hedefliyoruz.

Bu yolculukta finansal disiplin de büyük önem taşıyor. Bilanço geçmişte alınan kararların göstergesidir; aynı zamanda kurumun geleceğe yatırım yapabilme kapasitesini de ortaya koyar.

Bugün şirketlerin geleceği için alınan kararların, ülkenin geleceğine de katkı sunduğuna inanıyorum. Türkiye'nin küresel ekonomide daha güçlü bir konuma ulaşması; teknolojiye ve insan kaynağına yatırım yapan, finansal açıdan güçlü, kurumsal yapısı sağlam ve uluslararası rekabet edebilen şirketlerin çoğalmasıyla mümkün olacaktır.

Bizim için büyümek, yalnızca daha büyük olmak değil; daha güçlü, daha dayanıklı ve daha fazla değer üreten kurumlar inşa etmektir. Sahip olduğumuz kurumsal birikimi geleceğe taşıırken hedefimiz, Fuzul ekosisteminin oluşturduğu değeri daha geniş bir faydaya dönüştürmektir.

Çünkü kurumların gerçek mirası, geride bıraktıkları finansal sonuçlardan çok, geleceğe bıraktıkları değerle ölçülür.

Erdal Erdem
Fuzul Holding CEO

HEM YAŞAM HEM YATIRIM BU CADDE'DE!


EMLAK KONUT
— GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIĞI A.Ş. —
T.C. ÇEVRE, ŞEHİRCİLİK VE KLİMA DEĞİŞİKLİĞİ BAKANLIĞI TOKİ İSTİRAKİDİR

BAŞAKŞEHİR
HURASYA
KONUTLARI
— CADDE —

fuzul» GYO

444 0 156

TİCARETİN KALBİNDE DEV BULUŞMA: MÜSİAD EXPO'DA YERİMİZİ ALIYORUZ

Anahtar Dergimizin kıymetli okurları,

Yaz döneminin ardından üretimden yatırıma, ticaretten ekonominin farklı kulvarlarına kadar iş dünyasında hareketliliğin yeniden arttığı bir dönemde, eylül-ekim sayımızla sizlerle buluşmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Sonbaharın gelişiyi birlikte yeni hedeflerin ve projelerin şekillendiği, iş birliklerinin, yatırımların ve gelecek döneme ilişkin planların daha fazla konuşulduğu dinamik bir sürece adım atıyoruz.

Fuzul Holding olarak biz de bu hareketliliğin içinde yerimizi alıyor, farklı sektörlerdeki faaliyetlerimiz ve şirketlerimizle üretmeye, geliştirmeye ve değer oluşturmaya devam ediyoruz. Bu dönemin önemli buluşmalarından biri olan MÜSİAD EXPO'da da Fuzul Holding olarak yer alacağız. 23-26 Eylül tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenecek fuar; farklı sektörlerden üreticileri, yatırımcıları, girişimcileri ve iş dünyasının temsilcilerini bir araya getirirken yeni iş birlikleri ve yeni pazarlar için önemli bir buluşma zemini sunacak.

Bu sayımızın röportaj konusu, Fuzul Holding Yönetim Kurulu Üyesi Zeki Akbal oldu. Akbal ile aile şirketi kültüründen farklı sektörlerde büyüme stratejilerine, tasarruf finansmandan katılım bankacılığı çalışmalarına ve Fuzul'ün Türkiye markası olma vizyonuna uzanan kapsamlı bir sohbet gerçekleştirdik. Fuzul'ün bugününü ve geleceğe bakışını anlamak açısından önemli başlıklar içeren röportajımızı keyifle okuyacağınızı düşünüyoruz.

Anahtar'ın bu sayısında aktüel gelişmelerin ve iş dünyasının gündeminin yanı sıra Fuzul Holding şirketlerinden haberleri de bulacaksınız. Fuzul'ün farklı alanlardaki çalışmalarını, yeni adımlarını ve gündemini sizlere aktarmaya devam ediyoruz.

Bu sayımızda bir de bizim için ayrı bir anlam taşıyan özel bir ek hazırladık. "Türkiye için Üreten Bir Hikâye" mottosuyla hazırladığımız bu ekte, Fuzul'ü yalnızca şirketleri ve faaliyet alanları üzerinden değil, onu var eden anlayış üzerinden ele aldık. Kuruluş felsefemizden insan odaklı büyüme yaklaşımımıza, ekonomik ve sosyal katkı perspektifimizden sosyal sorumluluk anlayışımıza kadar bizi biz yapan değerleri farklı başlıklar altında aktardık. Sponsorluklarımızdan sivil toplumla ilişkilerimize, fuarlardan iş dünyasındaki buluşmalarımıza uzanan bu içeriklerle Fuzul'ün topluma ve ülkemize değer katma anlayışını daha geniş bir çerçevede ortaya koymayı amaçladık.

İlgiyle okuyacağınızı umduğum bu sayımızla sizleri baş başa bırakıyor, bir sonraki sayımızda yeniden buluşmak dileğiyle keyifli okumalar diliyorum.

Merve Ay

ZEKİ AKBAL: “FUZUL BİR TÜRKİYE MARKASI”

Fuzul Holding Yönetim Kurulu Üyesi Zeki Akbal, aile şirketi kültüründen farklı sektörlerde büyüme stratejilerine, tasarruf finansmandan katılım bankacılığı çalışmalarına ve Fuzul’ün “Türkiye markası” olma vizyonuna ilişkin değerlendirmelerde bulundu

Türkiye’de aile şirketlerinin sürdürülebilirliği, ekonomik büyüklük yanında, kuşaklar arasında aktarılan güven ve ortak değerlerle de şekilleniyor. Fuzul’ün hikâyesinde de aile, şirket kültürünün temel unsurlarından biri olarak öne çıkıyor. Babaları tarafından başlatılan yolculuğun ikinci ve üçüncü kuşakla devam ettiğini belirten Fuzul Holding Yönetim Kurulu Üyesi Zeki Akbal, aile içinde oluşan adalet ve güven anlayışının şirket yönetimine de doğrudan yansıdığını ifade ediyor.

Fuzul’ün tasarruf finansman alanındaki faaliyetlerinden gayrimenkul, enerji ve katılım bankacılığına uzanan büyüme yolculuğunu değerlendiren Akbal, farklı alanlarda faaliyet göstermenin beraberinde getirdiği sorumluluklara da dikkat çekiyor. Akbal; İstanbul Ticaret Odası’ndaki çalışmaların iş dünyasına sunduğu fırsatlara değinirken, Fuzul’ün iletişim ve iş birliklerinde ise Türkiye’nin tamamını kapsayan bir marka anlayışını benimsediğini vurguluyor.

İş hayatınızın önemli bir bölümünü kardeşlerinle birlikte, aile şirketi yapısı içerisinde geçirdiniz. Farklı karakterlerin, bakış açılarının ve sorumluluk alanlarının bir arada olduğu bu yapı, sizin liderlik anlayışınızı nasıl şekillendirdi? Aile içinde oluşan güven, şirket kültürünü nasıl şekillendirdi?

Fuzul’ün kuruluş hikâyesi, babamız ve üç çocuğuyla birlikte başlayan bir aile şirketi yapısına dayanıyor. Babamız kendi döneminde hem işe hem de ailenin bir arada tutulmasına çok büyük katkı sağladı. Vefatından sonra Mahmut Bey, ailemizi de şirketimizi de aynı anlayışla yönetti. Biz de onun adaletli yaklaşımını gördüğümüz için kendisine güvendik, inandık. Çizdiği yolda yürüyerek ve verdiği kararlara itimat ederek ilerledik. Bu nedenle ayrıca benim ekstra bir liderlik göstermeme gerek kalmadı. Onun hedeflediği yolda ilerleyerek rahatça yol aldık.

Bunun, hem ailenin hem de şirketin bir arada tutulmasının en büyük neden-

>> “Fuzul bir Türkiye markası”
diyoruz ve bu söylemin arkasında
duruyoruz





lerinden biri olduğunu düşünüyorum. Üçüncü nesil de aynı şekilde bu anlayışı benimsedi. Böylece bizden sonraki sürecin nasıl yürütüleceğine dair bir alışkanlık da oluşmuş oluyor. Bugün üçüncü nesil de bu anlayışla hareket ediyor. Bu bizim için büyük bir güç, büyük bir nimet.

Fuzul'un 1992'den bugüne uzanan yolculuğunda aile şirketinden farklı sektörlerde faaliyet gösteren geniş bir yapıya dönüşüm yaşandı. Fuzul farklı sektörlerle açılırken temel değerlerini nasıl koruyor?

Biz tasarruf finansman şirketi olarak bu sürece önce Fuzul Oto ve Fuzulev ile başladık. Sonrasında gayrimenkul yatırım ortaklığı yapımız sürece dahil oldu. Akabinde pek çok sektöre adım attık ve başarılı olduk, olmaya da devam ediyoruz. Son dönemde ise yenilenebilir enerji ve çok önemli bir yatırım olarak gördüğümüz bankacılık çalışmalarına yoğunlaştık.

Özellikle bankacılık bizim çok önemseydiğimiz bir alan. Biliyorsunuz katılım bankası için kuruluş iznimizin geçtiğimiz dönemlerde aldık, faaliyet izninin gerektirdiği koşullar için de çalışmalarımız sürüyor. Aslına bakarsanız Fuzul olarak bankacılık faaliyet-

lerine benzer süreçlerin içinde hali hazırda bulunan bir yapıya sahibiz. Fuzul Tasarruf Finansman olarak insanların birikimlerini değerlendirmelerine ve hedeflerine ulaşmalarına yardımcı oluyoruz ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) denetiminde faaliyet gösteriyoruz. Bu denetim süreçleri kapsamında Fuzul GYO'da Sermaye Piyasaları Kurulu (SPK), Rubikpara'da ise Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın (TCMB) mevzuatına tabiyiz. Dolayısıyla finansmanla ilgili faaliyetlerimiz kapsamında farklı düzenleyici kurumların gerektirdiği çalışma disiplinlerine ve süreçlere şirket olarak yatkınlığımız var. Bu süreçleri organize edebiliyoruz. Bu nedenle ilgili süreçleri son derece rahat bir şekilde ilerleteceğimize inanıyorum. Katılım bankacılığı ile ilgili hazırlık süreçlerinde de çalışmalarımızı aynı anlayışla sürdürüyoruz ve inşallah bankamız faaliyete geçtiğinde de bu anlayışa devam edeceğiz.

Tasarruf finansman modelinin insanlara sunduğu temel avantaj sizce nedir?

İnsanlar zaman zaman "Neden paramızı size verelim? Kendimiz biriktiririz, altın veya döviz yaparız."

diyebiliyorlar. Ben de onlara öncelikle bunun bir borçlanma ve disiplin sistemi olduğunu anlatıyorum. İnsan kendisini disipline ettiğinde hedeflerine daha rahat ulaşabiliyor. Orada bir borcunuz olduğunu bildiğiniz zaman daha fazla motive oluyorsunuz. Aile olarak da bu borcun sorumluluğunu taşıyorsunuz. "Evim olacak, arabam olacak" diye bir hedefiniz varsa ve kendinize bir disiplin kurmadığınızda, biriktirdiğiniz parayı kolaylıkla harcayabiliyorsunuz. Farklı bir ihtiyaç ortaya çıkıyor ve o para başka bir yere gidebiliyor.

Ancak buraya borçlandığınız zaman "Benim bir borcum var" diyorsunuz. Borcu ödeme gayretiyle birlikte hedefinize ulaşmak için daha düzenli hareket ediyorsunuz. Bu nedenle tasarruf finansmanı yalnızca finansal bir model olarak değil, insanların kendilerine bir disiplin oluşturmalarına yardımcı olan bir sistem olarak da görüyoruz.

Fuzul'un büyüme stratejisinde Türkiye'nin tamamına ulaşmak nasıl bir anlam taşıyor?

Biz yaptığımız sponsorluklarda, iş birliklerinde ve reklamlarda hep Türkiye'nin geneline hitap eden mesajlar kullanıyoruz. Sosyal sorumluluk pro-

>> Türkiye'nin farklı bölgelerindeki insanlara ulaşmak, onların ihtiyaçlarını anlamak ve farklı kesimlerin beklentilerine cevap verebilecek bir yapı oluşturmak önemli. Büyürken bu kapsayıcılığı korumaya dikkat ediyoruz

jelerinde de aynı anlayışı sürdürüyoruz. Hiçbir zaman tek bir tarafa odaklanmıyoruz. Sürekli halkın tamamını kapsayacak söylemler ve iş birlikleri yapıyoruz. Buna özellikle dikkat ediyoruz. Bu yüzden “Fuzul bir Türkiye markası” diyoruz ve bu söylemin arkasında duruyoruz.

Bizim için Türkiye markası olmak yalnızca iletişim çalışmalarında kullanılan bir ifade değil. Türkiye’nin farklı bölgelerindeki insanlara ulaşmak, onların ihtiyaçlarını anlamak ve farklı kesimlerin beklentilerine cevap verebilecek bir yapı oluşturmak önemli. Büyürken bu kapsayıcılığı korumaya dikkat ediyoruz.

Bugün İstanbul Ticaret Odası Yönetim Kurulu Üyesi olarak iş dünyasının farklı sektörlerden temsilcileriyle yakın temas içerisindeyiz. İTO’daki göreviniz, şirket yönetiminde sahip olduğunuz bakış açısını nasıl değiştirdi?

İstanbul Ticaret Odası dünyanın en büyük ticaret odalarından biri. Dört yıldır yönetim kurulu olarak İTO’da farklı çalışmalar yürütüyoruz. Bu çalışmalar kapsamında ticaret odasının şirketler tarafından çok daha etkin değerlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum.

İTO’nun çalışmaları sayesinde İstanbul merkezli şirketlerin dünyaya çok daha rahat açılabilceğine inanıyorum. Çok sayıda etkinlik ve fuar gerçekleştiriyoruz. Dolayısıyla insanlar İTO’yu yalnızca var olan bir kurum olarak görmemeli. Toplantılara ve fuarlara dahil olmalılar. İstedikleri ülkeler ve hedef pazarlarıyla ilgili çalışmalara katılmalılar. Bu anlamda İTO’yu etkin şekilde kullanmaları gerekiyor. Biz de yönetim olarak dört yıldır buna özen göstererek çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Yoğun çalışma hayatınızın dışında mutlaka zaman ayırdığınız bir hobi ya da vazgeçilmez bir rutin var mı?

İş hayatının yoğunluğu içinde insanın kendisine ait özel bir alanının, bir tutkusunun muhakkak olması gerektiğini düşünlerdenim. Bu noktada benim en büyük tutkum de-

niz. Teknede olmaktan, balık tutmaktan çok büyük keyif alıyorum. Diyebilirim ki, denizle bu türlü bir bütünleşme, denize girmek ve yüzmek tarafından çok daha fazla haz veriyor bana. Bir dönem golf de oynadım ama yaşadığım bir sakatlık sebebiyle bırakmak durumunda kaldım, ancak deniz ve teknenin yeri bu anlamda benim için çok çok ayrı.



“BAŞARIYI GÜVEN VE DENEYİM ÜZERİNDEN OKUYORUZ”

Fuzul, müşteri deneyimi ve teknoloji alanında aldığı ödüller, toplumsal fayda alanındaki takdirler ve uluslararası kalite sertifikasyonlarıyla tasarruf finansman modelinde güveni kalıcı bir hizmet standardına dönüştürme yaklaşımını görünür hâle getiriyor

Fuzul için ödüller, vitrine taşınan başarıların ötesinde, büyümenin hangi değerler üzerine kurulduğunu gösteren güçlü geri bildirimlerdir. Bir şirketin aldığı ödüller, yer aldığı listeler ve sahip olduğu sertifikalar ortaya koyduğu performansı tescillerken, bu performansın hangi sistem, kültür ve paydaş ilişkisiyle üretildiğine dair de önemli ipuçları verir.

Biz Fuzul’de başarıyı finansal büyüme ve operasyonel ölçekle birlikte, müşterilerimizin bize duyduğu güven, çalışma arkadaşlarımızın emeği, iş ortaklarımızla kurduğumuz sürdürülebilir ilişkiler, topluma sağladığımız katkı ve hizmet kalitemizi sürekli geliştirme irademiz üzerinden okuyoruz. Bu nedenle ödülleri, içeride kurduğumuz sistemin dışarıda nasıl karşılık bulduğunu gösteren önemli geri bildirimler olarak görüyoruz.

Son bir yılda aldığımız ödül ve sertifikalar da bu bütüncül yaklaşımımızı yansıtıyor. Müşteri

deneyimi ve teknoloji alanındaki başarılarımız, toplumsal fayda alanında gördüğümüz takdir ve uluslararası kalite sertifikasyonlarımız; Fuzul’ün güveni hizmet standardı, yenilikçilik, kapsayıcılık ve kurumsal disiplinle inşa ettiğini gösteriyor.

Marifet iltifata tabidir. Ortaya konan emeğin müşteriler, üniversiteler, meslek örgütleri ve bağımsız değerlendirme platformları tarafından takdir edilmesi, çalışma arkadaşlarımızın motivasyonunu ve doğru yönde ilerlediğimize dair inancımızı güçlendiriyor. Bu takdirin kalıcı bir değere dönüşmesi ise başarının güçlü süreçler, ölçülebilir standartlar ve kurumsal disiplinle desteklenmesiyle mümkün oluyor.

Müşteri Memnuniyetinde Sektör Liderliğimizi Tescilledik

Bu dönemde bizim için öne çıkan en önemli başarılarından biri, 11. A.C.E. Awards’ta tasarruf finansmanı sektöründe Diamond Ödülü’ne layık görülmemiz oldu. 1,5 milyonu aşkın anket sonucu, geri bildirim verileri ve pazar payları baz alınarak hazırlanan Müşteri Deneyim Endeksi’nde sektörümüzün en yüksek müşteri memnuniyetine sahip markası olmak, Fuzul’e duyulan güvenin güçlü bir göstergesi.

Tasarruf finansmanı güven üzerine kurulu bir model. Bu güveni sürdürülebilir hâle getirmenin yolu, müşterilerimizi tüm finansman yolculuğu boyunca doğru anlamaktan geçiyor. Biz her geri bildirimi bir gelişim fırsatı olarak ele alıyoruz. Şikâyet yönetimini de müşteri deneyimini iyileştiren, süreçleri geliştiren ve kurumumuzun öğrenme kapasitesini artıran stratejik bir değer alanı olarak görüyoruz. Diamond Ödülü, bu yaklaşımın müşterilerimiz nezdinde nasıl karşılık bulduğunu göstermesi bakımından bizim için ayrı bir anlam taşıyor.



Fuzul Tasarruf Finansman AŞ
Yönetim Kurulu Başkan Vekili
Furkan Akbal

Teknolojiyle Yeni Bir Finans Anlatısı Kuruyoruz

Marmara Üniversitesi İşletme Kulübü tarafından düzenlenen Kristal Marmara Ödülleri'nde, tasarruf finansman sektöründe tamamı yapay zekâyla oluşturulmuş ilk reklam filmimiz "Yeni Bir Finans" ile "Sektöründe Teknoloji Lideri Şirket Ödülü"ne layık görüldük. Bu başarımız, teknolojiye bakışımızın genç kuşaklar ve akademik çevreler nezdinde de karşılık bulduğunu gösterdi.

Bizim için teknoloji; tasarruf finansman modelini daha anlaşılır kılan, müşteriyle kurduğumuz bağı güçlendiren ve hizmet deneyimini geleceğin beklentilerine göre yeniden düşünmemizi sağlayan önemli bir kaldıraç. "Yeni Bir Finans" yaklaşımımız da Fuzul'un 34 yıldır hayatın içinde etkili bir kolaylaştırıcı olarak üstlendiği rolü çağdaş bir anlatımla ifade ediyor.

Dijital iletişim stratejimizin veriye dayalı başarısı ise Brandverse Awards 2026'da da tescillendi. SocialBrands Veri Analitiği Bölümü'nün "Tasarruf Finansmanı" kategorisinde Gümüş Ödül'ün sahibi olduk. Sosyal medyayı müşterilerimizle kurduğumuz şeffaf ve güvene dayalı ilişkinin dijital köprüsü olarak görüyoruz. Brandverse'te aldığımız bu ödül, topluluk odaklı yeni nesil iletişim yaklaşımımızın ve dijitalleşme vizyonumuzun somut karşılığını ortaya koyuyor.

Son dönemde İstanbul İş İnsanları Derneği tarafından düzenlenen 9. Brand Summit Türkiye'de aldığımız "Yılın Kurumsal Markası Ödülü", Galatasaray Fuzul Tekerlekli Sandalye Basketbol Takımı Engelsiz Aslanlar'a verdiğimiz destekle kazandığımız Hacettepe Üniversitesi "Kristal Geyik Ödülü" ve İş Kadınları Derneği'nden aldığımız "Kadın İstihdamına Katkı Ödülü" de bizim için ayrı bir anlam taşıyor. Bu başarıları, güveni müşteri deneyimiyle birlikte kurum kültürü, kapsayıcılık ve toplumsal sorumluluk alanlarında da güçlendirme çabalarımızın birer sonucu olarak görüyoruz.

Güveni Süreçle, Kaliteyi Standartla Büyütüyoruz

Bu dönemde bizim için öne çıkan

başlıklardan biri de ISO 9001, ISO 27001, ISO 10002 ve ISO 18295-2 sertifikalarını alarak kalite, bilgi güvenliği ve müşteri deneyimi yönetimini bütüncül bir sistem altında toplamamız oldu. Bu sertifikasyonlar, Fuzul'un büyürken standardını koruma, hizmet kalitesini ölçeklenebilir hâle getirme ve kurumsal dayanıklılığını güçlendirme yolculuğunda önemli bir eşiği temsil ediyor.

Bir yıllık kapsamlı çalışma boyunca organizasyonel süreçlerimizi uçtan uca değerlendirdik. Süreçlerimizi yeniden haritalandırdık, politika ve prosedürlerimizi uluslararası standartlarla uyumlu hâle getirdik, yetki ve sorumluluk dengisini daha açık bir çerçeveye taşıdık. Kurumsal dokümantasyon altyapımızı dijital ortama taşıyarak bilginin tek merkezden, güncel, kontrollü ve izlenebilir biçimde yönetilmesini sağladık. Bu yaklaşımımız, operasyonel verimliliğimizle birlikte karar alma kültürümüzü de güçlendirdi.

Ödüllerin Etkisi Kurum İçinde Başlıyor

Ödüllerin etkisini her şeyden önce kurumumuz içinde hissediyoruz. Çalışma arkadaşlarımız için bu başarılar, verilen emeğin takdiri ve ortak hedef duygusunun güçlenmesi anlamına geliyor. Müşterilerimiz açısından Fuzul'un hizmet kalitesini ve çözüm odaklı yaklaşımını destekleyen güven unsurlarına dönüşüyor. İş ortaklarımız, yatırımcılar ve kurumsal paydaşlar açısından baktığımızda ise müşteri deneyimi ödülleri, teknoloji alanındaki takdirler ve kalite sertifikasyonları, regüle bir sektörde kurumsal disiplin, süreç yönetimi ve sürdürülebilir büyüme kapasitemizi daha güçlü biçimde ortaya koyuyor.



Uluslararası sertifikasyonları bu nedenle çok önemsiyoruz. ISO standartları, yerel başarıyı uluslararası ölçekte okunabilir hâle getiren ortak bir kalite dili oluşturuyor. Bu dil; yetenek kazanımı, çalışan bağlılığı, marka değeri ve iş ortaklıkları açısından da güçlü bir referans noktası sağlıyor.

Yakın gelecekte hedefimiz; teknoloji, dijital dönüşüm, müşteri deneyimi ve hizmet kalitesi alanlarında uluslararası platformlarda daha görünür olmak. Türkiye'de geliştirdiğimiz tasarruf finansman tecrübesini global standartlarla karşılaştırılabilir, ölçülebilir ve ilham verici bir başarı hikâyesine dönüştürmek istiyoruz. Fuzul olarak ödülleri geçmiş başarıların kutlaması kadar, geleceğe verdiğimiz taahhüdün de hatırlatıcısı olarak görüyoruz.

Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Yönetim Kurulu Başkan Vekili Furkan Akbal: "Aldığımız her ödül, müşterilerimize verdiğimiz sözün, kurum içinde kurduğumuz disiplinin ve paydaşlarımızla geliştirdiğimiz uzun vadeli ilişkinin karşılığı"



FUZUL, TÜRKİYE GENELİNDEKİ ŞUBE SAYISINI 256'YA TAŞIDI

Türkiye genelinde 256 şubeyle faaliyetlerini sürdüren Fuzul, Konya'daki 7. hizmet noktası olan Kulu Şubesi'nin açılışını, Yönetim Kurulu Başkanı Eyüp Akbal'ın da katıldığı görkemli bir törenle gerçekleştirdi

Tasarruf finansman sektörünün 34 yıllık köklü kuruluşu Fuzul, Konya'nın Camiikebir Mahallesi'nde faaliyet gösteren Kulu Şubesi için görkemli bir açılış töreni düzenledi. Ev, araç ve çatılı iş yeri sahibi olmak isteyen bölge halkına tasarruf finansman çözümlerini uzmanlarla yüz yüze değerlendirme imkânı sunan Kulu Şubesi, Fuzul'ün Konya'daki 7. hizmet noktası olarak faaliyet gösteriyor.

Açılış törenine Kulu Kaymakamı Ömer Faruk Canpolat, AK Parti Konya Milletvekilleri Abdullah Ağralı ve Orhan Erdem, Gençlik ve Spor Bakan Yardımcısı Prof. Dr. Halis Yunus Ersöz, Kulu Belediye Başkanı Abdurrahim Sertdemir, Konya İl Müftüsü Prof. Dr. Ali Öge, AK Parti Malatya eski Milletvekili Ömer Faruk Öz, Fuzul Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Akbal ile Yönetim Kurulu Üyeleri

Eyüp Akbal ve Zeki Akbal'ın yanı sıra ilçe protokolü ve çok sayıda misafir katıldı.

Fuzul'den Türkiye Genelinde Güçlenen Şube Ağı

Fuzul, Türkiye genelindeki şube ağını büyütmeyi sürdürüyor. 2025'i 173 şubeyle tamamlayan şirket, bugün ülke genelinde 256 şubeyle faaliyetlerini sürdürüyor. Genişleyen şube ağıyla tasarruf finansman sistemini daha fazla noktaya taşıyan Fuzul, tasarruf sahiplerine kendi yaşadıkları bölgelerde doğrudan ulaşmayı hedefliyor.

Fuzul'ün şubeleşme yaklaşımının merkezinde, tasarruf finansman sisteminin güvene ve kişiye özel planlamaya dayanan yapısı bulunuyor. Ev, araç veya çatılı iş yeri sahibi olmak, hane bütçesini uzun vadeli olarak etkileyen

önemli bir gelecek planı. Bu süreçte müşterilerin sistemin işleyişine ilişkin şeffaf ve anlaşılır bilgi alabilmeleri, ihtiyaçlarını doğrudan paylaşabilmeleri ve bütçelerine uygun seçenekleri uzmanlarla birlikte değerlendirebilmeleri önem taşıyor. Fuzul, geliştirdiği dijital kanalların yanı sıra şubelerini de bu güven ilişkisinin yüz yüze kurulduğu temel teması noktaları olarak konumlandırıyor.

Şubeleşme Yerel İstihdamı da Destekliyor

Şube ağına genişlemesi, Fuzul'un farklı şehir ve ilçelerdeki istihdam katkısını da büyütüyor. 2025'i 2 bin 347 çalışanla tamamlayan şirket, şube ağı aracılığıyla yerel çalışma imkânları oluşturuyor ve Fuzul ailesini Türkiye genelinde genişletiyor. Kulu Şubesi de bölge halkıyla buluşturduğu tasarruf finansman sisteminin yanı sıra ilçedeki istihdam olanaklarını destekleyen bir yatırım niteliği taşıyor.

Fuzul'un daha geniş bir şube ağıyla daha fazla tasarruf sahibine ulaşmasına güçlü teslimat sonuçları eşlik ediyor. Şirket, 2026'nın ilk altı ayında, bir önceki yıl boyunca gerçekleştirdiği toplam teslimatların yaklaşık yüzde 98'ine ulaştı. Bu performans, Fuzul'un büyümesini sahadaki güçlü teslimat gücüyle desteklediğini gösteriyor.

Eyüp Akbal: "Şube Ağımızla Tasarruf Finansmanın Erişimini Artırıyoruz"

Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Yönetim Kurulu Başkanı Eyüp Akbal, şubeleşme stratejilerine ilişkin şu değerlendirmede bulundu: "Fuzul olarak 34 yıldır insanların ev, araç ve çatılı iş yeri hedeflerine ulaşmasına eşlik ediyoruz. Bu yolculukta doğru bilgiye kolayca erişmenin ve güvenebilecekleri bir muhatapla ilerlemenin önemini yakinen biliyoruz. Şubelerimiz aracılığıyla müşterilerimizi kendi yaşadıkları bölgelerde dinliyor, ihtiya-



yaçlarını anlıyor ve bütçelerine uygun çözümleri birlikte şekillendiriyoruz. Şube ağımızı genişletirken tasarruf finansman sisteminin erişimini artırıyor, bulunduğumuz bölgelerde yeni çalışma imkânlarının oluşmasına da katkı sunuyoruz. Kulu'da doğup büyü-

müş biri olarak Fuzul'un hemşehrilerimize memleketimde değer sunması benim için ayrıca kıymetli. Kulu Şubemizin uzun yıllar boyunca hemşehrilerimizin yanında olmasını ve nice hedefin gerçeğe dönüşmesine vesile olmasını diliyorum."

Şirket, yaygın şube ağıyla tasarruf finansmanına erişimi kolaylaştırırken farklı şehir ve ilçelerde istihdamın gelişimine de katkı sunuyor



FUZUL, ÖMERANLI SPOR KULÜBÜ'NE DESTEĞİNİ 4. SEZONDA DA SÜRDÜRÜYOR

Millî Takımlar Ana Sponsoru ve Galatasaray Tekerlekli Sandalye Basketbol Takımı Engelsiz Aslanlar'ın isim ve forma göğüs sponsoru olarak Türk sporunun farklı alanlarında yer alan Fuzul Tasarruf Finansman AŞ, Ömeranlı Spor Kulübü ile devam eden iş birliğini 4. sezonuna taşıdı

Fuzul Tasarruf Finansman AŞ ile Ömeranlı Spor Kulübü arasındaki iş birliği yeni sezonda da devam ediyor. Son üç sezondur kulübün isim sponsorluğunu üstlenen Fuzul, yapılan anlaşmayla 2026-2027 sezonunda da desteğini sürdürecektir. Sponsorluk yenilemesi, kulübün yeni sezon yapılanması ve hedefleri doğrultusunda önemli bir adım olarak değerlendirilirken, taraflar iş birliğinin dördüncü yılına girmenin memnuniyetini paylaştı.

Yeni sezonda PGL'de mücadele edecek olan Ömeranlı Spor Kulübü, teknik direktörlük görevine Veysel Böge'yi getirirken, geçtiğimiz sezonun önemli oyuncularının büyük bölümüyle de yoluna devam ediyor. Kulüp, isim sponsorluğu anlaşmasının ardından kadrosunu güçlendirmeye yönelik transfer çalışmalarına da hız vermeyi planlıyor.

Fuzul'den Türk Sporuna ve Gençlere Destek

Gerçekleştirilen sponsorluk anlaşmasına ilişkin değerlendirmelerde bulunan Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Yönetim Kurulu Başkanı Eyüp Akbal, şunları söyledi:

"Fuzul olarak yalnızca ekonomik ve sosyal değer üretmeyi değil, aynı zamanda sporun birleştirici gücüne katkı sağlamayı da önemsiyoruz. Ömeranlı Spor Kulübü ile dördüncü sezonuna ulaşan iş birliğimizi sürdürmekten büyük memnuniyet duyuyoruz. Kulübün bulunduğu bölgeye ve gençlere değer katan bir yapı olduğuna inanıyoruz. Yeni sezonda teknik ekibe, futbolculara ve tüm kulüp camiasına başarılar diliyoruz. Fuzul olarak Türk sporunun gelişimine katkı sağlayan projelerin içinde yer almaya devam edeceğiz."



Ömeranlı Spor Kulübü, yeni sezon hazırlıklarını sürdürürken; teknik kadro yapılanması, mevcut oyuncu grubunun korunması ve planlanan transfer çalışmalarıyla PGL'de başarılı bir sezon geçirmeyi hedefliyor. Fuzul'ün de desteğiyle yoluna devam edecek kulüp, yeni sezonda da rekabetçi yapısını koruyarak hedeflerine ulaşmak için çalışmalarını sürdürüyor.

SEZGİDEN VERİYE, TEKNOLOJİDEN DEĞERE: YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA GİRİŞİM SERMAYESİ

Yapay zekâ, fırsatların nasıl bulunduğunu, incelendiğini ve takip edildiğini değiştirirken şirketlerin hangi temeller üzerinde savunulabilir olduğunu da yeniden tanımlıyor

Girişim sermayesi, finans dünyasında en az veriyle en fazla belirsizliğin yönetildiği alanlardan biri. Erken aşamada uzun finansal geçmişler ve güvenilir karşılaştırma setleri çoğu zaman yoktur; yatırımcının temel görevi bu yüzden değişmez: sinyali gürültüden, inovasyonu kalıcı ekonomik değerden ayırmak. Yapay zekâ bu görevi devralmıyor; daha fazla şirketi, belgeyi ve veriyi hızla tarayarak yatırımcının görebildiği evreni genişletiyor.

Güçlü Modelden Önce Güçlü Yönetişim

Bu hız, güçlü yönetişimi zorunlu kılıyor: çıktının kaynağa kadar izlenebilmesi, veri ve varsayımların kayda geçmesi, erişim yetkileri, ticari sır ve kişisel verinin korunması, KVKK ve bilgi güvenliği, nihai kararın insanda

kılması kritik. Modeller geçmiş risk örüntülerini yakalar; fakat kategori yaratan bir girişimin potansiyeli, kurucunun kriz dayanıklılığı veya pazarı yeniden tanımlama kapasitesi tek skora sığmaz. Doğru model "insan mı, algoritma mı" değil; human-in-the-loop iş bölümüdür.

AI girişimlerine yatırımda ise teknoloji etiketi tek başına yetmez. Temel modellere erişim yaygınlaştıkça savunulabilir değer; sahip olunan veri, dağıtım gücü, iş akışına entegrasyon, geçiş maliyeti ve birim ekonomisinde aranmalı. Müşterinin ne kadar kalıcı olduğu, bir müşteriyi kazanmanın maliyeti ile o müşteriden sağlanan uzun vadeli getirinin dengesi, eldeki parayla ne kadar yol alınabildiği ve kârlılık önemini korurken; şirketin teknolojiyi çalıştırma ve altyapı ma-

liyetleri de kritikleyiyor. Soru "büyüyor mu?" değil, "büyüdükçe ekonomisi iyileşiyor mu?" olmalı.

Geleceğin güçlü ekipleriye verinin hızını insan muhakemesiyle, yeniliği birim ekonomisiyle, stratejik heyecanı disiplinle birleştirenler olacak. Sezgiden veriye, teknolojiden değere geçerken kaybetmememiz gereken yeti, rakamın söylediğini duymak kadar söylemediğini de fark edebilmektir.



Fuzul Ventures Yatırım Analisti
Fikret Ünal



RUBİKPARA'YA ULUSLARARASI ALANDA ÖDÜL

Rubikpara, toplumsal fayda odağında hayata geçirdiği çalışmasıyla dünyanın saygın kurumsal mükemmellik programlarından 2026 Brandon Hall Group Excellence Awards'ta ödüle layık görüldü

Fuzul Holding iştiraki, TCMB lisanslı elektronik para ve ödeme hizmetleri kuruluşu Rubikpara, uluslararası alanda önemli bir başarıya imza attı. Rubikpara, 2026 Brandon Hall Group Excellence Awards kapsamında "Best Social Impact" ödülünün sahibi oldu.

Rubikpara'ya ödülü getiren çalışma, kurum içindeki özel günleri topluma dokunan kalıcı bir faydaya dönüştüren bir model üzerine kuruldu. Sosyal sorumluluğu dönemsel çalışmaların ötesine taşıyan model, çalışanları da sürecin bir parçası hâline getirerek kurum içinde başlayan bir uygulamanın daha geniş bir etkiye dönüşmesini sağlıyor.

Bu yaklaşımla Rubikpara, çalışan deneyimi ile toplumsal faydayı aynı zeminde buluşturuyor. Kurum içinde anlam taşıyan anları toplum için değer üreten bir yapıya dönüştüren çalışma, sosyal sorumluluğun şirket kültürü içerisinde süreklilik kazanmasını amaçlıyor.

Rubikpara'nın Çalışmasına Uluslararası Değerlendirme

Dünya genelinde insan kaynakları ve kurumsal

mükemmellik alanındaki başarılı uygulamaları ödüllendiren Brandon Hall Group Excellence Awards'ta projeler; tasarım, uygulama ve ölçülebilir etki üzerinden bağımsız jüri tarafından değerlendiriliyor.

Uluslararası ölçekte gerçekleştirilen değerlendirme sonucunda alınan ödül, Rubikpara'nın iş sonuçlarının ötesinde topluma değer üretme yaklaşımını da ortaya koyan önemli bir başarı oldu.

Finansal teknolojiler alanında geliştirdiği ürün ve hizmetlerle bireylerin ve işletmelerin finansal süreçlerini kolaylaştırmayı hedefleyen Rubikpara, kurumsal yaklaşımını yalnızca sunduğu çözümlerle sınırlı tutmuyor. Şirket, faaliyet gösterdiği alanın ötesinde topluma katkı sağlayabilecek çalışmalar geliştirmeyi ve bu yaklaşımı kurum kültürünün bir parçası olarak sürdürmeyi önemsiyor.

Rubikpara, önümüzdeki dönemde de kalıcı değer üretmeyi amaçlayan çalışmalarını sürdürerek finansal teknolojilerde oluşturduğu değeri toplumsal faydayla birlikte büyütmeyi hedefliyor.



ANAHTAR DERGİSİ'NE ÖZEL AVANTAJLI POS ORANLARI

Anahtar Dergisi'ne özel POS avantajlarından yararlanın,
Rubikpara'nın ödeme çözümleriyle tahsilatınızı kolaylaştırın.



Fiziki POS

Mağaza içi
ödemelerinizi
hızlı ve güvenli
şekilde alın.



Link ile Ödeme

Ödeme linkinizi
oluşturun, paylaşın
ve tahsilatınızı alın.



Sanal POS

Online satışlarınızın
ödemelerini kolayca
tahsil edin.



SoftPOS

Telefonunuzu
POS'a dönüştürün,
temassız ödeme
alın.



Bayi Tahsilatı

Bayi ödemelerinizi
tek noktadan yönetin,
kolayca tahsil edin.



Dijital Cüzdan

Bakiyenizi, ödemelerinizi ve
harcamalarınızı tek yerden
yönetin.



Güvenli Ödeme

PCI DSS uyumlu altyapıyla
güvenle ödeme alın.



Tek Entegrasyon

Farklı ödeme çözümlerine
tek entegrasyonla erişin.



Ertesi Gün Hesabınızda

Tahsilatlarınız ertesi gün
hesabınıza geçsin.



Tek Panelden Yönetim

Tüm ödeme süreçlerinizi
tek ekrandan yönetin.



Tek Sözleşme

Tek sözleşmeyle tüm
Rubikpara çözümlerine erişin.





TOPRAKTAN PROJE GAYRİMENKUL YATIRIM FONU İLE 985 MİLYON TL'LİK YENİ ADIM

Azimut Portföy ve Fuzul Topraktan iş birliğiyle hayata geçirilen Topraktan Proje Gayrimenkul Yatırım Fonu, 985 milyon TL büyüklükle yola çıkarken proje geliştirme deneyimini sermaye piyasalarının imkânlarıyla yatırımcılarla buluşturuyor

Gayrimenkul sektöründe finansman koşulları ve yatırım biçimleri dönüşürken, proje geliştirme ile sermaye piyasalarını aynı yapı içerisinde buluşturan modeller de önem kazanıyor. Azimut Portföy ve Fuzul Topraktan iş birliğiyle hayata geçirilen Topraktan Proje Gayrimenkul Yatırım Fonu, bu dönüşümün yeni adımlarından biri olarak yatırımcılarla buluşuyor. Düzenlenen basın toplantısında fonun yatırım yaklaşımı, ilk proje alanı ve önümüzdeki dönemde ilişkin planlar paylaşıldı.

Toplantıya Azimut Portföy Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Murat Salar, Fuzul Topraktan Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Akbal ve Fuzul Holding CEO'su Erdal Erdem katıldı. İlk aşamada 985 milyon TL büyüklükle yatırımcılara sunulan fon ile Fuzul Topraktan'ın proje geliştirme deneyimi, Azimut Portföy'ün fon yönetimi ve sermaye piyasaları alanındaki uzmanlığı aynı yapıda bir araya geliyor.

İlk Proje Alanı Başakşehir

Fonun ilk proje alanlarından biri, Fuzul'ün uzun yıllardır proje geliştirdiği Başakşehir'de konumlanıyor. 16.724,39 metrekare büyüklüğündeki konut imarlı arsa

fon portföyüne dahil edildi. Fon kapsamında burada geliştirilecek yeni proje, Fuzul'ün Başakşehir bölgesindeki 22'nci projesi olacak.

Gayrimenkul sektöründe 35 yıllık deneyime sahip Fuzul, bugüne kadar 5.500'ün üzerinde bağımsız bölümü kapsayan projeler geliştirdi. Tamamlanan, devam eden ve planlanan projelerle birlikte Fuzul'ün toplam geliştirme hacmi 1,5 milyon metrekarenin üzerine ulaşıyor.

Azimut Portföy Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Murat Salar, proje gayrimenkul yatırım fonlarının gayrimenkul sektörü ile sermaye piyasaları arasındaki bağı güçlendiren önemli araçlardan biri olduğunu belirtti. Salar, Topraktan Proje Gayrimenkul Yatırım Fonu ile Fuzul'ün proje geliştirme konusundaki saha deneyimini, Azimut Portföy'ün fon yönetimi ve sermaye piyasaları uzmanlığıyla bir araya getirdiklerini söyledi.

"Buradaki yaklaşımımız, gayrimenkul geliştirme sürecinde oluşan değeri profesyonel fon yönetimi ve sermaye piyasalarının düzenlenmiş yapısı içerisinde nitelikli yatırımcılarla buluşturmak" diyen Salar, Topraktan Fon'un gayrimenkul yatırımına ilgi duyan yatırımcılara

bir projeye en başından, topraktan ortak olma fırsatı sunduğunu ifade etti.

Salar ayrıca Topraktan Proje Gayrimenkul Yatırım Fonu'nun, gerekli başvuru ve onay süreçlerinin tamamlanmasının ardından Borsa İstanbul Girişim Sermayesi Pazarı'nda işlem göreceği kendi türündeki ilk fon olmasının hedeflendiğini açıkladı.

"985 Milyon TL Yalnızca Bir Başlangıç"

Fuzul Topraktan Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Akbal ise fonun gayrimenkul geliştirme kabiliyetlerini sermaye piyasalarıyla buluşturan yeni bir dönemin başlangıcı olduğunu vurguladı. Akbal, gayrimenkul talebin azalmadığını ancak finansman şartlarının ve erişim biçimlerinin dönüştüğünü belirterek, Fuzul Topraktan'ın daha önce Aşamalı Konut Sahibi Olma Sistemi ile konut ediniminde yenilikçi bir model ortaya koyduğunu hatırlattı.

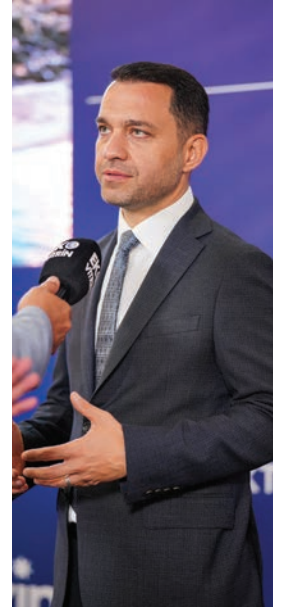
Şimdi aynı bakış açısını gayrimenkul yatırıma taşıdıklarını belirten Akbal, "Topraktan Proje Gayrimenkul Yatırım Fonu'nun ilk aşamada 985 milyon TL büyüklükle başlatıyoruz ancak bu rakamı yalnızca bir başlangıç olarak görüyoruz." dedi. Önümüzdeki dönemde fonun büyüklüğünü ve yatırım alanlarını artırmayı hedeflediklerini söyleyen Akbal, Başakşehir'deki arsanın bu büyümenin ilk adımı olduğunu ifade etti.

Katılım finans ilkelerine uygun olarak yapılandırılan fon sayesinde yatırımcıların bitmiş gayrimenkulün yalnızca alıcısı değil, topraktan başlayan tüm değer üretim sürecinin bir parçası hâline getirilmesi amaçlanıyor.

Gayrimenkul, Finans ve Sermaye Piyasaları Buluşuyor

Fuzul Holding CEO'su Erdal Erdem ise iş birliğini Holding'in 35 yıllık güçlü birikimi ve finansal yapısıyla reel sektörü sermaye piyasalarıyla buluşturan stratejik bir hamle olarak değerlendirdi. Fuzul Holding'in gayrimenkulden tasarruf finansmanına, sigortacılıktan teknolojiye kadar 11 farklı sektörde faaliyet gösterdiğini belirten Erdem, Topraktan Proje Gayrimenkul Yatırım Fonu'nun Holding'in geleceğe dönük büyüme stratejisinde önemli bir yere sahip olduğunu söyledi.

Erdem, "Topraktan Proje Gayrimenkul Yatırım Fonu'nu yalnızca bir anlaşma de-



ğil, gayrimenkul sektörünün geleceğine ve yatırımcılarımızın değişen beklentilerine verilmiş güçlü bir cevap olarak görüyoruz." dedi.

Erdem ayrıca kuruluş çalışmaları sürdürülen katılım bankasının da devreye girmesiyle gayrimenkul, finans ve sermaye piyasaları arasında kurulan sinerjinin daha ileri bir noktaya taşınacağını ifade etti.

Nitelikli yatırımcılara yönelik olarak yapılandırılan ve katılım finans ilkelerine uygun faaliyet gösteren fonun, gerekli başvuru ve onay süreçlerinin tamamlanmasının ardından Borsa İstanbul Girişim Sermayesi Pazarı'nda işlem görmesi hedefleniyor. Böylece Topraktan Fon ile gayrimenkul geliştirme sürecinde oluşan değerlerin profesyonel fon yönetimi ve sermaye piyasaları aracılığıyla yatırımcılara sunulması amaçlanıyor.

Başakşehir'deki 16.724,39 metrekarelik konut imarlı arsa fon portföyüne dahil edilirken, burada geliştirilecek proje Fuzul'ün bölgedeki 22. projesi olacak

FUZUL'DEN KONUT VE ARAÇ FİNANSMANINDA KİŞİYE ÖZEL TERZİ USULÜ PLANLAMA

Tüketicilerin finansman kararlarında aylık taksit kadar toplam maliyet, vade tercihi ve ödeme esnekliği de belirleyici hâle geliyor



Ev ve araç sahibi olmak, Türkiye’de bireylerin en önemli finansal hedefleri arasında yer almaya devam ediyor. Ancak artan maliyetler, krediye erişim koşulları ve hane bütçelerinde öngörülebilirlik ihtiyacı, bu hedeflere ulaşma biçimini değiştiriyor. Bugün tüketiciler finansman kararı verirken aylık taksit tutarının yanında toplam maliyeti, ödeme planının gelir yapısına uygunluğunu, peşinat ihtiyacını, teslimat zamanını ve ödeme sürecinde sunulan esnekliği birlikte değerlendiriyor.

Finansman Kararında Yeni Denge

Konut ve araç finansmanında tek tip ödeme planları, her tüketicinin hayat akışına aynı ölçüde uyum sağlayamayabiliyor. Gelir yapısı, ödeme kapasitesi, birikim alışkanlığı ve teslimat beklentisi kişiden kişiye değişirken, finansman planının da bu farklılıklara yanıt verebilmesi gerekiyor. Bu nedenle finansmanda kişilerin ödeme gücüne göre şekillenebilen “terzi usulü” planlama; ödeme tutarının yanında ödeme zamanını, peşinat imkânını,

vade tercihini ve teslimat beklentisini birlikte ele alan daha bütünlüklü bir yaklaşım olarak öne çıkıyor.

Ödeme Planı Bütçeye Göre Şekilleniyor

Tasarruf finansman sektörünün 34 yıllık köklü kuruluşu Fuzul, ev, araç ve çatılı iş yeri sahibi olmak isteyenlere sunduğu finansman modelinde ödeme planını kişinin bütçesine, peşinat imkânına ve teslimat zamanı beklentisine göre kurguluyor. Tasarruf sahipleri, ödeyecekleri taksit tutarını, vade sayısını ve varsa peşinatlarını kendi ödeme güçlerine uygun biçimde belirleyebiliyor.

Tasarruf finansman modelinde peşinat ödeme zorunluluğu bulunmazken, peşinat ya da ara ödeme imkânı olan katılımcılar bireysel kampanyalarda vade sayılarını azaltarak teslimat süreçlerini öne çekebiliyor. Ödeme güclüğü yaşanması durumunda 6 aya kadar taksit dondurma imkânı sunulması da finansman planının hayatın değişen koşullarına uyum sağlayabilmesini destekliyor.

Farklı Teslimat Beklentilerine Göre Seçenekler

Fuzul'un modelinde, tasarruf sahiplerine teslimat beklentilerine göre çekilişli ve bireysel plan seçenekleri sunuluyor. Çekilişli planda katılımcılar, her ay noter huzurunda gerçekleştirilen çekilişlerle sıra tespiti yapılmasının ardından teslimat hakkı kazanma imkânına sahip olurken; bireysel plan, teslimat tarihini baştan bilmek ve süreci daha öngörülebilir şekilde planlamak isteyenler için alternatif oluşturuyor.

Böylece katılımcılar ne kadar ödeme yapacaklarının yanı sıra hangi planın kendi hayat akışlarına daha uygun olduğunu da değerlendirebiliyor. Konut finansmanında 240 aya, araç finansmanında ise 120 aya varan vade seçenekleri, farklı gelir grupları ve farklı sahiplik hedefleri için geniş bir planlama alanı sunuyor.

Tasarruf finansmanında katılımcılar değişken maliyetlerle karşılaşmadan süreci planlayabiliyor. Bir kereye mahsus alınan organizasyon ücreti dışında herhangi bir ek maliyet bulunmaması, toplam maliyetin sözleşme başında görülebilmesini sağlıyor. Bu model, finansman kararında öngörülebilirliği ve bütçe yönetimini önceliklendiren tüketiciler için daha planlı bir karar zemini oluşturuyor.

"Müşterilerimizi Kalıplara Sıkıştırmayan Bir Finansman Deneyimi Sunuyoruz"

Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Yönetim Kurulu Başkan Vekili Furkan Akbal, finansman tercihlerinde kişiye uygun planlama ihtiyacının giderek daha fazla öne çıktığını belirterek şunları söyledi: "Bugün tüketiciler finansmana yalnızca 'kaç taksit ödeyeceğim?' sorusuyla bakmıyor. Ödeme planının gelir yapısına ne kadar uyduğunu, toplam maliyetin ne kadar öngörülebilir olduğunu, peşinat ya da ara ödeme imkânlarının sürece nasıl yansıdığını ve teslimat beklentisinin kendi hayat planlarıyla ne kadar örtüştüğünü birlikte değerlendiriyor. Fuzul olarak biz de müşterilerimizi hazır kalıplara sıkıştırmadan, bütçelerine ve hedeflerine uygun kişiselleştirilmiş bir finansman yolculuğu sunmaya odaklanıyoruz."



Tasarruf finansman modelinin farklı gelir gruplarına hitap ettiğini vurgulayan Akbal, sözlerini şöyle sürdürdü: "Her müşterimizin bütçesi, ödeme gücü ve öncelikleri farklı. Kimi aylık ödeme kapasitesini daha yüksek kullanarak kısa vadede ilerlemek, kimi taksitlerini düşük tutarak daha yüksek bir finansman tutarını uzun vadeye yaymak istiyor. Kimi peşinatla sürecini hızlandırmayı, kimi peşinatsız başlamayı; kimi artan taksitli, kimi sabit ödemeli bir planı tercih ediyor. Teslimat beklentileri de değişiyor; kimi teslimat tarihini baştan bilmek isterken kimi her ay noter huzurunda çekilişle sıra tespiti yapılan planla ilerlemeyi tercih ediyor. Biz de tüm bu seçenekleri müşterilerimizin ihtiyaçlarına göre bir araya getiriyor, herkesin kendi bütçesine ve hedefine en uygun kampanyayla ilerleyebilmesini sağlıyoruz."

Ev, otomobil, motosiklet, karavan ve çatılı iş yeri sahibi olmak isteyen katılımcılara sunduğu farklı plan seçenekleriyle tasarruf finansmanını geniş kitleler için erişilebilir hâle getiren Fuzul; her bütçeye göre özelleştirilebilen ödeme planları, peşinat ve ara ödeme esnekliği, çekilişli ve bireysel model alternatifleriyle sahiplik hedeflerine ulaşmak isteyenler için finansman sürecini tek tip bir ödeme kalıbından çıkararak, kişiye özel 'terzi usulü' bir finansman deneyimine dönüştürüyor.

>> Tasarruf finansman sektörünün köklü markası Fuzul, sunduğu çekilişli ve bireysel plan seçenekleriyle ev, araç ve çatılı iş yeri hedeflerine ulaşmak isteyenlerin bütçelerine göre özelleştirilen terzi usulü planlama imkânı sunuyor

FUZUL AKADEMİ'DEN GLOBAL ARENADA DÖRTLÜ BAŞARI

Fuzul Akademi'nin çalışan gelişimi, yetkinlik kazanımı ve liderlik dönüşümünü merkeze alan eğitim modeli, ilk kez katıldığı Brandon Hall Group Excellence Awards'tan Future of Work kategorisinde Altın, Learning & Development kategorisinde Gümüş ödül kazandı; 2026 Stevie Awards for Great Employers'ta ise iki Gümüş Stevie ile ödüllendirildi.

Fuzul Akademi'nin eğitim ve gelişim yaklaşımı, uluslararası iki önemli platformdan aldığı dört ödülle global ölçekte dikkat çekti. Akademi, ilk kez katıldığı Brandon Hall Group Excellence Awards'tan Future of Work kategorisinde Altın, Learning & Development kategorisinde ise Gümüş ödül aldı. Böylece Fuzul Akademi'nin geleceğin çalışma dünyasına hazırlık, değişime uyum ve çalışan gelişimini merkeze alan yaklaşımı uluslararası ölçekte görünürlük kazandı.

Fuzul Akademi, aynı dönemde ilk kez katıldığı Brandon Hall Group Excellence Awards'tan da iki global ödülle döndü. Akademi'nin çalışmaları, Future of Work kategorisinde Altın, Learning & Development

kategorisinde ise Gümüş ödülle layık görüldü. Böylece Fuzul Akademi'nin öğrenme ve gelişim vizyonu, farklı uluslararası platformlarda dört ödülle karşılık buldu.

İşe Uyumdan Liderliğe Uzanan Gelişim Yolculuğu

Tasarruf finansmanı sektörünün kendine özgü işleyişi, mevzuat yapısı ve müşteri deneyimi, sektörel uzmanlığın kurum içinde sistemli biçimde geliştirilmesini gerektiriyor. Fuzul Akademi de bu ihtiyaçtan hareketle çalışanların kurumdaki ilk günlerinden liderlik sorumluluğu üstlendikleri aşamaya kadar ilerleyebilecekleri planlı, ölçülebilir ve sürdürülebilir bir gelişim sistemi uyguluyor.

"Sıfırdan Uzmanlığa" modeli, çalışan gelişimini birbiriyle bağlantılı üç aşamada ele alıyor. Mesleki eğitim ve işe uyum programları, sektöre yeni katılan çalışanların görevlerine hazırlanmasını sağlıyor. Her pozisyon için tanımlanan yetkinliklere göre oluşturulan rol bazlı öğrenme katalogları, çalışanlara görevlerinin gerektirdiği bilgi ve becerileri geliştirebilecekleri yol

haritaları sunuyor. Liderlik programları ise yöneticilerin ekip geliştirme, performansı yönlendirme ve değişimi yönetme kapasitelerini güçlendiriyor.

Fuzul İnsan Kaynakları Direktörü Cemal Karayormuk, global başarıyı şöyle değerlendirdi: "Tasarruf finansmanı sektöründe yetişmiş profesyonel sayısının sınırlı olması, uzmanlığı kurum içinde geliştirmeyi stratejik bir öncelik hâline getiriyor. Fuzul Akademi çatısı altında çalışma arkadaşlarımızın sektöre attıkları ilk adımdan liderlik rollerine kadar uzanan gelişimlerini planlıyoruz. Stevie ve Brandon Hall Group Excellence Awards kapsamında elde ettiğimiz dört ödül, bu yaklaşımın uluslararası ölçekte de karşılık bulduğunu gösteriyor. Bu başarıyı, öğrenmeyi kurum kültürümüzün kalıcı bir parçası hâline getirme kararlılığımızın önemli bir sonucu olarak görüyoruz."

Öğrenme Günlük Çalışma

Deneyiminin Parçası Oluyor

ADDIE metodolojisi, True Blended Learning yaklaşımı ve 70-20-10 öğrenme modeli üzerine kurulan sistem;



Fuzul İnsan Kaynakları Direktörü
Cemal Karayormuk

yüz yüze eğitimleri, dijital içerikleri, saha uygulamalarını, mentorluk süreçlerini, vaka çalışmalarını, geri bildirim mekanizmalarını ve ölçme-değerlendirme çalışmalarını aynı gelişim ekosisteminde buluşturuyor. Böylece edinilen bilgi günlük çalışma pratiği içinde pekişirken, gelişim süreci düzenli olarak izlenabiliyor.

Modelin temel bileşenlerinden biri olan iç eğitim programı kapsamında, kurum içinde uzmanlaşmış çalışanlar eğitmen olarak yetiştiriliyor; sahip oldukları bilgi ve saha deneyimi standart eğitim içeriklerine dönüştürülerek organizasyon gene-

line aktarılıyor. Oryantasyon programları, saha gözlemleri ve Liderler Kulübü gibi uygulamalar da farklı görev ve deneyim seviyelerindeki çalışanların gelişimini destekliyor.

Ayrıca Flipped Learning (Ters Yüz Öğrenme) modeliyle desteklenen sistemde çalışanlar; teorik bilgileri, mevzuat detaylarını ve temel eğitim videolarını sınıfa gelmeden önce dijital platformlar üzerinden kendi hızlarında tamamlıyor. Sınıf içi oturumlarda ise zaman doğrudan vaka analizleri, rol canlandırmaları, saha uygulamaları ve tartışmalara ayrılıyor. Böylece öğrenme süreci pasif bir dinleme eyleminden aktif

bir pratik yapma deneyimine dönüşüyor.

Brandon Hall Group ödülleri, Fuzul Akademisi'nin geleceğin çalışma dünyasına hazırlık, değişime uyum ve çalışanların geleceğin yetkinlikleriyle buluşması konusundaki yaklaşımını da uluslararası ölçekte görünür kılıyor. Learning & Development ödülü ise çalışan gelişimini merkeze alan öğrenme kültürünün karşılığını ortaya koyuyor.

Fuzul'ün Türkiye geneline yayılan organizasyon yapısında uygulanan bu modeller, farklı şehirlerdeki ekipleri ortak yetkinlik standartları etrafında buluşturuyor.



İşe uyumdan uzmanlaşmaya ve liderlik gelişimine uzanan eğitim modeli, çalışan gelişimi ile iş stratejisi arasında kurduğu bağla uluslararası ölçekte karşılık buldu



KATILIM FİNANSININ DİJİTAL GELECEĞİNİ BİRLİKTE İNŞA EDİYORUZ

Katılım esasını dijital ödeme dünyasına taşıyan Rubikpara olarak hedefimiz, şeffaflık ve değerlerle uyumlu bir ödeme ekosisteminin standartlarını oluşturmak

2020’de “katılım odaklı dijital ödeme” dediğimizde, bugün olduğu kadar karşılık bulan bir kavramdan söz etmiyorduk. O dönemde küresel İslami fintek işlem hacmi yaklaşık 49 milyar dolar seviyesindeydi. Bugün bu hacim 198 milyar dolara ulaşmış durumda ve önümüzdeki yıllarda daha da büyümesi bekleniyor. Türkiye de bu dönüşümün önemli pazarlarından biri.

Ancak Rubikpara’yı kurarken motivasyonumuz bir trendi yakalamak değildi. Katılım esasını finansal hayatın merkezine

koyan Fuzul Holding’in 30 yılı aşan birikiminden aldığımız yaklaşımı dijital ödemelere taşımaktı. Bizim için katılım, sonradan belirlenmiş bir marka konumlandırması değil; iş yapış biçimimizin doğal bir parçası.

Farkı Arayüz Değil, Finansal Mimari Oluşturuyor

Bir katılım esaslı fintek ile geleneksel bir dijital ödeme çözümü arasındaki farkı yalnızca uygulama ekranında göremezsiniz. Asıl ayrışma, paranın nasıl yönetildiğinde, gelir modelinde, kullanılan sözleşmelerde ve fonların hangi alanlarda değerlendirildiğinde ortaya çıkar.

Ben bunu bir ürünün tedarik zincirine benzetiyorum. Bir ürünün niteliğini yalnızca üzerindeki etiket belirlemez; o ürünün ortaya çıkış sürecinin tamamı önemlidir. Katılım finansında da “faizsiz” demek tek başına yeterli değildir. Bu yaklaşımın sözleşmelerden fon yönetimine kadar bütün süreçlerde karşılığının olması gerekir. Güven de tam burada oluşur: Söylemle değil, şeffaf ve doğrulanabilir bir işleyişle.

Fintek, Kapsayıcılığın Yeni Kapısı

Türkiye’de dijital ödeme kullanımı hızla yaygınlaşıyor. Ancak erişim ile kapsayıcılığı birbirinden ayırmak gerekiyor. Bir kişinin banka hesabına veya birden fazla karta sahip olması, finansal sistemden gerçek anlamda yararlandığı anlamına gelmiyor.

Üstelik bazı insanlar finansal sistemin dışında kalmayı zorunluluktan ziyade, değerleriyle uyumlu olmayan ürünleri kullanmak istemedikleri için tercih ediyor. Katılım esaslı fin-



Fuzul Holding Yönetim Kurulu Üyesi
Yusuf Akbal



teklerin önemli fırsatı burada ortaya çıkıyor. İnsanları kendi değerlerinden taviz vermeye zorlamadan finansal sisteme dahil etmek, teknoloji sayesinde artık çok daha mümkün.

Bu nedenle önümüzdeki dönemde katılım esaslı finansın yalnızca belirli bir kullanıcı grubunun tercihi olmaktan çıkacağını düşünüyorum. Şeffaflık, etik yaklaşım, reel ekonomiyle bağ ve izlenebilirlik gibi ilkeler daha geniş bir kullanıcı kitlesinin beklentisine dönüşüyor.

Geleceğin Ödeme Sistemleri Daha Görünmez, Daha Güvenilir Olacak

Önümüzdeki beş yılda elektronik para kuruluşlarının daha fazla gömülü finansal hizmet sağlayıcısına dönüşeceğini öngörüyorum. Ödeme kullanıcı açısından görünmezleşirken, arka plandaki altyapı daha yerel, daha hızlı ve daha entegre hâle gelecek. Açık bankacılık ve hesaptan hesaba ödeme modellerinin ağırlığı artacak.

Bunun yanında dikey finteklerin

güçleneceğine inanıyorum. Lojistik, turizm, sağlık veya eğitim gibi alanların kendi ihtiyaçlarına göre şekillenen finansal çözümleri olacak. Rekabet de en fazla özelliği sunanlar arasında değil; belirli bir alanda uzmanlaşan, güvenilir ve uyumlu yapılar arasında yaşanacak.

Bu dönüşümün merkezinde güvenlik de bulunuyor. Yapay zekâ destekli dolandırıcılık yöntemleri geliştikçe güvenliği sonradan eklenen bir özellik olarak görmek mümkün değil. Bizim yaklaşımımızda güvenlik, ürün tasarımının başlangıç noktası.

Rubikpara için Hedef: Standardı Belirlemek

Beş yıl sonra Rubikpara'nın büyüklüğü yanında, sektöre kattığı standartlarla da anılmasını istiyorum. Fuzul'un tasarruf finansmanında yaptığı gibi, Rubikpara'nın da katılım esaslı ödeme ve elektronik para alanında referans gösterilen bir kurum olmasını hedefliyoruz.

Önce tasarruf finansmanı ile güveni öğrendik, ardından bu birikimi fintekle dijital dünyaya taşıdık. Şimdi Fuzul Katılım Bankası ile bu yolculuğun yeni bir aşamasına ilerliyoruz. Bizim açımızdan bu, birbirinden bağımsız adımlar değil; aynı inancın farklı finansal alanlardaki devamlılığı.

Beş yıl sonra "katılım odaklı fintek", "yüksek uyum hassasiyeti" ve "güvenilir ödeme altyapısı" denildiğinde Rubikpara'nın doğal olarak akla gelen kurumlardan biri olması, benim için en anlamlı başarı ölçütü olacak.

>> Finansal kapsayıcılıkta asıl mesele, finansal sistemin dışında kalmış kişiye değerleriyle uyumlu bir alternatif sunabilmek

HIZLI OLMAK YETMEZ, HIÇ DURMAMAK GEREK

Rubikpara, saniyeler içinde gerçekleşen ödeme deneyiminin arkasındaki kesintisiz teknoloji altyapısını güçlendirirken, yapay zekâ agent'larının şekillendireceği geleceğin ödeme dünyasına da bugünden hazırlanıyor

Bir ödeme işlemi ekranda birkaç saniyede tamamlanıyor. O birkaç saniyenin arkasında ise kesintisiz çalışan teknoloji altyapıları, güvenlik katmanları, entegrasyonlar ve sürekli gelişen bir mühendislik kültürü bulunuyor. Rubikpara CTO'su Barış Kırgıç Çakıroğlu, Yazılım Müdürü Gürkan Ofloğlu ve Software Architect Manager Gökay Yılmaz, görünmeyen bu dünyayı ve ödeme teknolojilerinin geleceğini anlattı.

Birkaç Saniyenin Arkasındaki Teknoloji

Kullanıcı için ödeme, çoğu zaman ekranda beliren "başarılı" mesajıyla tamamlanıyor. Oysa bu kısa anın arkasında bankalar, ödeme sistemleri, güvenlik kontrolleri, veri akışları, mutabakat süreçleri ve 7/24 çalışan teknolojik altyapılar bulunuyor. Rubikpara'nın teknoloji ekibi, bu karmaşık yapıyı kullanıcıya hissettirmeden yönetirken bugünün ödeme ihtiyaçları yanında, yapay zekâ agent'larının işlem yaptığı yeni finansal dünyaya da hazırlanıyor.



Gürkan Ofloğlu
Yazılım Müdürü @ Rubikpara

Gökay Yılmaz
Software Architect Manager @ Rubikpara

Barış Kırgıç Çakıroğlu
CTO @ Rubikpara

>> “Ödeme anının görünmeyen tarafında olsak da o deneyimin sorumluluğunu üstleniyoruz”

Barış Kırıcı Çakıroğlu – CTO

HIZ DEĞİL, SÜREKLİLİK FARK MEYDANA GETİRİR

Finansal teknolojilerde hız artık bir ayrıcalık olmaktan çıktı, kullanıcıların doğal beklentisi hâline geldi. Bizim için asıl fark ise bu hızın güvenilir ve istikrarlı biçimde sürdürülebilmesi. Çünkü ödeme deneyiminin parçası yalnızca üye iş yerimiz değil; o iş yerinden alışveriş yapan son kullanıcı da bu deneyimin içinde. Bugün kendi üye iş yerlerimizin yanı sıra ayda ortalama 1,5 milyon kişinin ödeme anına eşlik ediyoruz. Bu ölçek, teknolojinin hızlı olmasının yanında her koşulda çalışabilir olmasını da zorunlu kılıyor. Yeni ürünlerin devreye girdiği, trafiklerin değiştiği veya beklenmeyen durumların ortaya çıktığı anlarda da aynı deneyimi sürdürebilmeliyiz.

Bu nedenle teknoloji vizyonumuzu “hızlı olmak yetmez, hiç durmamak gerekir” yaklaşımıyla tanımlıyoruz. Güvenlik, regülasyon ve operasyonel gereklilikler bizim için ürünün sonradan eklenen parçaları değil, tasarımın başlangıç noktaları. Geleceğin teknolojisini bugünden tahmin etmek yerine değişime hazır bir altyapı kurmaya odaklanıyoruz.

Görünmeyen Karmaşıklık Yönetmek

İyi çalışan bir ödeme teknolojisinin en önemli özelliklerinden biri, kendi karmaşıklığını kullanıcıya hissettirmemesi. Rubikpara'da cüzdan, Fatura, Kurum Ödemesi, SoftPOS, Fiziksel POS ve Sanal POS gibi farklı kanalları aynı teknoloji yapısı içerisinde yönetiyoruz. Her kanalın kendi iş kuralları, güvenlik gereklilikleri ve düzenleyici koşulları bulunuyor. Dolayısıyla bizim için mühendislik yalnızca kod yazmak veya sistemleri birbirine bağlamak değil; iş modelini, regülasyonu ve kullanıcı deneyimini aynı yapı içerisinde doğru biçimde buluşturmak. Ödeme teknolojisinde sürdürülebilir başarı, tam olarak bu görünmeyen uyumdan doğuyor.

Gürkan Ofluoğlu – Yazılım Müdürü

İLK İŞLEMEN AKILLI ÖDEME TRAFİĞİNE

Rubikpara teknoloji ekibinin yolculuğunda ilk entegrasyon, ilk canlı işlem ve ilk büyük müşteri önemli kilometre taşlarıydı. Fiziksel POS ile başlayan süreç, SoftPOS ve ardından Smart Switch yapılarıyla yeni bir seviyeye taşındı. Her yeni ürün yalnızca yeni bir kanal değil, ekibin yeni problemler çözmesini ve yetkinliklerini geliştirmesini sağladı. Bugün geldiğimiz nokta, ürünlerle birlikte gelişen bir teknoloji ekibinin hikâyesini anlatıyor.

Gökay Yılmaz – Software Architect Manager

SORUNU KULLANICIDAN ÖNCE GÖRMEK

Ödeme sistemlerinde temel beklenti 7/24 çalışmak. Bu nedenle Rubikpara'da kritik metrikleri sürekli izliyor, belirlenen eşiklerin dışına çıkıldığında otomatik alert sistemleriyle ilgili ekipleri bilgilendiriyoruz. Bazı sorunlar ise otomatik yönlendirmelerle sistem tarafından yönetilebiliyor. Esnek mimarimiz sayesinde trafik arttığında altyapı ihtiyaç doğrultusunda ölçeklenebiliyor. Hedefimiz basit: Sorunu kullanıcıdan önce görmek, mümkünse sistemin kendisinin çözmesini sağlamak.

Bir Ödemenin Görünmeyen Yolculuğu

Bir Fuzul müşterisinin Fuzul Mobil üzerinden yaptığı taksit ödemesi, kullanıcının “Öde” butonuna basmasıyla Rubikpara altyapısına ulaşıyor. Üye iş yerine ait kurallar devreye giriyor; komisyon, kart, vade ve işlem parametrelerine göre ödeme uygun bankaya yönlendiriliyor. Aynı anda fraud kontrolleri çalışıyor ve işlem sonucu kullanıcıya iletiliyor.

Ödeme başarıyla tamamlandığında süreç bitmiyor. Mutabakat dosyaları otomatik oluşturuluyor, banka kayıtlarıyla eşleştiriliyor, hak edişler hesaplanıyor ve ilgili üye iş yerlerine aktarılıyor. Kullanıcının birkaç saniyede tamamladığı işlem, arka planda uçtan uca çalışan kapsamlı bir teknoloji zincirine dönüşüyor.

Sıradaki Oyuncu: Yapay Zekâ

Yapay zekâ agent'lerinin kullanıcı adına ürün araştırdığı, karar verdiği ve ödeme yaptığı agentic commerce dönemi, ödeme kuruluşları için yeni sorular getiriyor. Bir agent hangi işlemi yapabilir? Hangi tutara kadar yetkilidir? İşlemin gerçekten kullanıcı tarafından verilen izin kapsamında olduğu nasıl doğrulanacaktır?

Rubikpara'nın teknoloji yaklaşımı da bu dönüşümü bugünden dikkate alıyor. ChatGPT entegrasyonu ile ürün ve hizmetlerin doğal dil üzerinden erişilebilir hâle getirilmesi, yalnızca yeni bir iletişim kanalı oluşturmak anlamına gelmiyor. Aynı zamanda yapay zekâ asistanlarının finansal hizmetlere güvenli ve kontrollü biçimde erişeceği geleceğe hazırlık anlamı taşıyor.

Çünkü ödeme teknolojilerinde kalıcı olmak yalnızca bugünün hızına yetişmekle mümkün değil. Değişirken de çalışmaya devam edebilmek gerekiyor.

Agentic commerce yaygınlaştıkça ödeme kuruluşlarının görevlerinden biri, insan ile onun adına hareket eden teknoloji arasındaki yetki ve güven ilişkisini yönetmek olacak”



NEW INN SERVICED APARTMENTS

EVİNİZİN SICAKLIĞI, OTELİN KONFORU

İstanbul'un ve Türkiye'nin dört bir yanında, kısa, orta ve uzun süreli konaklamayı yeni baştan tanımlayan bir yaşam ve yatırım modeli: NEW INN

Seyahat artık yalnızca bir yerden bir yere gitmek değil; her koşulda “kendini evinde hissetmek” anlamına geliyor. NEW INN, tam da bu ihtiyaçtan yola çıkarak, otelin profesyonel hizmet anlayışını bir evin sıcaklığıyla buluşturuyor. Açık plan yaşam alanları, yerden tavana pencereler, ayrı yatak odaları ve tam donanımlı mutfaklarıyla tasarlanan daireler, ister birkaç günlük bir iş seyahati ister aylar süren bir şehir değişikliği olsun, her senaryoya uyum sağlıyor.

Konforun Her Detayı Düşünüldü

Dairede kalan her misafir; hızlı WiFi bağlantısı, dairede çamaşır makinesi, akıllı teknoloji sistemleri ve 7/24 hazır bulunan profesyonel ekip desteğinden yararlanıyor. Birçok NEW INN lokasyonunda fitness alanı, spa ve iş merkezi gibi ortak kullanım hizmetleri de misafirlerin hizmetinde. Türkiye genelinde toplu taşımaya yakın, merkezi konumlarda seçilen lokasyonlar sayesinde şehir içi kısa geziler kadar uzun süreli iş seyahatleri için de ideal bir adres sunuluyor.

Mülk Sahipleri İçin Yeni Nesil Kira Geliri

NEW INN'in vizyonu yalnızca misafirle sınırlı değil. Ev sahipleri için de klasik kiralama modellerinin ötesine geçen, profesyonelce yönetilen bir gelir modeli sunuyor. Mülkler; şeffaflık, hesap verebilirlik ve kalite standartlarıyla yönetilerek yerli ve yabancı misafirlerle buluşturuluyor, bu sayede ev sahipleri klasik kiralamaya kıyasla daha yüksek ve istikrarlı bir getiri elde ediyor. Doğru fiyatlandırma, profesyonel işletmecilik ve titiz bakım anlayışı, her mülkün potansiyelini en üst seviyeye taşıyor.

Kısacası NEW INN, “Feelinn Good” felsefesiyle sadece bir konaklama markası değil; hem misafirine hem de yatırımcısına değer katan, büyümeye devam eden bir yaşam alanı ekosistemi.



NEW INN HOTEL OLD TOWN

TARİHİN KALBİNDE, KONFORUN MERKEZİNDE

Ayasofya, Sultanahmet Camii, Topkapı Sarayı ve Kapalıçarşı'nın adım mesafesinde: İstanbul'un tarihî yarımadasında otantik ve konforlu bir konaklama deneyimi



Fatih'in tarihi dokusunun tam kalbinde yer alan NEW INN HOTEL Old Town, şehrin en ikonik duraklarını keşfetmek isteyen kültür meraklılarından, toplantı ve iş seyahati için İstanbul'a gelen profesyonellere kadar geniş bir misafir kitlesine hitap ediyor. Otel, İstanbul'un binlerce yıllık mirasını ziyaret etmenin verdiği heyecanı, modern bir konaklama deneyiminin huzuruyla birleştiriyor.

Şıklık ve Fonksiyonelliğin Buluştuğu Odalar

Deluxe Twin odalardan geniş Aile Suitlerine, şehir manzaralı stüdyo dairelerden özel teraslı seçeneklere kadar farklı ihtiyaçlara uygun oda tipleri sunan otel, her birinde modern dekorasyon ve akıllı teknolojiyi bir araya getiriyor. Konforlu yataklar ve akıllı televizyonlarla donatılan odalar, uzun bir gezi gününün ya da yoğun bir toplantı temposunun ardından tam bir dinlenme alanı sağlıyor.

İş ve Keyfi Bir Arada Yaşatan Hizmetler

Uluslararası mutfaktan seçkilerin sunulduğu oda servisi menüsü, tam donanımlı toplantı salonları ve profesyonel iş desteğiyle otel, iş seyahatindeki misafirlere üretkenlik için ihtiyaç duydukları her şeyi sunuyor. Sıcak ve samimi personel yaklaşımı, NEW INN HOTEL Old Town'ı yıllar içinde tekrar tekrar tercih edilen bir adres hâline getiriyor.

NEW INN HOTEL Old Town, İstanbul'u ilk kez keşfedecekler için de şehri yıllardır ziyaret edenler için de aynı sözü veriyor: tarihin tam ortasında, evinizdeymiş gibi hissedeceğiniz bir konaklama.



FUZUL AKVA SİGORTA'DA DİJİTAL KANALLARA GÜÇLÜ DESTEK

Fuzul Akva Sigorta, dijital satış kanalının kullanımını artırmak ve müşteri deneyimini geliştirmek amacıyla yürüttüğü iş birliği çalışmasıyla dijitalleşme hedeflerine ivme kazandırdı



Fuzul Akva Sigorta, 1 Nisan-30 Haziran tarihleri arasında dijital satış kanalı fuzulakvasigorta.com'un kullanımını yaygınlaştırmaya yönelik kurum içi bir motivasyon çalışması gerçekleştirdi. Çalışma kapsamında müşteriler, web sitesi üzerinden tekliflerini kendi tercihleriyle alarak poliçe satın alma işlemlerini dijital kanaldan tamamladı.

Dijital kanalın tanıtımına ve kullanımının artırılmasına katkı sunan Fuzul şubeleri, belirlenen performans kriterleri

doğrultusunda ödüllendirildi. Kampanya döneminde dijital poliçe işlemlerine en yüksek katkısı sağlayan Esenyurt Şube iPhone 17 Pro Max, Çerkezköy Şube iPhone 17 Pro, Kırkkale Şube ise iPhone 17 ile ödüllendirildi. Dijital kanala gösterilen ilginin devam etmesi üzerine motivasyon uygulaması, temmuz ayında gerçekleştirilen dijital poliçe işlemlerinde de sürdürüldü. Fuzul Akva Sigorta, yılın kalan döneminde de dijitalleşmeyi destekleyen çalışmalarını sürdürecektir.

AVSAD'DA YENİ DÖNEM: EDA ALPTEKİN BAŞKANLIK GÖREVİNİ ÜSTLENDİ

Avrasya Sigorta Acenteleri Derneği'nde yönetim yeniden şekillenirken, başkanlık görevine derneğin eski Genel Sekreteri Eda Alptekin getirildi

Avrasya Sigorta Acenteleri Derneği (AVSAD), yönetim kadrosunda yeni bir döneme adım attı. Dernek merkezinde 16 Temmuz 2026 tarihinde gerçekleştirilen yönetim kurulu toplantısında, eski başkanın görevinden ayrılmasının ardından yeni görev dağılımı değerlendirildi. Toplantı sonucunda yönetim kurulu üyelerinin oy birliğiyle Eda Alptekin, AVSAD Yönetim Kurulu Başkanı olarak seçildi.

Daha önce derneğin Genel Sekreterliği görevini yürüten Alptekin, yeni dönemde tüm üyeleri kapsayan, şef-

faf ve katılımcı bir yönetim anlayışını benimseyeceklerini ifade etti. Sigorta acentelerinin ortak ihtiyaçlarına yönelik çözüm odaklı çalışmalar yürütmeyi hedeflediklerini belirten Alptekin, AVSAD'ın köklü geçmişinden aldığı güçle sektörün geleceğine katkı sunan, güçlü ve saygın bir dernek yapısını daha ileri taşımayı amaçladıklarını söyledi. Yeni yönetim döneminin, acentelerin beklentilerine yönelik ortak çalışmalar ve sektörel dayanışmanın geliştirilmesine odaklanması bekleniyor.



Fuzul'le her 2 dakikada 1 kişi ev ve oto sahibi oluyor!

KEFİLSİZ!

FAİZSİZ!



Herkese Fuzul lazım.
444 63 13 | fuzulev.com

MÜŞTERİLER ARTIK HIZLI YANIT KADAR HAFIZA DA BEKLİYOR

Veri ve kanal kopuklukları nedeniyle her temasın sıfırdan başladığı müşteri deneyiminde, fzIPLUS Omnichannel altyapısıyla tüm temas noktalarını tek bir operasyonel hafızada birleştirerek güven, sadakat ve ilk temasta çözüm performansını güçlendiriyor

Müşterilerin markalardan uzaklaşma nedeni çoğu zaman yaşadığı sorunun büyüklüğü kadar markanın o sorunu bir sonraki temasta hatırlamaması oluyor. Dijital kanalda başlatılan bir sürecin çağrı merkezinde yeniden anlatılması, farklı departmanlardan farklı yanıtlar alınması veya her kanalda markayla ilk kez konuşuyormuş gibi karşılanmak, müşteri tarafında güveni ve sabrı hızla tüketiyor.

Hızlı Yanıtın Ötesinde Tutarlı Deneyim

ContactBabel'in 2026 araştırmasına göre tüketicilerin ortalama yüzde 51'i, bir müşteri hizmetleri sorununu çözebilmek için markayı birden fazla kez aramak ve konuyu baştan anlatmak zorunda kaldığını belirtiyor. Müşterilerin yüzde 55'i ise tek bir marka yerine birbirinden kopuk ve habersiz departmanlarla iletişim kuruyormuş gibi hissediyor. Müşterilerin yüzde 68'i ise markalardan daha hızlı yanıt süreleri bekliyor. Müşterilerin yüzde 79'u departmanlar arasında tutarlı etkileşimler beklerken, yüzde 70'i bir şirkette temas ettiği herkesin durumuna tam bağlamla hâkim olmasını istiyor.

Omnichannel ile Müşteri Yolculuğunda Bağlam Korunuyor

fzIPLUS, bu kırılmayı geliştirdiği Omnichannel deneyim orkestrasyonu altyapısıyla önlüyor. OmniFlow, müşteri temaslarını tek bir operasyonel



hafızada birleştiriyor ve kanal bazında parçalanmanın önüne geçiyor. Böylece müşterinin WhatsApp, çağrı merkezi, web formu, e-posta ya da farklı bir kanalda başlattığı temas, sonraki adım ve kanallarda bağlamını kaybetmeden devam edebiliyor.

Bir müşteri WhatsApp üzerinden talep oluşturup ardından çağrı merkezine bağlandığında, fzIPLUS temsilcileri müşterinin geçmiş temaslarını, açık kalan adımlarını ve çözüm sürecindeki mevcut durumu görebiliyor. Görüşme, müşterinin yolculuğunda kalınan noktadan devam ediyor. Kanallar arası bağlamı koruyan bu yaklaşım, müşteri açısından tanınma ve anlaşılma hissini güçlendirirken, temsilci açısından da karar kalitesini artırıyor.

Bağlamı Korumak Sadakati Güçlendiriyor

Kanallar arasında bağlamı koruyan müşteri deneyimi modeli; ilk temasta çözüm performansını güçlendiriyor, tekrar temas maliyetini azaltıyor, müşteri eforunu düşürüyor ve müşteri elde tutma kapasitesine katkı sağlıyor. fzIPLUS'ın yüzde 80 seviyesindeki İlk Temasta Çözüm (FCR) başarısı da bu yaklaşımın sahadaki karşılıklarından biri olarak öne çıkıyor.

fzIPLUS
Genel Müdürü
Hüseyin Yerçok

MARKALAR YOĞUN KAMPANYALARDA EN ÇOK HANGİ SÜREÇTE ZORLANIYOR?

Yoğun kampanya dönemlerinde satış hacmi kadar ödeme, teslimat, iade ve müşteri destek süreçlerinin yönetimi de müşteri memnuniyetini belirliyor

Kampanya dönemlerinde artan satış hacmi, müşteri hizmetleri operasyonlarında da önemli bir yoğunluk oluşturuyor. Ticaret Bakanlığı'nın Türkiye'de E-Ticaretin Görünümü Raporu 2025'e göre yılın işlem açısından en yoğun 10 gününün sekizi kasım kampanyaları ve Siber Pazartesi döneminde gerçekleşti. Salesforce araştırmasına göre müşterilerin yüzde 43'ü ise kötü müşteri hizmetleri deneyimini son bir yılda bir markadan alışverişi bırakma nedenleri arasında gösteriyor.

Yoğun Dönem Hazırlığı

Kampanya Takvimiyle Başlamalı

Yılda 6,1 milyonun üzerinde müşteri etkileşimi yöneten fzİPLUS, yoğun dönemlerde geçmiş verilerden beslenen kapasite planlamasının önemi ne dikkat çekiyor. fzİPLUS Büyümeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Levent Burçin Sözütok, "Müşteri deneyimi hazırlığının da aynı takvim içinde başlaması gerekiyor. Biz fzİPLUS'ta iş ortaklarımızın kampanya takvimi ve koşulları netleştiği andan itibaren geçmiş verilerle talebin hangi gün ve saatlerde, hangi kanallarda ve hangi başlıklarda oluşacağını öngörüyoruz." dedi.

Her Temas Aynı Ağırlığı Taşımıyor

Yoğun dönemlerde taleplerin ihtiyaca göre sınıflandırılması, kapasitenin doğru kullanılmasında belirleyici rol oynuyor. Şifre sıfırlama, sipariş ve kargo takibi, bakiye sorgulama gibi standart işlemler yapay zekâ destekli kanallara yönlendirilirken karar, empati ve güven gerektiren temaslara uzman ekipler tarafından ele alınıyor. Sözütok, "Teknoloji tekrarlayan işlemlerin hızla sonuçlanmasını sağlarken insan kaynağının daha karmaşık ve hassas temaslara ayrılmasına imkân tanıyor." ifadelerini kullandı.



Müşteri Deneyimindeki Dönüşüm Ticari Sonuçlara Yansıyor

fzİPLUS'ın Akva Sigorta için yürüttüğü deneyim dönüşümünde ortalama ilk yanıt süresi 6 saatten 1,5 saate, tam çözüm süresi ise 42 saatten 11 saate indirildi. Poliçe yenileme oranı yüzde 56'dan yüzde 71'e yükseldi. Sonuçlar, kanal bütünlüğü ve doğru kapasite planlamasının müşteri deneyimiyle birlikte ticari performansı da destekleyebildiğini gösterdi.

Kampanya sonrasında müşteri temalarının odağı teslimat, iade, geri ödeme ve şikâyet başlıklarına kayabiliyor. Sözütok, "Kampanyanın gerçek başarısı, artan işlem hacminin müşteri memnuniyeti ve sadakatle birlikte yönetilebildiği ölçüde ortaya çıkıyor." dedi.



fzİPLUS Büyümeden Sorumlu
Genel Müdür Yardımcısı
Levent Burçin Sözütok



OPERASYONUN KALBİNDE: fzİPLUS'TA BİR GÜN

fzİPLUS, farklı markaların ihtiyaçlarını ortak bir operasyon kültürüyle buluştururken teknoloji, ölçümleme ve insan odağını aynı ritimde ilerletiyor



Diyarbakır ve İstanbul'daki operasyonların sabah saatlerinde faaliyete geçmesiyle birlikte, fzİPLUS bünyesinde senkronize çalışan geniş bir orkestra misali süreçler de işlemeye başlar. LC Waikiki'den gelen bir müşteri talebi, Engince Mobilya'ya ait bir sipariş süreci, Navlungo ve Ideasoft entegrasyonu üzerinden yürütülen iş akışları ya da Kopilot projesindeki görevler; her biri farklı birer melodi gibi görünse de arka planda tek bir ortak ritmi paylaşıyor. Doğru zamanda, doğru kişiye, doğru çözümü ulaştırmak.

Bu dinamik yapı içerisinde büyüme ivmesi de kesintisiz bir şekilde sürdürülmektedir. Hepsiburada ve TurkNet projeleri hâlihazırda eğitim aşamasında olup henüz canlı operasyona geçmemiştir ancak ekipler bu yeni projelere büyük bir titizlikle hazırlanmakta

fzİPLUS Operasyon ve
Müşteri İlişkileri Direktörü
Deniz Çoban

ve bu hazırlık evresi, tıpkı aktif yürüyen operasyonlar kadar stratejik bir değer taşımaktadır.

Görünmeyen Emeğin Gücü

fzIPLUS ölçeğinde operasyon kavramı, ekseriyetle arka planda kalan görünmeyen bir emeğin ürünüdür. Bir müşteri çağrı merkezini aradığında karşısına çıkan sesin gerisinde; vardiya planlamasını yapan bir operasyon uzmanı, kalite standartlarını muhafaza eden bir denetçi ve anlık verilere odaklanarak "Bugün MMA oranımız nasıl gidiyor?" sorusunu yönelten bir yönetici yer alır. Hiçbiri tek başına ön planda görünmese de bu unsurların bütünü müşterinin hattın diğer ucunda hissettiği güven duygusunu tesis eder.

Çok projeli ve çok katmanlı bir yapıda faaliyet göstermenin doğasında kendine has zorluklar barındırır. Her müşterinin beklentisi ve her sürecin terminolojisi farklıdır. Buna rağmen yapıyı bir arada tutan temel dinamikler sabittir: Doğru iletişim, doğru ölçüm ve doğru geri bildirim. Ortalama karşılama ve işlem süresi olarak ifade edilen ACHT'yi düşürme hedefi güdülürken kaliteden ödün vermemek, hatalı işlem (case) sayısını minimize ederken ekibin motivasyonunu zirvede tutmak bu dengenin temelini oluşturur. Bu hassas dengeyi her gün yeniden inşa etmek, operasyon yönetiminin ta kendisidir.

Rakamların Ötesinde İnsan

Nitelikli bir operasyon süreci yalnızca rakamlarla ifade edilemez. Hedef kartları, temel performans göstergeleri (KPI) ve performans raporları rehberlik etse de asıl farkı ortaya koyan faktör sayıların gerisindeki insani unsurdur. Bir temsilcinin kriz anında sükûnetini koruyabilmesi, bir süpervizörün ekibine "Bugün nasılsın?" diyerek yaklaşabilmesi ve teorik süreçlerin sahada birebir karşılık bulması, raporlara yansımayan ancak her sonucu belirleyen kritik detaylardır.

Sahadan Gelen Geri Bildirimle Gelişen Yapı

Son dönemdeki süreç iyileştirme çalışmaları, en nitelikli dönüşümlerin masa başında değil, doğrudan sahadan gelen geri bildirimlerle şekillendiğini açıkça ortaya koymuştur. Bir eskalasyon akışı yeniden tasarlanırken bir temsilcinin "Burada tıkanıyoruz" yönündeki tespiti veya bir performans kartı güncellenirken bir süpervizörün "Bu ölçüt bize pratik olarak yardımcı olmuyor" eleştirisi, ger-



çek gelişimin temel kaynağıdır. Sistemler, çalışanlar için değil, çalışanlarla birlikte evrilmektedir.

fzIPLUS'ı benzersiz kılan da farklı marka ve ihtiyaçlara hizmet ederken tek bir aile gibi hareket edebilme yeteneğidir. Bir projede elde edilen öğrenme çıktıları hızla bir diğerine aktarılabilmekte, bir ekipte başarılı olan pratikler tüm operasyona ölçeklenebilmektedir. Bu yaklaşım, salt bir süreç yönetiminin ötesine geçerek güçlü bir öğrenme kültürü oluşturur.

Şüphesiz ki geliştirilecek ve optimize edilecek daha pek çok alan mevcuttur. Her geçen gün daha hızlı, daha nitelikli ve daha insan odaklı bir yapı inşa etme gayreti sürerken, yeni başlayan projelerin de en kısa sürede aynı özenle sahaya entegre edilmesi en büyük hedefler arasındadır. Bu ekosistemi ileriye taşıyan gücün yalnızca kursesiz kurgulanmış süreçler olmadığı; her gün telefonu açan, müşterisini gülümsemeyle karşılayan ve raporları titizlikle kontrol eden emekçilerin özverisi olduğu bilinciyle hareket edilmektedir. fzIPLUS, yalnızca bir operasyon merkezi olmanın ötesinde, işini en iyi şekilde yapma gayesindeki profesyonellerin buluşma noktasıdır; en nitelikli kurumsal hikâyeler de tam olarak bu sessiz ama kararlı emekten doğmaktadır.

>> İyi bir operasyonun başarısı, rakamların arkasındaki insan emeğinde ve sahadan gelen geri bildirimlerde saklı



Enerji Yatırımları ve Operasyon Müdürü
Muhammet Ali Yazıcı



GÜNEŞTEN ŞARJA UZANAN ROTA

Fuzul Yenilenebilir Enerji, güneşten şarja uzanan yatırımlarıyla temiz enerji üretimini artırırken Türkiye'nin sürdürülebilir enerji dönüşümüne güçlü bir katkı sunuyor

Fuzul Yenilenebilir Enerji, holdingimizin sürdürülebilirlik vizyonunun enerji alanındaki karşılığı olarak kuruldu. Amacımız net: temiz enerji üretimini artırmak, karbon ayak izini azaltmak ve kaynak verimliliğini destekleyerek sürdürülebilir yarımlar inşa etmek. Bunu da tam zamanında yapıyoruz; çünkü Türkiye, tarihinin en büyük enerji dönüşümünü yaşıyor. Güneş enerjisi kurulu gücü 26,8 gigavata ulaşarak doğal gazı geride bıraktı ve ülkenin en büyük ikinci elektrik kaynağı hâline geldi.

Fuzul Yenilenebilir Enerji olarak biz de bu dönüşümde kendimize iddialı bir rol biçiyoruz: Zincirin iki ucunda birden, üretimde ve tüketimde konumlanarak, güneşten ürettiği temiz enerjiyi yollardaki elektrikli araçlara kadar taşıyan bütünsel bir yapı kurmak. Enerjide yalnızca tüketen değil; üreten, dönüştüren ve geleceği şekillendiren bir oyuncu olmak.

Üretimin Kalbinde: 4 Güneş Enerji Santrali

Bugün 4 güneş enerji santralimiz, Türkiye'nin güneş açısından verimli coğrafyalarında elektrik üretiyor. Santrallerimiz her yıl yaklaşık 15 milyon kilovatsaat temiz elektrik üretiyor, kabaca 6 bin hanenin, yani orta ölçekli bir ilçenin konut tüketimine karşılık gelen bir üretim. Sürdürülebilirlik ve yeşil enerji odaklı profesyonel mühendislik anlayışımızla santrallerimizden en yüksek verimi almayı, aynı özenle de her projemizi çevresine saygılı biçimde hayata geçirmeyi ilke ediniyoruz.

Türkiye'nin Dört Bir Yanında: 200'ü Aşkın Şarj İstasyonu

Ürettiğimiz temiz enerjinin en heyecan verici adresi ise yollar. Türkiye'deki elektrikli araç sayısı Temmuz 2026 itibarıyla 465 bine ulaştı; sayı son bir buçuk yılda iki buçuk

kata yakın arttı ve artış her ay hızlanarak sürüyor. Ülke genelindeki şarj soketi sayısı 46 bini aşarken, yalnızca temmuz ayında 3,3 milyondan fazla şarj işlemi gerçekleşti; araçları dakikalar mertebesinde şarj edebilen DC hızlı şarj noktalarının sayısı ise 20 bini geçti.

Bu dönüşümün omurgası olan şarj altyapısında Fuzul Yenilenebilir Enerji, en güçlü oyuncuların yanında yer alıyor: Togg'un şarj ağı Trugo ile yaptığımız iş birliği kapsamında, 200'ü aşkın şarj istasyonu yatırımıyla Türkiye'nin dört bir yanındaki sürücülere hızlı ve güvenilir şarj imkânı sunulmasına katkı sağlıyoruz. Trugo bugün, EPDK verilerine göre Türkiye'nin en büyük ikinci şarj ağı konumunda ve biz bu ağın büyümesinde pay sahibi olmanın gururunu taşıyoruz.

Sürdürülebilirlik: Her Yıl Görünmez Bir Orman

Bizim için sürdürülebilirlik bir kurumsal başlık değil, iş yapış biçimimizin kendisi. Santrallerimizin ürettiği temiz elektrik, her yıl yaklaşık 6 bin 750 ton karbondioksit salımının önüne geçiyor; bu, 300 bin ağacın bir yılda emdiği karbona eş değer. Başka bir deyişle her yıl, şehrin ortasına görünmez bir orman dikeyoruz.

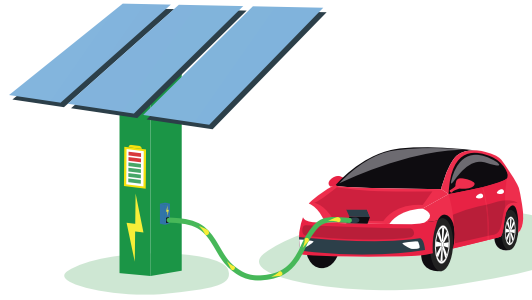
Desteklediğimiz her şarj istasyonu ve egzoz yerine temiz enerjiyle çalışan her araç, bu ormanı biraz daha büyütüyor. Karbonu azaltmak aynı zamanda geleceğin ekonomisine hazırlanmak demek: Dünya ticareti düşük karbonlu üretime yönelirken, temiz enerjiye bugün yatırım yapanlar yarın öne geçecek. Fuzul Yenilenebilir Enerji olarak, gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakma sözünü işte bu anlayışla veriyoruz.



Gücümüzü Köklerimizden Alıyoruz

Fuzul Yenilenebilir Enerji'nin iddiasının arkasında güçlü bir yapı var: 1992'den bu yana 10'u aşkın sektörde faaliyet gösteren, 4 bin 500'den fazla çalışanıyla üreten Fuzul Holding. Otomotivden gayrimenkule, finanstan gıdaya uzanan bu birikim; disiplinli yönetim anlayışı, finansal güç ve en önemlisi on yıllara yayılan bir güven ilişkisi demek. Enerji gibi uzun soluklu ve yüksek yatırım gerektiren bir alanda bu köklü yapı, projelerimizin en sağlam teminatını oluşturuyor. Holdingimizin girişimci geleneğini bugün temiz enerjiye taşıyor; her yatırımımızı aynı titizlik ve aynı uzun vadeli bakışla hayata geçiriyoruz.

Rotamız belli: Güneşten şarja, yurttan dünyaya, bugünden yarına



ROTAMIZ: YURT İÇİNDE VE YURT DIŞINDA BÜYÜME

Türkiye'nin 2035 hedefi, rüzgâr ve güneşte bugünkü kapasitenin yaklaşık üç katına, 120 gigawatt'a ulaşmak. Bu büyük yolculuk, doğru konumlanan yatırımcılar için eşine az rastlanır bir büyüme alanı tanımlıyor ve Fuzul Yenilenebilir Enerji rotasını bu vizyonla çiziyor: Yurt içinde yeni güneş enerjisi santralleri ve genişleyen şarj ağı yatırımlarıyla portföyümüzü

büyütmeyi; yurt dışında da farklı coğrafyalardaki yenilenebilir enerji fırsatlarını yakından takip ederek yatırımlarımızı sınırlarımızın ötesine taşımayı hedefliyoruz. Güneş enerjisinden şarj altyapısına, üretimden depolamaya uzanan geniş bir alanda büyüme fırsatlarını değerlendiriyor; her adımı, grubumuzun sürdürülebilirlik vizyonu ile uyumlu şekilde planlıyoruz.

Fuzul, kurulduğu günden bu yana binlerce aileyi yuva sahibi yaptı; Fuzul Yenilenebilir Enerji ise o yuvaların daha temiz bir çevrede, daha aydınlık bir gelecekte var olması için çalışıyor. Güneşin en cömert olduğu topraklarda üretiyor, ürettiğimizi Türkiye'nin her yerine taşıyoruz. Rotamız belli: Güneşten şarja, yurttan dünyaya, bugünden yarına.

AUTOCITY: OTOMOBİLDE GÜVENİN VE REFERANSIN ADRESİ

Autocity olarak değişen otomotiv dünyasına uyum sağlayarak daha seçkin bir müşteri profiline, güçlü bir marka güvencesine ve uzun soluklu müşteri ilişkilerine odaklanan bir yapı oluşturduk

Autocity'nin hikâyesi 1993'e, şirketleşme süreci ise 2000 yılına uzanıyor. O günden bugüne otomotiv sektöründe çok büyük bir dönüşüm yaşandı. Özellikle internetin hayatımıza girmesiyle otomobil satın alma alışkanlıkları tamamen değişti. 2000'li yıllarda insanlar araç almak için oto pazarlarını ziyaret ederken bugün telefonlarından birkaç dakika içinde yüzlerce araca ulaşabiliyor.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte güven anlayışı, ekspertiz süreçleri ve satış yöntemleri de değişti. Biz de Autocity olarak bu dönüşüme ayak uydurduk. Zaman içerisinde daha az sayıda ancak daha nitelikli ve prestijli araçlara yöneldik. Bugün sıfır araç satmıyoruz; orta ve üst segmentte, özellikle seçkin otomobillerde uzmanlaşmış bir yapı olarak ilerliyoruz.

Müşterimizle Bir Aile Oluyoruz

2022 yılında Başakşehir'deki showroomumuza taşınmamız da bu dönüşümün önemli adımlarından biriydi. Bu değişim eski müşterilerimizle bağımızı koparmadı. Aksine, müşteri profilimiz zaman içerisinde daha üst gelir grubuna doğru genişledi. Bizim için burada önemli olan yalnızca araç satmak değil, müşterimizle uzun soluklu bir ilişki kurmak.

"Araba satmak değil, insan kazanmak" bizim temel mottomuz. Müşterimizle satış sırasında kurduğumuz iletişimi teslimat sonrasında da sürdürüyoruz. Onları çay içmeye davet ediyor, ihtiyaçları olduğunda yanlarında oluyoruz. Çünkü müşterimizin kendisini bizim ailemizin bir parçası gibi hissetmesini önemsiyoruz.

Güven, Satışın En Büyük Değeri

İkinci el otomobil sektöründe güvenin ne kadar önemli olduğunu biliyoruz. Bu nedenle sattığımız her aracın kontrolünü titizlikle gerçekleştiriyoruz ve satış sonrasında da aracın arkasında duruyoruz. Ekspertiz sürecinin tamamlanmasıyla bizim sorumluluğumuz sona ermiyor.

Bizim için satış, aracın teslim edilmesiyle bitmiyor; asıl mesele müşterinin kendisini güvende ve rahat hissetmesini sağlamak



Müşterimiz şehir dışında olsa bile ihtiyaç hâlinde çekici ve servis süreçlerinde destek oluyoruz. İstanbul içerisindeki işlemleri ise mümkün olduğunca hızlı şekilde çözüyoruz. Hatta kullanıcı hatasından kaynaklanan durumlarda bile müşterimizi yalnız bırakmamaya çalışıyoruz. Bugün birçok müşterimizin bakım ve servis ihtiyaçlarında ilk olarak bizi araması, kurduğumuz ilişkinin bizim için en değerli göstergelerinden biri.

Lüks Otomobilde Gücümüz Referanslarımız

Lüks otomobil pazarını cazip kılan en önemli unsurlardan biri, bu segmentin oluşturduğu güçlü iletişim ağı. Bir müşterimize araç sattığımızda aslında onun çevresine de ulaşmış oluyoruz. Memnun kalan müşterimiz bizi ailesine, arkadaşlarına ve iş çevresine tavsiye ediyor.

Bu nedenle bizim için dürüstlük ve güven her şeyin önünde geliyor. Müşterimiz aldığı araçtan memnun kaldığında yalnızca bir satış gerçekleştirilmiş olmuyoruz; aynı zamanda yeni bir müşteri ağı kazanıyoruz.

Fuzul Güvencesi Büyük Bir Sorumluluk

Fuzul Holding bünyesinde faaliyet göstermek bizim için önemli bir güven unsuru. Müşterilerimizin önemli bir bölümü Fuzul markasını duyduğunda zaten bir güven duygusuyla yaklaşıyor. Bu marka gücünün Autocity'e yansması bizim için büyük bir avantaj.

Ancak Fuzul ailesinin bir parçası olmak aynı zamanda büyük bir sorumluluk getiriyor. Attığımız her adımda yalnızca Autocity'nin değil, Fuzul markasının da temsilcisi olduğumuzu biliyoruz. Bu nedenle hizmet kalitemizi, iletişimimizi ve satış sonrası yaklaşımımızı sürekli geliştirmeye çalışıyoruz.

Rekabetten Çok Dayanısmaya İnanıyoruz

Otomotiv sektöründe rekabetin artmasını doğal karşılıyorum. Ancak sektörün gelişmesi için firmaların birbirine destek olması gerektiğine inanıyorum. Biz esnaf arkadaşlarımızla sürekli paslaşıyoruz. Bizde olmayan bir araç varsa müşterimizi güvenilir



Autocity Yöneticisi
Furkan Topal



olduğunu düşündüğümüz başka bir meslektaşımıza yönlendiriyoruz. Onlar da aynı şekilde bize müşteri gönderiyor.

Önümüzdeki dönemde düşük segment araçlara yönelik talebin artmasıyla birlikte bu alana da girmeyi düşünüyoruz. Bugün ağırlıklı olarak orta ve üst segmentteyiz. Ancak değişen müşteri ihtiyaçlarını takip ederek ürün gamımızı genişletmeye devam edeceğiz.

Kendini Rahat Hisset, Autocity'yi Tercih Et

Autocity'yi ilk kez tanıyacak bir müşteriye söyleyeceğim şey çok basit: Kendinizi rahat hissedin. Bizim için önemli olan müşterilerimizi hayalindeki araca ulaştırmanın yanında, onların doğru araçla doğru ilişkiyi kurabilmesini sağlamak.

Buraya geldiğinizde karşınızda sadece bir satış ekibi görmenizi istemiyoruz. İhtiyacınızı dinleyen, doğru yönlendirmeyi yapan ve satış sonrasında da yanınızda olan bir ekip görmek istiyoruz. Çünkü bizim için başarı, bir otomobil satmakla değil, kazandığımız insanlarla ölçülüyor.

OPERASYONEL MÜKEMMELLİKTEN GLOBAL VİZYONA

MEC Gıda olarak başarının; güçlü bir kurum kültürü, etik değerlere bağlı yönetim anlayışı, insan kaynağına yapılan yatırım ve koşulsuz müşteri memnuniyetiyle sürdürülebileceğine inanıyoruz. Bugün edindiğimiz operasyonel deneyimi, yarının uluslararası başarı hikâyelerine dönüştürmek için kararlılıkla çalışıyoruz

MEC Gıda, 2010 yılında Fuzul Holding bünyesinde faaliyetlerine başlamış ve geçen yıllar içerisinde yeme-içme sektörünün güvenilir ve başarılı şirketlerinden biri hâline gelmiştir.

Bugün Burger King, Espressolab ve Gloria Jeans gibi sektörünün lider markalarıyla edindiğimiz operasyonel deneyim sayesinde, farklı iş modellerini aynı kalite anlayışıyla yönetebilen güçlü bir organizasyon yapısına sahibiz.

Fuzul Holding'in temel değerleri olan güven, dürüstlük, disiplin ve insan odaklı yönetim anlayışı, bugün tüm işletmelerimizin çalışma prensiplerini oluşturmaktadır.

İnsan Kaynağımız En Büyük Gücümüzdür

MEC Gıda olarak bugün yaklaşık 50 kişilik güçlü bir ekiple faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. İnsan kaynakları politikamızın temel taşlarından biri ise kadın istihdamını desteklemek ve fırsat eşitliğini güçlendirmektir. Bu doğrultuda çalışanlarımızın 29'unu kadın ekip arkadaşlarımız oluşturmaktadır.

Kadın çalışanlarımız; operasyon yönetiminden mağaza organizasyonuna, misafir deneyiminden ekip liderliğine kadar birçok kritik görevde başarıyla sorumluluk üstlenmektedir. Farklı bakış açılarının kurum kültürünü güçlendirdiğine, hizmet kalitesini yükselttiğine ve sürdürülebilir başarının temelini oluşturduğuna inanıyoruz.

Aynı zamanda genç istihdamına da büyük önem veriyoruz. Üniversite öğrencisi ekip arkadaşlarımızın eğitim hayatlarını destekleyecek çalışma model-

leri oluşturarak hem mesleki gelişimlerine katkı sağlıyor hem de geleceğin yöneticilerinin yetişmesine destek oluyoruz.

Kuruluşumuzdan bu yana uzun yıllardır bizimle birlikte çalışan ekip arkadaşlarımızın bulunması ise oluşturduğumuz güven ortamının ve güçlü kurum kültürünün en somut göstergelerinden biridir.

Farklı Markalar, Ortak Yönetim Anlayışı

Yeme-içme sektörünün farklı segmentlerinde faaliyet gösteriyor olmak bize önemli bir operasyonel bakış açısı kazandırıyor.

Hızlı servis restoranlarında süreç yönetimi, operasyonel disiplin ve standartlaşma ön plandayken; kafe işletmeciliğinde misafir deneyimi, mağaza atmosferi ve müşteriyle kurulan iletişim çok daha belirleyici hâle geliyor. Her markanın kendine özgü dinamiklerini doğru analiz ederek, marka kimliğini koruyan ve aynı zamanda operasyonel verimliliği artıran bir yönetim anlayışı benimsiyoruz.

Farklı konseptlerde edindiğimiz bilgi birikimi, değişen tüketici beklentilerini daha iyi analiz etmemizi ve operasyonlarımızı sürekli geliştirmemizi sağlıyor.

Kalite ve Müşteri Memnuniyeti Vazgeçilmez Önceliğimizdir

Müşteri memnuniyeti, tüm faaliyetlerimizin temelini oluşturan en önemli unsurdur. Hizmet kalitesinin sürdürülebilir olmasının ancak disiplinli operasyon yönetimi, etkin denetim süreçleri ve sürekli gelişim anlayışıyla mümkün olduğuna inanıyoruz.

Bu doğrultuda hijyen standartlarından ürün kalitesine, personel eğitiminden misafir deneyimine kadar tüm sü-



MEC Gıda İşletme Müdürü
Faruk Göçmen



reçlerimizi düzenli olarak gözden geçiriyor ve uluslararası marka standartlarının eksiksiz uygulanmasını sağlıyoruz. Operasyon ekiplerimiz sahadaki uygulamaları sürekli analiz ederek gelişim alanlarını belirliyor ve tüm şubelerde aynı hizmet standardının sunulması için sistematik çalışmalar yürütüyor.

Markalar tarafından gerçekleştirilen gizli müşteri değerlendirmeleri, operasyon denetimleri ve kalite performans ölçümlerinde elde ettiğimiz yüksek başarı oranları, benimsediğimiz yönetim anlayışının en önemli göstergelerinden biridir. Bu değerlendirmeleri yalnızca bir performans ölçütü olarak değil; süreçlerimizi geliştiren, ekiplerimizi güçlendiren ve misafir deneyimini daha ileriye taşıyan önemli bir gelişim aracı olarak görüyoruz.

Her Geri Bildirim Bir Gelişim Fırsatıdır

Müşterilerimizden gelen her görüş ve öneri, hizmet kalitemizi geliştirmemiz için önemli bir rehber niteliğindedir. Herhangi bir memnuniyetsizlik yaşandığında süreci hızla yönetiyor, müşterimizle birebir iletişim kuruyor ve güven ilişkisini yeniden güçlendirecek çözümler üretiyoruz.

Bizim için önemli olan yalnızca yaşanan sorunu çözmek değil; müşterimizin markalarımıza duyduğu güveni daha da güçlendirmektir. Kalıcı başarının, müşteri beklentilerini doğru anlayan ve her geri bildirimini gelişim fırsatına dönüştüren kurumların eseri olduğuna inanıyoruz.

Yeni Dönemde Hedefimiz Stratejik Büyüme

Yeme-içme sektörü, değişen tüketici alışkanlıkları ve gelişen teknolojiyle birlikte sürekli dönüşüyor. MEC Gıda olarak biz de bu değişimi yakından takip ediyor, yalnızca mevcut operasyonlarımızı geliştirmekle yetinmeyip yeni yatırım alanları üzerinde çalışıyoruz. Bu kapsamda dünyanın önde gelen yeme-içme markalarıyla Türkiye'deki Master Franchise yapılanmaları üzerine görüşmeler gerçekleştiriyoruz.

Çok markalı operasyon yönetiminde edindiğimiz deneyim, güçlü insan kaynağımız ve kurumsal altyapımız sayesinde uluslararası markalar için güvenilir ve uzun vadeli bir iş ortağı olabilecek yetkinliğe sahip olduğumuza inanıyoruz. Hedefimiz, ülkemize yeni uluslararası markalar kazandırırken aynı zamanda sektörün gelişimine katkı sağlayacak sürdürülebilir iş modelleri oluşturmaktır.

Kendi Markamızı Oluşturma Yolunda Emin Adımlarla İlerliyoruz

Uzun süredir kendi markamız üzerinde kapsamlı çalışmalar yürütüyoruz. Amacımız yalnızca yeni bir kafe markası oluşturmak değil; konsepti, mimarisi, ürün geliştirme anlayışı, hizmet kalitesi ve güçlü kurumsal kimliğiyle uluslararası ölçekte rekabet edebilecek bir Türk markası ortaya çıkarmaktır. Şube tasarımlarından marka kimliğine, misafir deneyiminden dijital altyapıya kadar her ayrıntıyı uzun vadeli bir bakış açısıyla planlıyoruz.

Marka deneyiminin yalnızca kaliteli ürün sunmakla sınırlı olmadığına inanıyoruz. Mimari tasarım, mağaza atmosferi, müzik, koku ve hizmet kültürü, güçlü bir marka oluşturma sürecinin ayrılmaz parçalarıdır.

Geleceğe Güvenle Bakıyoruz

Önümüzdeki dönemde mevcut operasyonlarımızdaki başarıyı daha ileriye taşıyarak, uluslararası markalarla stratejik iş birliklerini geliştirmeyi, yeni yatırım fırsatlarını değerlendirmeyi ve kendi markamızı uluslararası pazarlarda başarıyla temsil edilen güçlü bir Türk markası hâline getirmeyi hedefliyoruz.

MEC Gıda olarak inanıyoruz ki gerçek başarı; yalnızca büyümek değil, güven inşa eden, çalışanına değer veren, sürekli gelişen ve sektörüne yön veren bir kurum olabilir.

Bu anlayışla, bugün olduğu gibi gelecekte de kaliteyi, sürdürülebilir büyümeyi ve insan odaklı yönetim anlayışını merkeze alarak yolumuza kararlılıkla devam edeceğiz.

Amacımız; konsepti, mimarisi, ürün geliştirme anlayışı, hizmet kalitesi ve güçlü kurumsal kimliğiyle uluslararası ölçekte rekabet edebilecek bir Türk markası ortaya çıkarmak

GELECEKTE VAR OLMANIN ANAHTARI: KURUMSAL MİMARİ VE FUZUL HOLDİNG YAKLAŞIMI

Kurumsal mimari yaklaşımımızla stratejiden teknoloji altyapısına uzanan tüm yapıyı tek bir çerçevede buluşturarak Fuzul Holding'in daha çevik, ölçülebilir, sürdürülebilir ve geleceğe hazır bir organizasyon olarak gelişimini destekliyoruz

Kurumsal mimari; organizasyonların hedeflerini destekleyen stratejileri hayata geçirebilmeleri için, ürünlerini, yeteneklerini, süreçlerini, organizasyon yapısını, veri ve bilgi akışını, iş ve bilgi sistemleri (BS) uygulamaları ile altyapı teknolojilerini, kurum içi ve kurum dışı bağımlılıkları ile etkileşimlerini bütünsel bir bakış açısıyla ve ilgili paydaşlarla birlikte analiz eden, iyileştiren, geliştiren, politika ve standartları belirleyen ve kurumsal performans ölçen bir yönetim ve yönetim fonksiyonudur.

Bu yönetim ve yönetim fonksiyonun amacı ise; verimliliği ve hizmet kalitesini artırmak, maliyetleri optimize etmek, yalın, ölçülebilir ve sürdürülebilir iş, süreç ve organizasyon yapıları oluşturmak, iş ve teknoloji uyumunu güçlendirmek, sürdürülebilir bilgi sistemleri altyapısı kurmak ve kurumsal hafızayı pekiştirmektir.

Fuzul Holding'de kurumsal mimariyi ele alırken çıkış noktamız, yalnızca bugünün ihtiyaçlarına cevap veren bir

yapı kurmak olmadı. Fuzul Holding CEO'muz Sayın Erdal Erdem'in de güçlü biçimde desteklediği bu yaklaşımda, grubumuzun büyüme yolculuğunun gerektirdiği kurumsal altyapıyı bugünden inşa etmeyi ve gelecekteki ihtiyaçlarımızı da öngörerek hareket etmeyi hedefledik. Erdal Bey'in özellikle strateji, sürdürülebilirlik ve kurumsal yapının güçlendirilmesine verdiği önem, bu çalışmanın kapsamını ve bakış açısını şekillendiren önemli unsurlardan biri oldu.

Kurumsal Mimarinin

Temel Bileşenleri ve Etkileşimleri

Uluslararası standartlarda ve pratiklerde, kurumsal mimariyi farklı açılardan ele alan birçok yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar arasında öne çıkan yaklaşımlardan bazıları şunlardır:

■ TOGAF (The Open Group Architecture Framework):

Kurumsal mimariyi; iş mimarisi, veri/bilgi mimarisi, uygulama mimarisi ve teknoloji (altyapı) mimarisi olmak üzere 4 dört ana katmanda ele alan bütünsel bir yaklaşım sunar.

■ BIZBOK Guide (Business Architecture Body of Knowledge): Kurumsal mimariyi; strateji, iş yetenekleri, değer zinciri, iş akışları ve organizasyon odaklı bütüncül bir yaklaşım ile ele alır.

■ APQC PCF (Process Classification Framework): Kurumların iş süreçlerini ortak bir terminoloji ve sınıflandırma yapısı üzerinden tanımlamasına, gruplandırmasına ve karşılaştırmasına olanak sağlayan bir referans çerçevesi sunar. Özellikle süreçlerin hiyerarşik olarak yapılandırılması ve kurumsal süreç mimarisinin oluşturulması açısından önemli bir referans niteliğindedir.



Fuzul Kurumsal Mimari Direktörü
Özgüven SAYMAZ

Sonuç odaklı ve sürdürülebilir iş sistemi kurmak, işletmek ve geliştirmek için birçok mimari yaklaşımı entegre ve yalın bir yapıda kullanmak en etkili çözümdür.

Her organizasyon kendi kurumsal yetenek ve kaynak gerçeklerini objektif olarak değerlendirip uluslararası standartların gerekliliklerini kendi bünyesine uygulamalıdır. Özellikle kaynaklarını (insan, teknoloji, finans vb.) ve organizasyonel yeteneklerini (temel iş ve süreçler) çok iyi tanımalı ve tanımlanmalıdır.

Dolayısıyla kendi kurumsal mimari çerçevenizi oluştururken söz konusu yaklaşımları tek başına esas almak yerine, birbirini tamamlayan yönlerini dikkate alarak bütüncül olarak değerlendirdik. TOGAF'ın katmanlı kurumsal mimari yaklaşımı, BIZBOK'un iş mimarisi perspektifi ve APQC PCF'nin süreç sınıflandırma yaklaşımını sentezleyerek, Fuzul'un ihtiyaçlarına uyarlanmış bütünlük bir kurumsal mimari yaklaşımı oluşturduk.

Fuzul Holding Kurumsal Mimari Yaklaşımımız

Kurumsal mimari, en üst seviye karar vericilerin geçmişi ve geleceği değerlendirebileceği çıktılar sunarak yönetim ve karar kalitesini artırmaktadır. Kurumsal mimariyi uluslararası standartlar ve yaklaşımları referans olarak kendi yeteneklerimiz ve kaynaklarımıza göre 5 katmanlı yapıda bütünsel olarak ele alıyoruz ve her katmanı alt ve üst katman ile etkileşimli işletiyoruz.

Bu 5 katman birbirinden bağımsız iletişimden kopuk, içe dönük yapılar değil, sürekli veri ve karar alışverişi içinde olan bir zincirin halkalarıdır. Üst katmanlar "ne yapılacağını ve neden yapılacağını" tanımlarken, alt katmanlar "nasıl yapılacağını" hayata geçirir; alt katmanlardan gelen gerçek performans verileri de üst katmanların kararlarını yeniden şekillendirir. Böylece stratejiden altyapıya inen, altyapıdan stratejiye geri besleme sağlayan çift yönlü ve kapalı bir döngü oluşur.

1. Hedef ve Strateji Yönetimi Katmanı

Kurumun vizyon ve yönetim standartlarının belirlendiği ana süreçleri içermektedir. Bu katman içerisinde se-



kiz ana süreç yönetilmektedir:

- 1.1. Kurumsal politika ve standart yönetimi
- 1.2. Kurumsal hedef ve strateji yönetimi
- 1.3. Kurumsal risk yönetimi
- 1.4. Kurumsal denetim yönetimi
- 1.5. Kurumsal performans yönetimi
- 1.6. Ürün ve müşteri ekosistem/ağ yönetimi
- 1.7. Müşteri deneyim ve geri bildirim yönetimi
- 1.8. Talep, değer ve değişiklik yönetimi

Katmanlar arası etkileşim: Bu katmanda belirlenen bir hedef, doğrudan alttaki Süreç ve Organizasyon katmanına bir gereksinim olarak iner. Karşılığında, alt katmanların ürettiği performans göstergeleri (KPI) bu katmandaki karar vericilere geri döner ve stratejinin gerçeğe ne kadar uyduğunu ölçmeyi sağlar.

2. Süreç ve Organizasyon Yönetimi Katmanı

Kurumsal hedef ve stratejiyi eyleme dönüştüren operasyon/üretim katmanıdır. Hedef ve strateji katmanından gereksinimleri alarak kurumdaki üretim/operasyon süreçlerini işletir ve çıktılarını değerlendirilmek üzere geri iletir. Bu katmanda üç ana süreç yönetilmektedir:

- 2.1. Organizasyon yönetimi
- 2.2. Süreç yönetimi
- 2.3. Süreç ve bireysel performans yönetimi

Katmanlar arası etkileşim: Üstten gelen bir hedef burada somut bir süreç tasarımına dönüşür; ancak sürecin verimli işlemesi, alttaki Veri ve Bilgi katmanının doğru ve zamanında veri sağlamasına bağlıdır. Örneğin bir onay sürecinin darboğazı, ancak alt katmanlardaki veri akışıyla tespit edilip iyileştirilebilir.

3. Veri ve Bilgi Yönetimi Katmanı

Süreçlerin girdisi ve çıktısı olan fiziksel ve dijital ortamda bulunan veri ve bilgilerin yönetildiği, iş süreçleri ile bilgi sistemleri arasındaki ana bağlantının kurulduğu katmandır. Bu katmanda iki ana süreç yönetilmektedir:

- 3.1. Basılı veri ve bilgi fiziksel ortam yönetimi
- 3.2. Dijital veri ve bilgi yaşam döngüsü ve ekosistem/ağ yönetimi

Katmanlar arası etkileşim: Bu katman, süreçlerin ihtiyaç duyduğu veriyi tanımlarken bu verinin nerede ve nasıl saklanacağını alttaki Uygulama ve Altyapı katmanlarına bir gereksinim olarak iletir. Tekilleştirilmiş ve tek doğru kaynaktan beslenen veri hem üstteki süreçlerin hatasız işlemesini hem de stratejik kararların güvenilir veriye dayanmasını sağlar.

4. Bilgi Sistemleri (BS) -

Uygulama Yönetimi Katmanı

Süreçlerin dijital ortamda işletildiği uygulamaların yönetildiği katmandır. Süreçler kısmen veya tamamen, otoma-

FUZUL HOLDİNG KURUMSAL MİMARİ 5 KATMANLI BÜTÜNSSEL YAPI

Katmanlar bağımsız değil, veri ve karar alışverişi içinde döngüsel olarak işlemektedir.

1. HEDEF VE STRATEJİ YÖNETİMİ KATMANI (8 ANA SÜREÇ)



- 1.1. Kurumsal politika ve standart yönetimi
- 1.2. Kurumsal hedef ve strateji yönetimi
- 1.3. Kurumsal risk yönetimi
- 1.4. Kurumsal denetim yönetimi
- 1.5. Kurumsal performans yönetimi
- 1.6. Ürün ve müşteri ekosistem/ağ yönetimi
- 1.7. Müşteri deneyim ve geri bildirim yönetimi
- 1.8. Talep, değer ve değişiklik yönetimi

HEDEF → İSTER / KPI ← GERİ BİLDİRİM

2. SÜREÇ VE ORGANİZASYON YÖNETİMİ KATMANI (3 ANA SÜREÇ)



- 2.1. Organizasyon yönetimi
- 2.2. Süreç yönetimi
- 2.3. Süreç ve bireysel performans yönetimi

SÜREÇ → VERİ YAŞAM DÖNGÜSÜ ← VERİ TEKİLLİĞİ

3. VERİ VE BİLGİ YÖNETİMİ KATMANI (2 ANA SÜREÇ)



- 3.1. Basılı veri ve bilgi fiziksel ortam yönetimi
- 3.2. Dijital veri ve bilgi yaşam döngüsü ve ekosistem/ağ yönetimi

VERİ → VERİ İŞLEME ← UYGULAMA

4. BİLGİ SİSTEMLERİ (BS)-UYGULAMA YÖNETİMİ KATMANI (3 ANA SÜREÇ)



- 4.1. İş uygulamaları geliştirme ve bakım yaşam döngüsü yönetimi
- 4.2. BS uygulamaları geliştirme ve bakım yaşam döngüsü yönetimi
- 4.3. İş ve BS uygulamaları bağımlılık ve envanter yönetimi

UYGULAMA → KAYNAK GEREKSİNİMİ ← UYGULAMA

5. BİLGİ SİSTEMLERİ (BS) - ALTYAPI / TEKNOLOJİ YÖNETİMİ KATMANI (5 ANA SÜREÇ)



- 5.1. Veri merkezi (asıl-yedek) yönetimi
- 5.2. Ağ (Network) yönetimi
- 5.3. Veri tabanı yönetimi
- 5.4. Sistem yönetimi
- 5.5. Lisans ve sertifika yönetimi

STRATEJİDEN ALT YAPIYA

ALT YAPIDAN STRATEJİYE

tik veya manuel olarak bilgi sistemleri yazılımları/uygulamaları üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu katmanda üç ana süreç yönetilmektedir:

■ 4.1. İş uygulamaları geliştirme ve bakım yaşam döngüsü yönetimi

■ 4.2. BS uygulamaları geliştirme ve bakım yaşam döngüsü yönetimi

■ 4.3. İş ve BS uygulamaları bağımlılık ve envanter yönetimi

Katmanlar arası etkileşim: Üstteki süreç ve veri gereksinimleri burada yazılım/uygulama yetenekleriyle karşılanır. Aynı hedefi destekleyen bir otomasyon, ancak alttaki Altyapı katmanının sunduğu kararlı sistem ve ağ kaynaklarıyla ayakta kalabilir. Uygulama envanterinin bilinmesi, gereksiz mükerrer sistemlerin ayıklanarak maliyet düşürülmesini de mümkün kılar.

5. Bilgi Sistemleri (BS) - Altyapı/ Teknoloji Yönetimi Katmanı

İş ve bilgi sistemleri uygulamalarının fiziksel ve mantıksal bileşenlerinin yönetiminin yapıldığı katmandır. Bu katman da beş ana süreç yönetilmektedir:

■ 5.1. Veri merkezi (asıl-yedek) yönetimi

■ 5.2. Ağ (Network) yönetimi

■ 5.3. Veri tabanı yönetimi

■ 5.4. Sistem yönetimi

■ 5.5. Lisans ve sertifika yönetimi

Katmanlar arası etkileşim: Bu en alt katman, tüm üst katmanların üzerinde yükseldiği temeldir. Altyapının erişilebilirliği ve performansı (örneğin kesintisiz hizmet süresi), doğrudan uygulamaların, süreçlerin ve nihayetinde stratejik hedeflerin gerçekleştirilebilirliğini belirler. Altyapıdan gelen kapasite ve maliyet verileri, en üstteki yatırım ve strateji kararlarını besleyerek döngüyü tamamlar.

Bütünsel Yaklaşımın Ölçülebilir Kazanımları

Bu 5 katmanlı ve etkileşimli yapının değeri, yalnızca kavramsal bütünlükte değil, izlenebilir ve ölçülebilir sonuçlarda somutlaşır. Her katman, üzerinde anlaşılan göstergeler üzerinden performansını raporlar ve bu göstergeler üst katmanların karar kalitesini besler:

■ Kazanım Alanı

■ Örnek Göstergeler

■ Maliyet optimizasyonu

■ Mükerrer uygulama/lisans sayısındaki azalma, altyapı kaynak kullanım oranı, süreç başına birim maliyet

■ Hız ve çeviklik

■ Süreç uçtan uca teslim/çevrim süresi, yeni bir iş gereksiniminin devreye alınma süresi, değişikliklerin hayata geçirilme hızı

■ Kalite ve güvenilirlik

■ Süreç hata/tekrar iş oranı, veri doğruluk ve teklik seviyesi, sistem erişilebilirlik (kesintisiz hizmet) oranı

■ Karar ve yönetim

■ Kararların güncel veriye dayanma oranı, risk ve denetim bulgularının kapatılma süresi

Bu göstergelerin katmanlar arası izlenmesi, kurumun "hissederek" değil "ölçerek" yönetilmesini; iyileştirmelerin ise varsayımına değil kanıta dayanmasını sağlar.



Sonuç

Günümüzde organizasyonların karşılaştığı en temel zorluk, hızla değişen iş ve teknoloji ortamında strateji ile uygulama arasındaki bağı kesintisiz koruyabilmektir. Kurumsal mimari, tam da bu noktada kurumun tüm bileşenlerini –hedeflerinden süreçlerine, verisinden teknoloji altyapısına kadar– ortak bir çerçevede buluşturan, dağınıklığı bütünlüğe dönüştüren stratejik bir yönetim disiplini ve yönetim aracıdır.

Fuzul Holding olarak benimsediğimiz 5 katmanlı ve katmanlar arası etkileşimli yaklaşım; uluslararası standartları körü körüne kopyalamak yerine, kendi kaynaklarımızın ve yeteneklerimizin gerçekliğine uyarlayarak yalın, ölçülebilir ve sürdürülebilir bir yapı kurma iradesinin somut ifadesidir. Stratejiden altyapıya inen ve altyapıdan stratejiye geri besleme sağlayan bu çift yönlü tasarım; karar kalitesini yükseltmekte, iş-teknoloji uyumunu güçlendirmekte, maliyet-hız-kalite dengesini ölçülebilir kılmakta ve kurumsal hafızayı kalıcı hâle getirmektedir.

Bu yapının arkasındaki en önemli unsurlardan biri de, Fuzul Holding'in büyüme hedeflerini kurumsal kapasiteyle destekleme konusundaki yönetim iradesidir. CEO'muz Erdal Erdem'in bu dönüşüme verdiği destek ve uzun vadeli bakışı, kurumsal mimariyi yalnızca teknoloji ve süreçlerin konusu olmaktan çıkararak Fuzul'ün geleceğini şekillendiren stratejik bir çalışma alanına dönüştürmektedir.

Sonuç olarak kurumsal mimari, yalnızca bugünün verimliliğini artıran bir araç değil; belirsizliklerle dolu bir geleceğe hazırlıklı, çevik ve dirençli bir kurum olmanın da anahtarıdır. Geleceğin belirsizliklerinde ayakta kalacak olanlar, değişimi ölçebilen ve yönetebilen kurumlar olacaktır. Kurumsal mimari ise bu yönetimin temel taşıdır.

Üst katmanlar "ne yapılacağını ve neden yapılacağını" tanımlarken, alt katmanlar "nasıl yapılacağını" hayata geçirir; alt katmanlardan gelen gerçek performans verileri de üst katmanların kararlarını yeniden şekillendirir

GÜVENLE BÜYÜYEN, BİRLİKTE BAŞARAN BİR EKİP

Faizsiz tasarruf finansman modelinin sahadaki en güçlü karşılığını güven, samimiyet, müşteri memnuniyeti ve güçlü ekip ruhuyla oluşturuyoruz

Fuzul, faizsiz tasarruf finansman modeliyle yüz binlerce insanın ev, araç ve iş yeri sahibi olmasına aracılık eden güçlü bir yapı. Bizler de bu büyük organizasyonun sahadaki temsilcileri olarak, modelimizin insanlar üzerindeki etkisini her gün yakından gözlemliyoruz. Bölgemizde Fuzul'e duyulan güvenin giderek güçlendiğini görmek, bizim için en önemli motivasyon kaynaklarından biri.

Müşterilerimizle kurduğumuz ilişkiyi yalnızca bir finansman modeli anlatmak üzerine kurmuyoruz. Her müşterimizin bir hayali, bir hedefi ve kendine göre şekillendirdiği bir gelecek planı var. Biz o hayale ortak oluyor, müşterimizin ihtiyaçlarını anlayarak doğru çözüme ulaşmasına katkı sunmaya çalışıyoruz. Bir müşterimizin evinin anahtarını teslim aldığını, aracına kavuştuğunu veya iş yerini açtığını görmek, benim için herhangi bir satış rakamından çok daha anlamlı. Çünkü yaptığımız işin gerçek karşılığını o mutluluk anlarında görüyoruz.

Güçlü Ekip, Ortak Başarı

Ekip yönetiminde kendini yalnızca hedefleri belirleyen ve sonuçları takip eden bir yönetici olarak görmüyorum. Benim için liderlik, ekiple birlikte mücadele etmek, gerektiğinde onların yanında, gerektiğinde önünde, gerektiğinde ise arkasında durabilmek anlamına geliyor. Hedefi yukarıdan vermek kolay; asıl önemli olan o hedefe birlikte yürüyebilmek.

Ekibimizde herkes birbirinin başarısını kendi başarısı olarak görüyor. Disiplinli çalışmayı, güçlü iletişim ve takım ruhuyla destekliyoruz.

Yoğun veya zor dönemlerde birbirimize destek oluyor, karşılaştığımız sorunlara birlikte çözüm arıyoruz. Çünkü sürdürülebilir başarının bireysel performanstan çok ortak hareket edebilme becerisiyle mümkün olduğuna inanıyorum.

Bir yöneticiyi en çok gururlandıran şeylerden biri de ekibinin kendisine ihtiyaç duymadan aynı disiplin ve sorumlulukla çalışabildiğini görmek. Bugün ekibimizde bu kültürün oluştuğunu görmek benim için önemli bir kazanım.

Güven, Müşteri Memnuniyetinin Temeli

Müşteri memnuniyetinin ilk adımı, müşteriyi gerçekten dinlemekten geçiyor. İhtiyacını doğru anlamak, verdiğimiz sözün arkasında durmak ve süreç boyunca müşterimizin yanında olmak bizim için büyük önem taşıyor. Çünkü müşterinin bize duyduğu güven, yalnızca bir işlemle sınırlı kalmıyor; uzun vadeli bir ilişkiye dönüşüyor.



Fuzul Satış Müdürü
Yusuf Özcan



Bölgemizde bunun en güçlü göstergelerinden biri referans kültürümüz. Memnun kalan müşterilerimizin bizi ailelerine, arkadaşlarına ve çevrelerine anlatması, bizim için çok kıymetli. Yeni müşterilerimizin önemli bir bölümüne mevcut müşterilerimizin tavsiyeleriyle ulaşıyoruz. Bir müşterinin kendi çevresine bizi gönül rahatlığıyla önermesi, yaptığımız işin ve kurduğumuz güven ilişkisinin en değerli göstergelerinden biri.

Fuzul'ü Farklı Kılan Değerler

Fuzul'ün sektördeki başarısının temelinde güven, samimiyet ve insan odaklı yaklaşımın bulunduğu inanıyorum. Bizim işimizde yalnızca sunduğumuz modeli iyi anlatmak yeterli değil. Müşterinin karşısındaki insana, o insanın temsil ettiği kuruma ve sunulan çözüme inanması gerekiyor.

Bu nedenle sahada sürekli aktif olmaya, piyasayı yakından takip etmeye ve müşterilerimizin değişen beklentilerini anlamaya çalışıyoruz. İhtiyaçları doğru okuyarak hızlı aksiyon almak, bizim için önemli bir çalışma prensibi. Fuzul'ün güçlü kurumsal yapısı da sahadaki bu yaklaşımımızı destekliyor.

Bence bizi farklılaştıran en önemli noktalardan biri müşteriye dokunabilmek ve güven oluşturabilmek. Şubeye gelen müşterimizin kendisini rahat hissetmesi, sorularına açık ve doğru yanıtlar alması ve sürecin her aşamasında yanında olduğumuzu bilmesi bizim için çok değerli.

Yeni Hedeflere Birlikte Yürüyoruz

Bölgelerimizi daha ileri taşımak için önümüzde net hedefler bulunuyor. Daha fazla sahada olacağız, müşterilerimizi daha yakından tanıyacağız ve referans ağıımızı büyütmeye devam edeceğiz. Aktiviteyi, randevuyu ve müşteri takibini günlük çalışma düzenimizin merkezinde tutacağız. Ancak bütün bu hedeflerin üzerinde bizim için daha önemli bir konu var: ekip ruhumuzu korumak. Çünkü iyi bir ekip iyi sonuçlar getirir; birbirine inanan ve aynı hedefe yürüyen bir ekip ise sınırları aşabilir.

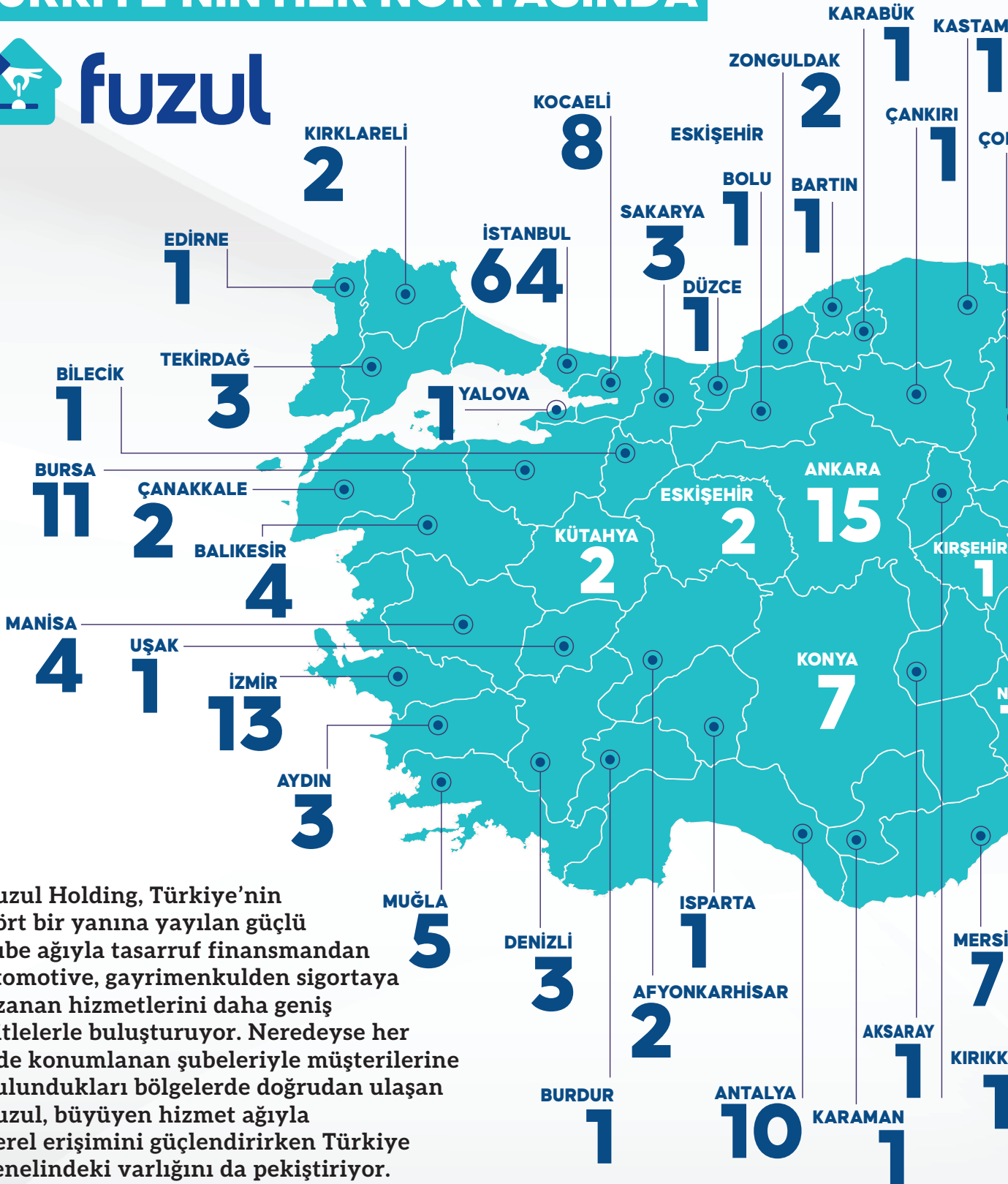
Benim için başarı, ay sonunda yazan rakamdan çok daha fazlası. O rakamın arkasında kaç müşterinin hayatına dokunduğumuz, kaç insanın bize güvendiği ve ekibimizin ne kadar güçlü bir birliktelik ortaya koyduğu önemli. Bugün sahip olduğumuz gücün temelinde birbirimize olan inancımız var. Biz tek tek parlayan insanlardan değil, birlikte ışık veren bir ekipten güç alıyoruz. Bu birliktelikle Fuzul'ün güçlü geleceğine katkı sunmaya ve daha fazla insanın hayallerine ulaşmasına vesile olmaya devam edeceğiz.

Bir yöneticiyi en çok gururlandıran şeylerden biri de ekibinin kendisine ihtiyaç duymadan aynı disiplin ve sorumlulukla çalışabildiğini görmek

TÜRKİYE'NİN HER NOKTASINDA



fuzul



Fuzul Holding, Türkiye'nin dört bir yanına yayılan güçlü şube ağıyla tasarruf finansmandan otomotive, gayrimenkulden sigortaya uzanan hizmetlerini daha geniş kitlelerle buluşturuyor. Neredeyse her ilde konumlanan şubeleriyle müşterilerine bulundukları bölgelerde doğrudan ulaşan Fuzul, büyüyen hizmet ağıyla yerel erişimini güçlendirirken Türkiye genelindeki varlığını da pekiştiriyor.



GÜÇLÜ TOPLUMUN TEMELİ: GÜÇLÜ SİVİL TOPLUM

Güçlü bir sivil toplum, ortak akıl ve dayanışma kültürünü güçlendirerek mesleklerin ve toplumun sürdürülebilir gelişimine katkı sağlar

Toplumların gelişmişlik düzeyi yalnızca ekonomik göstergelerle değil; ortak değerler etrafında bir araya gelme, birlikte üretme ve toplumsal sorumluluk üstlenme kültürüyle de ölçülmektedir. Bu noktada sivil toplum kuruluşları; katılımcılığın, dayanışmanın ve ortak aklın en önemli yapı taşlarından biridir.

Cumhuriyetimizin kurucularının işaret ettiği çağdaş uygarlık hedefi; bilim, eğitim, üretim ve ortak akıl bilincine sahip güçlü bir toplum yapısıyla mümkündür. Güçlü bir sivil toplum yalnızca bireylerin ve meslek gruplarının sesini duyuran bir yapı değil; kamu, özel sektör ve akademi arasında köprü kurarak toplumsal gelişime katkı sağlayan stratejik bir paydaştır.

Meslek kuruluşları ise bu ekosistemin özel ve önemli bir parçasıdır. Bir mesleğin geleceği yalnızca yasal düzenlemelerle değil; mesleki etik değerlerin korunması, standartların geliştirilmesi, bilgi paylaşımının teşvik edilmesi ve dayanışma kültürünün güçlendirilmesiyle şekillenir.

Havacılıkta Dayanışma ve Ortak Değerler

Havacılık sektörü bunun en somut örneklerinden biridir. Emniyet kültürü, ekip çalışması, disiplin, iletişim ve insan odaklı yaklaşım havacılığın temel değerleridir. Bu



değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması, yalnızca hava yolu işletmelerinin değil, meslek örgütlerinin de önemli sorumlulukları arasındadır.

1965 yılında kurulan TASSA - Hava Yolları Kabin Memurları Derneği olarak, altmış yılı aşkın köklü geçmişimizle kabin ekiplerinin mesleki gelişimini desteklemeyi, mesleğimizin saygınlığını güçlendirmeyi ve havacılık sektörünün sürdürülebilir gelişimine katkı sunmayı temel görevlerimiz arasında görüyoruz. Bizler, temsil ettiğimiz mesleğin yalnızca bugünü için değil, geleceği için de sorumluluk taşıyoruz.

Bu anlayış doğrultusunda üniversitelerle geliştirdiğimiz iş birliklerini, gençlerin mesleğe hazırlanmasına katkı sağlayan çalışmaları ve ulusal ve uluslararası paydaşlarla yürüttüğümüz projeleri büyük önem taşıyan yatırımlar olarak değerlendiriyoruz. Gençlerin sivil toplumla erken yaşta tanışması; mesleki aidiyet, etik bilinç, sorumluluk ve liderlik kültürünün gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır.



TASSA - Hava Yolları Kabin Memurları Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı
Zarife Banu Atılğan



İnsan Odaklı Bir Dayanışma Kültürü

İnsan odaklı çalışmalarımız da sivil toplumun yalnızca temsil eden değil, aynı zamanda çözüm üreten bir yapı olduğunu göstermektedir. Kokpit ve kabin ekiplerinin psikolojik dayanıklılığını destekleyen akran destek programları gibi projeler, meslektaşlarımızın birbirine destek olmasını ve daha güçlü bir dayanışma kültürünün oluşmasını hedeflemektedir. Çünkü günümüz dünyasında kurumların başarısı yalnızca ekonomik performanslarıyla değil, insan odaklı yaklaşımları ve çalışma kültürleriyle de değerlendirilmektedir.

Sivil toplum kuruluşlarının gerçek gücü, farklı görüşleri ortak hedefler etrafında buluşturabilme yeteneğidir. Şeffaflık, gönüllülük, hesap verebilirlik ve ortak akıl ilkeleri üzerine inşa edilen kurumlar, toplumun güvenini kazanırken temsil ettikleri alanların gelişimine de yön verir.

Türkiye'nin geleceğinin; kamu kurumları, özel sektör, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşlarının birbirini tamamlayan bir anlayışla hareket etmesinden geçtiğine inanıyorum. Rekabet kadar iş birliğinin de değer gördüğü, bilgi ve deneyim paylaşımının teşvik edildiği, ortak

faydanın ön planda tutulduğu bir yapı, ülkemizin sürdürülebilir kalkınmasına önemli katkılar sağlayacaktır.

TASSA olarak biz, mesleğimizin geleceğine yatırım yapmaya, üyelerimizin gelişimini desteklemeye, dayanışma kültürünü güçlendirmeye ve havacılık sektöründe ortak akıl anlayışını yaygınlaştırmaya devam edeceğiz.

Çünkü biliyoruz ki güçlü bir sivil toplum, güçlü bir meslek kültürü oluşturur; güçlü meslek kültürü ise güçlü bir toplumun temelini inşa eder.





ZİHNİN "BAĞLANTISI KESİLDİĞİNDE": ZİHİNSEL KOPUŞU FARK ETMEK

Zihinsel kopuş, yoğun stresle tetiklenir ancak çoğu zaman uzun süre ihmal edilen duygusal ve bilişsel yüklerin sessiz bir yansımasıdır

Hayatın temposu hızlandıkça birçok kişi fiziksel olarak bulunduğu yerde olsa bile zihinsel olarak bambaşka bir dünyaya sürüklendiğini fark ediyor. Toplantıda söylenenleri kaçırmak, kitap okurken aynı sayfayı defalarca tekrar etmek, sevdiklerimizle sohbet ederken dikkatin sürekli başka yerlere kayması ya da yaşananları adeta dışarıdan izliyormuş gibi hissetmek... Bunların hepsi zaman zaman herkesin deneyimleyebileceği durumlar olabilir. Ancak bu hâl sıklaşmaya başladığında, günlük yaşamı ve ilişkileri etkileyecek düzeye ulaştığında uzmanların "zihinsel kopuş" olarak tanımladığı tabloya işaret edebilir.

Modern yaşamın görünmeyen yüklerinden biri olan zihinsel kopuş, fark edildiğinde yönetilebilen, göz ardı edildiğinde ise yaşam kalitesini belirgin biçimde düşürebilen bir süreçtir.

Zihinsel Kopuş Nedir?

Zihinsel kopuş, kişinin bulunduğu ana, yaptığı işe ya da çevresindeki insanlara karşı dikkatini ve zihinsel bağını geçici ya da uzun süreli olarak kaybetmesi şeklinde tanımlanabilir. Bu durum bazen yoğun stresin ardından gelişirken bazen de uzun süredir devam eden duygusal baskılar, tükenmişlik, kaygı veya çözümlenmemiş iç çatışmalar sonucunda ortaya çıkar.

Psikoloji literatüründe bu süreç farklı kavramlarla ilişkilendirilebilir. Duygusal uzaklaşma, bilişsel çelişki, tükenmişlik ya da bazı durumlarda derealizasyon hissi, zihinsel kopuşun farklı görünümle-ri arasında değerlendirilebilir. Her zihinsel kopuş derealizasyon anlamına gelmez ancak kişi zaman zaman çevresini gerçek dışı, bulanık veya kendisinden uzak hissedebilir.

Sessizce Gelen Belirtiler

Zihinsel kopuş çoğu zaman bir anda ortaya çıkmaz. İlk belirtiler genellikle günlük yaşamın içinde fark edilmesi zor küçük değişikliklerle başlar.

Konsantrasyon güçlüğü, unutkanlığın artması, karar vermekte zorlanma, yapılan işten keyif alamama, duygusal olarak hissizleşme ve sürekli otomatik pilotta yaşıyormuş hissi bunların başında gelir. Kişi fiziksel olarak görevlerini yerine getirir de zihinsel enerjisinin önemli bir kısmını kaybetmiş hissedebilir.

Bazı kişiler çevresindeki olaylara karşı ilgisizleşirken bazıları ise yoğun düşünceler nedeniyle bulunduğu ana odaklanmakta zorlanır. Bu durum uzun süre devam ettiğinde iş performansını, sosyal ilişkileri ve yaşamdan alınan doyumunu olumsuz etkileyebilir.

Neden Yaşanır?

Zihinsel kopuşun tek bir nedeni yoktur. Yoğun iş temposu, ekonomik kaygılar, sürekli çevrim içi olma hâli, belirsizlikler ve uzun süre devam eden stres en yaygın etkenler arasında yer alır. Bunun yanında yas süreci, travmatik yaşantılar, ilişki sorunları veya kişinin kendi değerleriyle çelişen kararlar almak zorunda kalması da zihinsel uzaklaşmayı tetikleyebilir.

Özellikle bilişsel çelişki yaşayan bireylerde, kişinin düşündükleri ile yaptıkları arasındaki uyumsuzluk arttıkça zihinsel yük de büyüyebilir. Zihin, bu yoğun gerilimden korunmak amacıyla zaman zaman duygusal mesafe oluşturabilir. Bu nedenle zihinsel kopuş, bazı durumlarda beynin aşırı yüklenmeye karşı geliştirdiği geçici bir savunma mekanizması olarak değerlendirilebilir.

Kendimize Dönmenin Önemi

Günümüzde pek çok insan sürekli üretmeye, yetiştirmeye ve yetiştirmeye odaklanırken kendi iç dünyasıyla bağ kurmayı ihmal edebiliyor. Oysa zihinsel kopuşun en önemli mesajlarından biri, yavaşlamaya ve kendimizi yeniden duymaya ihtiyaç duyduğumuzdur.

Kısa yürüyüşler yapmak, doğada vakit geçirmek, düzenli uyumak, ekran kullanımını sınırlandırmak ve gün içinde bilinçli molalar vermek zihinsel yükün hafiflemesine katkı sağlayabilir. Meditasyon, nefes egzersizleri ve farkındalık çalışmaları da dikkati yeniden "şimdi"ye taşımaya yardımcı olabilir.

Bununla birlikte belirtiler uzun süre devam ediyor, günlük yaşamı belirgin biçimde etkiliyor ya da kişi gerçeklik algısıyla ilgili yoğun güçlükler yaşıyorsa bir psikolog veya psikiyatristten profesyonel destek almak önemlidir. Erken dönemde alınan destek, sorunun büyümesini önleyebilir.

Zihnimizi Dinlemeyi Öğrenmek

Zihinsel kopuş, bir zayıflık ya da güçsüzlük olarak değerlendirilmelidir. En iyi tabirle uzun süre ihmal edilen ihtiyaçların sessiz bir işaretidir. Sürekli güçlü görünmeye çalışırken zihnimizin verdiği sinyalleri gözden kaçırabiliriz. Oysa durup dinlenmek, duygularımızı anlamaya çalışmak ve gerektiğinde yardım istemek, ruhsal dayanıklılığın önemli parçalarıdır.

Hayatın temposu ne kadar yoğun olursa olsun, zaman zaman kendimize "Şu anda gerçekten burada mıyım?" diye sormak bile zihinsel farkındalığın ilk adımı olabilir. Çünkü insan, önce zihniyle yeniden bağ kurduğunda yaşamla da daha güçlü bir bağ kurabilir.



OFİSE VE OKULA DÖNÜŞTE SAĞLIKLI RUTİNLER

Yazın esnek temposundan iş ve okul düzenine geçişi kolaylaştıran en önemli unsur, küçük ama sürdürülebilir alışkanlıklardır

Yaz ayları, tatiller, geç saatlere kadar süren sosyal etkinlikler ve daha özgür bir yaşam temposuyla günlük rutinlerin değiştiği bir dönemdir. Ancak eylül yaklaşırken iş hayatı yeniden hızlanır, okullar açılır ve sorumluluklar artar. Bu geçiş süreci, birçok kişi için motivasyon kaybı, dikkat dağınıklığı ve uyum güclüğü gibi duygusal zorlukları da beraberinde getirebilir. Oysa yeni döneme hazırlıklı başlamak, psikolojik iyi oluşu destekler ve yoğun tempoya daha kolay uyum sağlamayı mümkün kılar. Önemli olan, hayatı bir anda değiştirmeye çalışmak yerine, günlük yaşamın içine yerleşebilecek sağlıklı rutinler oluşturmaktır.

Değişime Zaman Tanıyın

Tatil modundan çalışma düzenine geçerken yaşanan isteksizlik oldukça doğaldır. Psikolojide "geçiş dönemi" olarak tanımlanan bu süreçte zihnin yeni düzene alışması için zamana ihtiyaç vardır. İlk günlerden itibaren kendinizden yüksek performans beklemek gerçekçi olmayacaktır. Bunun yerine uyum sağlamaya odaklanmak daha gerçekçi bir yaklaşımdır.

Yeni dönemi bir zorunluluk olarak görmekten ziyade yeni hedefler belirlemek için bir başlangıç noktası olarak değerlendirmek motivasyonu artırabilir. Küçük başarılar elde etmek ve bunları fark etmek, sürecin daha

olumlu ilerlemesine katkı sağlar.

Güne Planlı Başlayın

Yoğun tempoya uyum sağlamanın en etkili yollarından biri, güne belirli bir planla başlamaktır. Her sabah aynı saatlerde uyanmak, kahvaltı yapmak ve günün önceliklerini belirlemek, beynin yeniden düzen hissi kazanmasına yardımcı olur. Özellikle okul ve ofis hayatına dönüşte yapılacak işleri küçük adımlara bölmek, erteleme alışkanlığını azaltırken kontrol duygusunu artırır. Gün sonunda tamamlanan görevleri görmek ise motivasyonu besleyen önemli bir psikolojik etkidir.



Uyku Düzenini Yeniden Oluşturun

Yaz boyunca değişen uyku saatleri, işe ve okula dönüşte en çok zorlanılan konuların başında gelir. Düzensiz uyku; dikkat süresinin kısılmasına, öğrenme kapasitesinin azalmasına ve stres seviyesinin yükselmesine neden olabilir. Bu nedenle dönüşten birkaç gün önce uyku saatlerini kademeli olarak düzenlemek faydalıdır. Her gün biraz daha erken uyumak ve aynı saatlerde uyanmaya özen göstermek, biyolojik saatin yeniden dengelenmesini kolaylaştırır. Kaliteli uyku, fiziksel dinlenme yanında duygusal dayanıklılığı da destekleyen temel unsurlardan biridir.

Kendinize Hareket ve Mola Alanı Açın

Yoğun çalışma temposu içinde uzun saatler masa başında kalmak hem bedensel hem de zihinsel yorgunluğu artırabilir. Gün içinde kısa yürüyüşler yapmak, esneme hareketleri uygulamak veya birkaç dakika temiz hava almak, zihni dinlendirerek odaklanmayı kolaylaştırır. Benzer şekilde, ders çalışırken veya yoğun toplantılar arasında verilen kısa molalar da verimliliği artırır. Sürekli çalışmak yerine planlı aralıklarla dinlenmek, tükenmişlik hissini azaltır ve üretkenliği destekler.

Mükemmel Olmaya Değil, Dengeye Odaklanın

Yeni döneme başlarken yapılan en büyük hatalardan biri, aynı anda birçok alışkanlığı değiştirmeye çalışmaktır. Erken kalkmak, düzenli spor yapmak, sağlıklı beslenmek ve tüm işleri eksiksiz tamamlamak gibi hedeflerin aynı anda uygulanması kısa sürede motivasyon kaybına yol açabilir. Bunun yerine her hafta tek bir alışkanlık geliştirmek çok daha sürdürülebilir sonuçlar verir. Örneğin ilk hafta uyku düzenini oturtmak, sonraki hafta günlük yürüyüş eklemek veya ekran süresini azaltmak gibi küçük adımlar uzun vadede kalıcı yaşam alışkanlıklarına dönüşebilir.

Sosyal Bağları Güçlendirin

İşe veya okula dönüş yalnızca görevlerin başlaması anlamına gelmez, aynı zamanda sosyal çevreyle yeniden etkileşim kurma sürecidir. İş arkadaşlarıyla yapılan kısa sohbetler, arkadaşlarla geçirilen zaman ya da aile bireyleriyle paylaşılan akşam yemekleri, stresin azalmasına ve aidiyet duygusunun güçlenmesine katkı sağlar.

Yeni dönemin temposuna uyum sağlamak, kusursuz bir başlangıç yapmaktan çok istikrarlı bir ilerleyiş göstermeyi gerektirir. Küçük ama düzenli alışkanlıklar, psikolojik dayanıklılığı artırdığı gibi iş ve eğitim hayatının yoğun temposunu da daha sağlıklı yönetmeyi mümkün kılar. Çünkü güçlü bir rutin, zihinsel ve duygusal dengeyi korumanın da en etkili yollarından biridir.



Sağlıklı rutinler yalnızca zamanı daha verimli kullanmayı değil, zihinsel dayanıklılığı ve duygusal dengeyi de güçlendirir



MÜSİAD EXPO'NUN NABZI VE FUZUL'UN VİZYONU

MÜSİAD EXPO, Türkiye'nin üretim gücünü ve girişimcilik vizyonunu ortaya koyarken gastronominin ekonomi, yatırım ve markalaşmayla kurduğu güçlü bağı da görünür kılıyor

Fuarın düzenlendiği yıllarda, programım ne kadar yoğun olursa olsun mutlaka bir günümü bu büyük buluşmaya ayırıyorum. Çünkü MÜSİAD EXPO, benim gözümde stantların yan yana dizildiği klasik bir ticaret fuarının çok ötesinde. Burası Türkiye'nin üretim gücünü, girişimcilik ruhunu ve gelecek vizyonunu aynı çatı altında görebileceğiniz yaşayan bir ekonomi. Çok sektörlü yapısıyla sanayiden teknolojiye, inşaattan enerjiye, tarımdan gıdaya kadar yüzlerce markayı buluşturan bu organizasyon, aynı zamanda uluslararası iş birliklerinin geliştiği önemli bir ticaret platformu.

MÜSİAD verilerine göre fuar, onlarca ülkeden katılımcıyı ve binlerce profesyonel ziyaretçiyi bir araya getirerek B2B görüşmelerine ve ihracat odaklı iş birliklerine ev sahipliği yapıyor.

Fuarın Kalbi Gıda Stantlarında Atıyor

Çünkü gastronomi yazarı olarak biliyorum ki bir ülkenin

kalkınma hikâyesi, fabrikalarında olduğu kadar mutfağında da yazılır. Bir peynir üreticisinin anlattığı hikâye... Bir zeytinyağı üreticisinin toprağa olan bağlılığı... Bir bakliyat firmasının ihracat hedefleri... Bir baharat üreticisinin Anadolu'nun farklı şehirlerinden taşıdığı aromalar...

Bütün bunlar aslında gastronominin ekonomiyle kurduğu güçlü bağın en canlı örnekleri.

Gıdadan Global Markaya Uzanan Yol

Artık gıda firmaları sadece ürün sergilemiyor. Marka hikâyesi anlatıyor, sürdürülebilirliği konuşuyor, ihracat stratejisini paylaşıyor, dijitalleşmeyi anlatıyor. Kısacası ta-bağa gelen lezzetin arkasındaki büyük emeği görünür hâle getiriyor.

Son yıllarda fuarın dikkatimi çeken yönlerinden biri de gastronominin artık yatırım ve teknolojiyle birlikte değerlendirilmeye başlanması. Tarım teknolojileri, akıllı üretim sistemleri, ambalaj çözümleri, lojistik ve ihracat ağları, mutfağın görünen kısmından çok daha büyük bir ekosistem oluşturuyor. Bugün kaliteli bir restoranın başarısı kadar kaliteli bir tedarik zinciri de büyük önem taşıyor.

Fuzul Holding Standı Fuarda İlgi Odağı

Bu yıl fuarı gezerken zamanımın önemli bir bölümünü Fuzul Holding standında geçirmeyi planlıyorum.

Bunun elbette özel bir nedeni var. Uzun zamandır Fuzul Holding'in kurumsal yayını olan Anahtar Dergisi'nde yazıyorum. Buradaki gözlemim, önümüzdeki dönemde Anahtar dergisinde kaleme alacağım yazılara katkı sağlayabilir. Özellikle ziyaretçilerle kurulan iletişim, kurumsal yaklaşım ve grubun farklı sektörlerdeki faaliyetlerini bütüncül bir bakış açısıyla ele alma biçimi dikkatimi çekiyor.



Gazeteci

Talip Bayram



Fuzul Holding, finans, gayrimenkul, sigorta, ödeme teknolojileri ve farklı yatırım alanlarında faaliyet gösteren geniş bir ekosisteme sahip. MÜSİAD EXPO'ya da grup şirketleriyle birlikte katılarak ziyaretçilere projelerini tanıtıyor. Holding yöneticileri, fuarı uluslararası iş birliklerinin geliştiği ve Türkiye'nin üretim gücünü dünyaya taşıyan önemli bir platform olarak değerlendirdiklerini ifade ediyor.

Gastronominin Görünmeyen Yatırım Ortakları

Bir gastronomi yazarı neden farklı sektörlerde hizmet veren bir holding standında ya da grubun Anahtar dergisinde gastronomi yazıları yazıyor?

Çünkü gastronomi artık yalnızca mutfaktan ibaret değil; hayatın ve ekonominin pek çok alanıyla doğrudan ilişkili. Yeni gastronomi yatırımlarının hayata geçebilmesi... Otel projelerinin gelişmesi... Yerel üreticilerin büyüebilmesi... Gıda sanayisinin ihracata açılabilmesi... Tüm bunların arkasında güçlü finansal yapıların ve yatırım vizyonunun bulunduğu artık çok daha net görüyoruz.

Bugün Anadolu'nun herhangi bir şehrinde dünya standartlarında bir restoran açılıyorsa bunun arkasında çoğu zaman diğer sektörlerde yatırım yapanlar, planlama ve sürdürülebilir finansman açısından yeterli portföye sahip kişiler bulunuyor.

Dolayısıyla gastronomi ile ekonomi birbirinden ayrılmaz iki kavram. Aynı sofranın iki farklı tarafını oluşturuyor. MÜSİAD EXPO'da dolaşırken bunu her yıl yeniden görüyorum. Bir tarafta yöresel ürünlerini dünyaya tanıtmak isteyen küçük üreticiler... Diğer tarafta milyonlarca dolarlık yatırımları yöneten büyük şirketler... Aslında hepsi aynı hedef için çalışıyor.

Türkiye Markasını Büyütmek

Gastronomi de bu markanın en güçlü temsilcilerinden biri. Çünkü bir ülke, mutfak kadar hatırlanır. Lezzeti kadar konuşulur. Ürünü kadar ihracat yapar ve dünya pazarlarında yer edinir. Bu nedenle fuarlarda gıda standlarını gezerken ve her zaman tadım yapmaya çalışırken de üreticiyi dinliyorum. Yatırımcıyı dinliyorum. Ambalaj tasarımını inceliyorum. Marka hikâyesini anlamaya çalışıyorum.

Çünkü biliyorum ki geleceğin gastronomisi, iyi yemek pişirenlerin yanı sıra üretimin sürdürülebilirliği, finansı, teknolojiyi ve markalaşmayı aynı potada eritebilenlerin omuzlarında yükselecek.

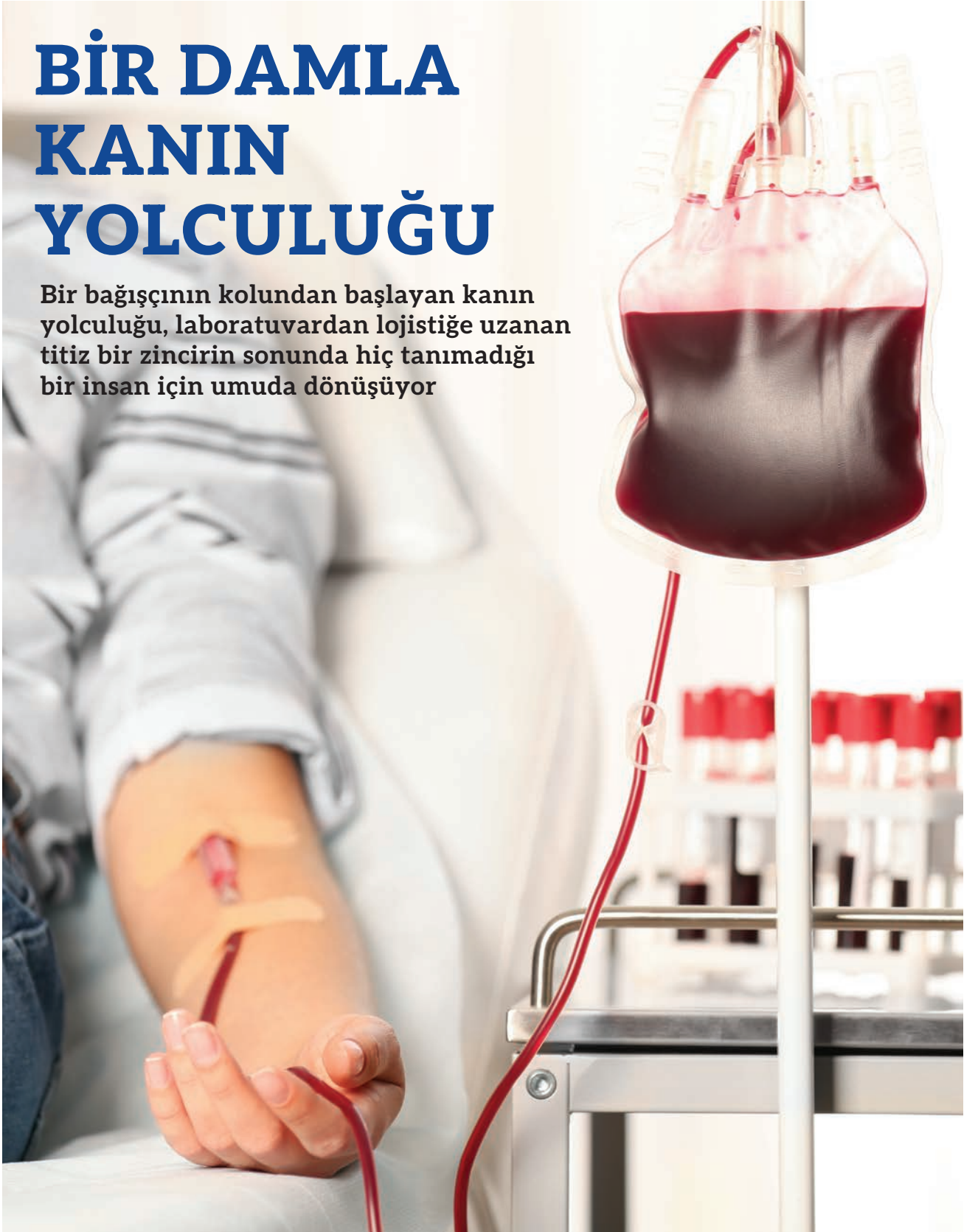
MÜSİAD EXPO bana her ziyaretimde aynı gerçeği yeniden hatırlatıyor:

Bir ülkenin kalkınması üretimle başlar, sofralarda görünür hâle gelir. Gastronomi ise bugün artık damak tadının ötesinde; ekonomiyi, ihracatı, turizmi, yatırımı ve markalaşmayı anlatan ortak bir dile dönüşüyor.

Fuzul Holding'in geniş yatırım ekosistemi, gastronominin yalnızca mutfakta değil; finans, teknoloji, turizm ve sürdürülebilir üretim alanlarında da şekillendiğini gösteriyor

BİR DAMLA KANIN YOLCULUĞU

Bir bağışçının kolundan başlayan kanın yolculuğu, laboratuvarıdan lojistiğe uzanan titiz bir zincirin sonunda hiç tanımadığı bir insan için umuda dönüşüyor



Bir kol uzanıyor, birkaç dakika geçiyor ve küçük bir kan torbası doluyor. Bağışçı için hayatın akışı kısa bir molanın ardından devam ederken, bağışlanan kan için asıl yolculuk henüz başlıyor. Çünkü o torbanın bir ameliyathaneye, acil servise ya da tedavisi devam eden bir hastaya ulaşabilmesi için görünmeyen büyük bir sistem harekete geçiyor. Sağlık çalışanları, laboratuvar uzmanları, lojistik ekipleri ve gönüllüler aynı zincirin farklı halkalarını oluşturuyor. 29 Ekim - 4 Kasım Kızılay Haftası ise tam da bu dayanışmayı hatırlamak için anlamlı bir fırsat sunuyor: Bazen bir insanın hayatına dokunmanın yolu, yalnızca birkaç dakikanızı ayırmaktan geçiyor.

Yolculuk Bağış Noktasında Başlıyor

Bir kan bağışının ilk adımı aslında kanın alınmasından önce atılıyor. Bağışçı adayları bilgilendirme ve sorgulama formunu doldurduktan sonra kayıt sürecinden geçiyor; kan sayımı, tansiyon, nabız, ateş ve vücut ağırlığı gibi temel kontroller gerçekleştiriliyor. Ardından doktor tarafından yapılan değerlendirme sonucunda bağışın kişi ve kanı alacak hasta açısından uygun olup olmadığına karar veriliyor.

Uygunluk sağlandığında ise sıra bağışa geliyor. Eğitimli sağlık personeli tarafından steril ve tek kullanımlık malzemelerle gerçekleştirilen kan alma işlemi yaklaşık 4-8 dakika sürüyor. Bağış tamamlandığında bağışçı dinlenmeye geçerken, kan torbasının yolculuğu devam ediyor.

Laboratuvarda Sessiz Bir Mesai

Kan bağışlandığı anda doğrudan hastaya verilmez. Öncelikle güvenli kullanım için gerekli laboratuvar süreçlerinden ve kontrollerden geçirilir. Kan gruplamasının yanı sıra gerekli tarama ve doğrulama işlemleri gerçekleştirilerek bağışın hasta için güvenli olması amaçlanır.

Kan aynı zamanda farklı bileşenlerine ayrılarak ihtiyaç doğrultusunda kullanılabilir. Eritrosit, trombosit ve plazma gibi bileşenlerin her biri farklı

hastaların tedavisinde görev üstlenebilir. Böylece bağışlanan tek bir ünite, farklı ihtiyaçların karşılanmasına katkı sağlayabilecek değerli bir sağlık kaynağına dönüşür.

Soğuk Zincirde Zamana Karşı Yolculuk

Laboratuvar sürecinin ardından bu kez lojistik zinciri devreye girer. Hazırlanan kan bileşenlerinin uygun koşullarda muhafaza edilmesi ve ihtiyaç bulunan sağlık kuruluşlarına güvenli şekilde ulaştırılması gerekir.

Bu aşamada zaman büyük önem taşır. Bir hastanenin acil servisinde kan kaybeden bir hasta, ameliyata hazırlanan biri veya düzenli olarak kan desteğine ihtiyaç duyan başka bir kişi zincirin sonunda bekliyor olabilir. Kanın toplanmasından işlenmesine, saklanması hastaneye ulaştırılmasına kadar gerçekleştirilen her işlem, aslında aynı amaca hizmet eder: İhtiyaç anında kanın hazır bulunmasını sağlamak.

Bir Torbadan Çok Daha Fazlası

Kan bağışını anlamlı kılan belki de en önemli ayrıntı, bağışçı ile kanı alan kişinin çoğu zaman birbirini hiç tanımasıdır. Bir insan, adını ve hikâyesini bilmediği başka bir insan için gönüllü olur. Karşılığında hiçbir şey beklemeden yapılan bu paylaşım, toplumsal dayanışmanın en yalın örneklerinden biridir.

Üstelik kan üretilen ya da ihtiyaç anında herhangi bir kaynaktan temin edilebilen sıradan bir ürün değildir. Sağlık sisteminin kan ihtiyacının sürdürülebilir biçimde karşılanabilmesi, gönüllü bağışçıların düzenli katılımına bağlıdır. Bu nedenle kan bağışı yalnızca acil durumlarda hatırlanacak bir sorumluluk olmaktan çıkarak toplumsal bir alışkanlığa dönüştüğünde çok daha güçlü bir anlam kazanır.

Kızılay Haftası: İyiliği Çoğaltmanın Zamanı

Kızılay Haftası, bir kurumun çalışmalarını hatırlamanın ötesinde, yardımlaşmanın toplumları nasıl ayakta tuttuğunu düşünmek için de önemli bir zaman dilimidir. Kan bağışından afet yardımına, gönüllülüğünden sosyal dayanışmaya uzanan bu anlayışın merkezinde insanın insana uzattığı el bulunur.

Bir damla kanın yolculuğu da aslında bu düşüncenin küçük bir özeti gibidir. Bağış noktasında başlayan yol; sağlık çalışanlarının emeği, laboratuvarların titizliği ve lojistik ekiplerinin sorumluluğuyla devam eder. Sonunda ise belki bir çocuğun, bir annenin, bir babanın ya da hiç tanımadığımız birinin yaşamına ulaşır.

Çünkü dayanışma bazen büyük şeyler yapmakla başlamaz, bazen yalnızca kolunuzu uzatmanız yeterlidir.

Bağışlanan her kanın arkasında güvenliği, sürekliliği ve doğru zamanda doğru hastaya ulaşmayı sağlayan büyük bir emek bulunuyor



90 DAKİKANIN EKONOMİSİ: FUTBOLUN OYUNDAN ENDÜSTRİYE DÖNÜŞÜMÜ

Futbolun en büyük paradoksu, dünyanın en basit oyunlarından birinin zamanla dünyanın en karmaşık endüstrilerinden birine dönüşmüş olmasıdır

Bir top, iki kale, 22 oyuncu ve 90 dakika... Oyunun temel tarifini değiştiren hiçbir şey olmadı. Buna rağmen futbolun etrafında oluşan ekonomik, kültürel ve teknolojik yapı, oyunun kendisinden çok daha büyük bir organizasyona dönüştü.

Bunun en görünür örneklerinden biri, Dünya Kupası gibi organizasyonların artık yalnızca maçlardan ibaret olmaması. Yayın hakları, sponsorluklar, reklam kuşakları ve dijital içeriklerden oluşan dev bir ekonomik ekosistemden söz ediyoruz.

Çocukken sokaklarda oynadığımızda futbolun ekonomik değerini düşünmeyiz. Bir forma, o an için yalnızca formadır. Bir stadyum, maç izlenen yerdir. Futbolcu, sahada en iyisini yapabilmek için mücadele eden kişidir. Taraftar ise takımının peşinden giden insandır.

Bugün ise aynı nesnelere başka isimler veriyoruz: marka değeri, stadyum deneyimi, sporcu markası, taraftar segmentasyonu, yayın ürünü, sponsorluk envanteri...

Futbol hâlâ aynı futbol. Fakat onu çevreleyen dünya artık aynı değil.

Sokak Aralarından Küresel Pazara

Futbolun ilk dönemlerinde kulüplerin ekonomik ve kültürel kimliği büyük ölçüde bulundukları şehirle sınırlıydı. Kulüp, bulunduğu mahallenin, semtin veya şehrin bir parçasıydı. Taraftarlık da doğal olarak bu yerellik üzerinden şekillenen bir kavramdı.

Bugün Çorum'da doğan bir çocuk, Manchester United, Barcelona, Real Madrid veya Liverpool taraftarı olabiliyor. Aynı anda yaşadığı şehrin takımını da destekleyebiliyor. Çünkü televizyon, internet ve sosyal medya futbolun coğrafi sınırlarını ortadan kaldırdı.

Bu dönüşümde en kritik rol televizyon yayınlarının oldu.

Bu yayınlar futbolu, stadyumda oynanan bir etkinlik olmaktan çıkıp dünyanın her yerinde tüketilebilen bir içeriğe dönüştürdü. Böylece futbolun ekonomik ölçeği de büyüdü.

Artık kulüpler yalnızca bilet satmıyor. Yayın hakkı satıyor, forma satıyor, sponsorluk alanı satıyor, dijital üyelik satıyor, lisanslı ürün satıyor, stadyum isim hakkı satıyor, hatta taraftarın kulüple kurduğu duygusal bağı bile yeni ürünlere dönüştürüyor.

Futbolun ekonomik değeri, aslında ekonomik olmayan bir şeyden doğuyor: Duygudan

Futbolun endüstrileşmesinin temelinde aslında çok basit bir denklem var:

Daha fazla izleyici = daha fazla görünürlük = daha fazla ekonomik değer.

Futbolcudan Markaya

Bu dönüşüm, oyuncuların kimliğini de değiştirdi.

Eskiden futbolcunun temel sermayesi sahadaki performansıydı. Bugün hâlâ en önemli sermayesi bu. Ancak artık tek başına yeterli değil. Futbolcunun marka değeri, sosyal medya erişimi, temsil ettiği coğrafyalar ve oluşturabileceği ticari etki de transfer kararlarının bir parçası hâline geliyor.

Bunun en güncel ve çarpıcı örneklerinden biri Mohamed Salah'ın Trabzonspor'a transferi.

Trabzonspor burada yalnızca bir futbolcu transfer etmedi. Aynı zamanda küresel ölçekte güçlü bir kişisel markaya sahip bir futbolcunun değerini, kendi markasının içine dahil etti.

Salah'ın Trabzonspor'a gelişiyle birlikte kulübün yalnızca sportif gündemi değil, medya görünürlüğü de değişti. Transfer dünya basınında geniş yer buldu; Trabzonspor'un sosyal medya içerikleri uluslararası ölçekte ilgi gördü. Hatta Salah'ın transferinin Mısır ve Arap dünyasından Trabzon'a yönelik turizm ve ziyaretçi ilgisini artırabileceği tartışılmaya başlandı.



Fuzul Marka İletişim Yöneticisi
Emre Göroğulları

Burada futbol ekonomisinin geldiği noktayı görmek mümkün.

Bir oyuncunun transferi artık yalnızca “Bu futbolcu bize kaç gol atar?” sorusuyla ölçülüyor.

“Bize kaç yeni izleyici kazandırır?”

“Kaç forma sattırır?”

“Hangi pazarlarda görünürlüğümüzü artırır?”

“Sponsorluk değerimizi ve kulübün marka bilinirliğini nasıl etkiler?”

soruları da aynı masada yer alıyor.

Salah'ın Trabzonspor'a transferi bu açıdan yalnızca bir futbol transferi değil, aynı zamanda bir marka transferi olarak da okunabilir.

Modern futbolda futbolcunun değeri artık yalnızca ayağında değil. Etkisinde.

Taraftar mı, Müşteri mi?

Endüstriyel futbolun en tartışmalı tarafı belki de burada başlıyor.

Futbol kulüpleri taraftara ihtiyaç duyuyor. Ancak aynı zamanda taraftarı ekonomik bir aktör olarak analiz ediyor.

■ Hangi yaş grubunda?

■ Hangi şehirde yaşıyor?

■ Hangi ürünleri satın alıyor?

■ Maçları hangi platformdan izliyor?

■ Kulübün dijital içeriklerini ne kadar tüketiyor?

Bu sorular, günümüz futbol ekonomisinin olağan parçaları hâline geldi.

Taraftarın davranışları birer veri hâline geldi. Böylece veri, pazarlama stratejisine; pazarlama stratejisi ise gelire dönüştü. Taraftar artık yalnızca tribündeki insan değil, kulübün CRM sistemindeki bir kullanıcıdır.

Burada futbolun kendine özgü bir özelliği devreye giriyor: Taraftarlık, normal bir tüketici ilişkisi değil.

Bir kahve markasını değiştirebilirsiniz. Telefon markanızı değiştirebilirsiniz. Hatta otomobilinizi bile değiştirebilirsiniz.

Ama takımınızı değiştirmek o kadar kolay değildir.

İşte kulüplerin en büyük ekonomik avantajı da burada yatıyor. Taraftarlık, sıradan bir tüketici ilişkisinden çok daha güçlü bir duygusal bağ meydana getiriyor.

Bu nedenle futbol, pazarlanabilir olmasına rağmen tamamen satın alınabilir bir ürün değil.

Forma satın alınabilir.

Bilet satın alınabilir.

Yayın paketi satın alınabilir.

Ama aidiyet satın alınamaz.

Endüstrinin bütün başarısına rağmen futbolun hâlâ ayakta kalmasını sağlayan şey belki de tam olarak bu.

Futbol Artık Bir Medya Ürünü

Bugün büyük bir futbol karşılaşmasını yalnızca 90 dakika olarak değerlendirmek neredeyse imkânsız.

Maçtan önce başlayan yayınlar, analizler, sosyal medya içerikleri, taraftar videoları, sponsorluk kampanyaları ve



maç sonu tartışmalarıyla birlikte tek bir karşılaşma günlerce tüketilebiliyor.

Bu yüzden bir futbol maçı artık sadece maç değildir.

Bir içerik paketidir.

Bu nedenle kulüpler ve federasyonlar yalnızca iyi takım kurmaya değil, iyi içerik üretmeye de çalışıyor.

Kısa videolar, kamera arkası görüntüler, oyuncu röportajları, sosyal medya özel içerikleri, dijital üyelikler...

Futbol artık sahada oynanıyor ama hikâyesi ekranlarda büyüyor.

Burada pazarlamanın gücü devreye giriyor. İyi pazarlanan bir hikâye, bazen sportif başarının kendisi kadar görünürlük sağlayabiliyor.

Ancak bunun bir riski de var.

Futbolun sürekli “ürünleştirilmesi”, oyunun kendisini geri plana itebilir.

Çünkü futbolun büyüleyici tarafı hâlâ pazarlama departmanlarının kontrol edemediği şeylerde saklı: Son dakika golünde, beklenmedik bir geri dönüşte, yağmur altında oynanan bir derbide veya yıllardır kazanamayan bir takımın şampiyonluk anında.

Bunların hiçbirinin pazarlama planında garanti edilebilen bir karşılığı yok. Hiçbir marka son dakika golünü, beklenmedik bir mağlubiyeti, tarihi bir geri dönüşü veya bir takımın turnuvada ne kadar ilerleyeceğini satın alamaz.

Futbolun hâlâ bu kadar güçlü olmasının nedeni biraz da bu kontrol edilemezliği.

Türkiye'nin Denklemindeki Problem

Türkiye'de futbolun endüstrileşmesi ise daha farklı bir hikâyeye sahip.

Türkiye'deki temel problem taraftar eksikliği değil, taraftarın ekonomik değerinin yeterince derinleştirilememesi. Başka bir ifadeyle Türkiye'nin problemi taraftar bulmak değil, mevcut taraftarı sürdürülebilir ve çeşitlendirilmiş bir gelir modelinin merkezine yerleştirmek.

Büyük kulüpler milyonlarca taraftara sahip olmasına rağmen bu kitleyi çeşitlendirilmiş, sürdürülebilir ve yüksek katma değerli gelir kanallarına dönüştürme konusunda Avrupa'nın önde gelen kulüplerinin gerisinde kalıyor.

Transfer harcamaları ile sportif başarı beklentisi arasındaki ilişki de bu kırılganlığı artırıyor.

Kulüpler bazen ekonomik gerçeklik ile taraftar beklentisi arasında sıkışıyor.

Taraftar yıldız futbolcu istiyor.

Yönetim başarı istiyor.

Sponsor görünürlük istiyor.

Yayıncı rekabet istiyor.

Kulüp ise bütün bunları finanse etmek zorunda kalıyor.

Sonuçta futbol yönetimi, yalnızca sportif bir mesele olmaktan çıkıyor. Finans, hukuk, iletişim, pazarlama ve teknoloji aynı masada buluşuyor.

Peki Futbol Ne Kaybetti?

Endüstrileşme futbola çok şey kazandırdı.

Daha iyi stadyumlar, daha kaliteli yayınlar, daha profesyonel altyapılar, oyuncular için daha iyi çalışma koşulları, küresel erişim ve devasa ekonomik fırsatlar...

Ama bazı şeylerin de değiştiği açık.

Forma artık sadece forma değil.

Stadyum artık sadece stadyum değil.

Futbolcu artık sadece futbolcu değil.

Taraftar da yalnızca tribünde oturan kişi değil.

Hepsi aynı anda birer ekonomik değere dönüştü.

Belki de futbolun dönüşümünü doğru anlayanın yolu "Endüstriyel futbol kötü mü, iyi mi?" sorusunu sormaktan geçmiyor.

Asıl soru şu:

Futbol endüstrileşirken, endüstri futbolun ne kadarını değiştirebilir?

Çünkü futbolun ekonomik değeri, aslında ekonomik olmayan bir şeyden doğuyor.

Duygudan.

İnsanların bir takıma bağlanmasından, bir oyuncuyu kahramanlaştırmamasından, bir şehrin aynı renkler etrafında birleşmesinden...

Milyonlarca liralık sponsorluk anlaşmalarının, milyarlarca dolarlık yayın sözleşmelerinin ve dev transfer bedellerinin arkasındaki asıl ürün hâlâ aynı:

Bir topun iki direğin arasından geçmesi.

Ve milyonlarca insanın o anda ayağa kalkması.

Futbolun bütün endüstriyel dönüşümüne rağmen değişmeyen en değerli tarafı belki de budur.

Çünkü futbolun ekonomisi büyüyebilir, teknolojisi değişebilir, yayın modeli dönüşebilir, futbolcular küresel markalara dönüşebilir.

Ama sonunda bütün hesaplar yine 90 dakikaya çıkar.

Ve o 90 dakikada hiçbir pazarlama departmanı sonucu tam olarak satın alamaz.

Belki de futbolu hâlâ futbol yapan şey tam olarak budur.

Taraftarlık, sıradan bir tüketici ilişkisinden çok daha güçlü bir duygusal bağ meydana getiriyor



EĞİTİM HARCAMALARINDA AKILLI PLANLAMA

Okula dönüş dönemi, doğru planlanan bir bütçeyle hem eğitim ihtiyaçlarını eksiksiz karşılamamanın hem de gereksiz harcamaların önüne geçmenin mümkün olduğunu gösterir

Yeni eğitim-öğretim yılı yaklaşırken ailelerin gündeminde okul hazırlıkları önemli bir yer tutuyor. Kırtasiye malzemeleri, okul kıyafetleri, servis, beslenme giderleri ve yardımcı kaynaklar derken eğitim harcamaları kısa sürede bütçeyi zorlayabiliyor. Ancak ihtiyaçları doğru belirlemek, alışverişi planlı yapmak ve alternatif çözümleri değerlendirmek sayesinde bu dönemi daha kontrollü geçirmek mümkün. Küçük gibi görünen tasarruf adımları, eğitim kalitesinden ödün vermeden aile bütçesine önemli katkılar sağlayabilir.

Alışverişe Listeyle Başlayın

Eğitim harcamalarını kontrol altında tutmanın ilk adımı, ihtiyaçları net şekilde belirlemektir. Alışverişe çıkmadan önce mevcut okul malzemeleri gözden geçirilmeli, kullanılabilecek ürünler yeniden değerlendirilmelidir. Geçen yıldan kalan sağlam çantalar, kalem kutuları, cetveller veya yardımcı ekipmanlar yeniden kullanılabilir. Gereksiz harcamaların önüne geçilebilir.

Hazırlanacak alışveriş listesi, zorunlu ihtiyaçlar ve daha sonra alınabilecek ürünler şeklinde sınıflandırılabilir. Böylece alışveriş sırasında plansız satın almaların önüne geçilir ve bütçe daha verimli yönetilir. Listeye sadık kalmak, özellikle kampanya dönemlerinde ortaya çıkabilen gereksiz harcamaları azaltmanın en etkili yollarından biridir.



Kırtasiye Harcamalarında Tasarruf Mümkün

Kırtasiye ürünleri eğitim bütçesinin önemli kalemlerinden biridir. Ancak her ürün için en yüksek fiyatlı seçeneği tercih etmek çoğu zaman gerekli değildir. Kalite ve güvenlik standartlarını karşılayan, dayanıklı ve işlevsel ürünler tercih edildiğinde ekonomik ve uzun ömürlü bir alışveriş yapılabilir.

İhtiyaç duyulan ürünleri kampanya dönemlerinde satın almak, toplu alımlardan yararlanmak ve farklı mağazaların fiyatlarını karşılaştırmak da bütçe açısından avantaj sağlar. Özellikle sık kullanılan defter, kalem ve boya gibi ürünlerde yapılan bilinçli seçimler toplam harcamada hissedilir bir fark oluşturabilir.

İkinci El Kaynaklardan Yararlanın

Ders kitapları, yardımcı kaynaklar ve bazı eğitim materyalleri her yıl yeniden satın alınmak zorunda olmayabilir. Özellikle değişmeyen içeriklere sahip kaynaklar, güvenilir ikinci el platformlarından veya okul çevresindeki paylaşım gruplarından temin edilebilir.

Birçok okulda üst sınıflardan alt sınıflara kaynak kitap paylaşımı yapılması ekonomik olduğu kadar sürdürülebilir bir yaklaşım da sunar. Kullanılabilir durumdaki kitapların yeniden değerlendirilmesi yalnızca aile bütçesine katkı sağlamaz, aynı zamanda israfın azalmasına da destek olur.

Benzer şekilde okul kıyafetleri veya kullanılabilir durumdaki bazı

ekipmanlar da ihtiyaç sahipleri arasında paylaşılabilir ya da ikinci el olarak değerlendirilebilir.

Dijital Eğitim Araçlarını Verimli Kullanın

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte eğitim materyallerinin önemli bir bölümü dijital ortama taşındı. Çevrim içi ders içerikleri, ücretsiz eğitim platformları, dijital kütüphaneler ve mobil uygulamalar öğrencilerin bilgiye daha kolay ulaşmasını sağlıyor.

Ücretsiz veya uygun maliyetli dijital kaynaklar sayesinde basılı materyal ihtiyacı azalabilir. Ancak dijital araçların seçimi yapılırken içerik kalitesi, güvenilirliği ve öğrencinin yaşına uygunluğu mutlaka dikkate alınmalıdır. Doğru kullanılan dijital eğitim araçları, öğrenme sürecini desteklediği gibi eğitim harcamalarının daha dengeli yönetilmesine de katkı sunar.

Bütçeyi Tüm Eğitim Yılı İçin Planlayın

Okul alışverişi yalnızca eğitim yılının başlangıcındaki harcamalardan ibaret değildir. Yıl boyunca düzenli olarak ortaya çıkabilecek kırtasiye ihtiyaçları, sosyal etkinlikler, ulaşım, beslenme ve ek kaynak giderleri de bütçe planlamasına dâhil edilmelidir.

Aylık eğitim bütçesi oluşturmak, beklenmeyen harcamalara karşı küçük bir pay ayırmak ve dönem içinde yapılan harcamaları düzenli takip etmek, finansal kontrolü kolaylaştırır. Böylece yılın ilk aylarında yapılan yoğun harcamaların ilerleyen dönem-



lerde aile bütçesi üzerinde oluşturabileceği baskı azaltılabilir.

Eğitim, geleceğe yapılan en değerli yatırımlardan biridir. Bu yatırımı planlı ve bilinçli şekilde yönetmek ise hem çocukların ihtiyaçlarını eksiksiz karşılamaya hem de aile bütçesini korumaya yardımcı olur. İhtiyaç odaklı alışveriş yapmak, tasarruf sağlayan alternatifleri değerlendirmek ve dijital imkânlardan yararlanmak, okula dönüş dönemini daha ekonomik ve daha sürdürülebilir hâle getirmenin en etkili yolları arasında yer alır.

Planlı yapılan her eğitim harcaması, aile bütçesini korurken çocukların ihtiyaçlarının eksiksiz karşılanmasına da katkı sağlar

YIL SONUNA DOĞRU FİNANSAL KONTROL

Doğru bir yıl sonu değerlendirmesi, finansal hedeflerinizi güncellemenin ve geleceğe daha güvenle bakmanın anahtarıdır

Yılın son çeyreği yaklaşırken pek çok kişi yeni yıl planlarını düşünmeye başlıyor. Ancak yeni hedefler belirlemeden önce mevcut finansal tabloyu doğru analiz etmek büyük önem taşıyor. Geride kalan ayların gelir ve gider dengesini değerlendirmek, bütçe performansını ölçmek ve tasarruf alışkanlıklarını yeniden şekillendirmek, finansal açıdan daha kontrollü bir başlangıç yapılmasını sağlar. Küçük görünen düzenlemeler bile uzun vadede önemli kazanımlar oluşturabilir.

Finansal Hedefleri Yeniden Değerlendirin

Yıl başında belirlenen hedefler, zaman içinde değişen koşullar nedeniyle güncelliğini yitirebilir. Gelir seviyesindeki değişiklikler, beklenmeyen harcamalar veya farklı öncelikler, bütçe planının yeniden ele alınmasını gerektirebilir. Bu nedenle yıl sonu, belirlenen hedeflere ne ölçüde ulaşıldığını değerlendirmek için en doğru dönemlerden biridir.

Tasarruf hedefleri, yatırım planları, borç ödeme süreçleri ve büyük harcama planları tek tek incelenmelidir. Hangi hedeflerin gerçekleştiği, hangilerinin ertelendiği ve bunun nedenleri analiz edildiğinde, yeni yıl için daha gerçekçi ve uygulanabilir bir yol haritası oluşturmak mümkün olur.

Gelir ve Gider Dengesini Analiz Edin

Sağlıklı bir bütçe yönetiminin temelinde düzenli takip yer alır. Son bir yıl içerisindeki gelir ve gider kalemlerini incelemek, harcama alışkanlıklarını daha net görmeye yardımcı olur. Özellikle abonelikler, sık tekrar eden küçük ödemeler ve plansız alışverişler, fark edilmeden bütçede önemli pay oluşturabilir.

Harcamaları zorunlu, isteğe bağlı ve ertelenebilir kategorilere ayırmak, gereksiz maliyetleri belirlemeyi kolaylaştırır. Böylece yeni yıl bütçesi hazırlanırken kaynaklar daha verimli kullanılabilir ve tasarruf oranı artırılabilir.

Birikim ve Acil Durum Fonunu Güçlendirin

Yıl sonu değerlendirmesi yapılırken yalnızca harcamalara değil, birikimlere de odaklanmak gerekir. Beklenmedik sağlık giderleri, araç masrafları veya iş hayatındaki değişiklikler gibi durumlar için oluşturulan acil durum fonu, finansal güvenliğin önemli unsurlarından biridir.

Mevcut birikimlerin hedeflenen seviyeye ula-

şıp ulaşmadığı kontrol edilmeli, eksik kalan tutarlar için yeni bir tasarruf planı hazırlanmalıdır. Düzenli ve küçük miktarlarda yapılan birikimler, zaman içerisinde önemli bir finansal güvence oluşturabilir.

Borçları ve Finansal Yükümlülükleri Gözden Geçirin

Kredi, kredi kartı veya farklı finansal yükümlülüklerin yıl sonuna gelmeden yeniden değerlendirilmesi fayda sağlar. Faiz yükü oluşturan borçların önceliklendirilmesi ve ödeme planlarının güncellenmesi, yeni yıla daha dengeli bir bütçeyle girilmesine katkı sunar.

Aynı zamanda otomatik ödeme talimatları, sigorta poliçeleri ve düzenli finansal yükümlülükler de kontrol edilmelidir. Kullanılmayan hizmetlerin iptal edilmesi veya daha avantajlı alternatiflerin değerlendirilmesi, yıllık bütçede önemli bir rahatlama sağlayabilir.

Yeni Yıl İçin Gerçekçi Bir Bütçe Oluşturun

Yıl sonu değerlendirmesinin en önemli çıktısı, yeni döneme yönelik uygulanabilir bir bütçe planı hazırlamaktır. Geçmiş yılın verileri dikkate alınarak oluşturulan bütçe, yalnızca gelir ve gider tahmini yapmakla kalmaz, aynı zamanda finansal hedeflerin daha kontrollü şekilde ilerlemesine de yardımcı olur.

Bütçe planında tasarruf payı, yatırım hedefleri, olası riskler ve beklenmeyen harcamalar için ayrılan kaynak mutlaka yer almalıdır. Böylece yıl içerisinde ortaya çıkabilecek değişikliklere karşı daha esnek hareket etmek mümkün olur.

Finansal kontrol, yalnızca yıl sonunda yapılan bir değerlendirme değildir. Ancak yılın son ayları, mevcut tabloyu objektif biçimde analiz etmek ve yeni başlangıçlara hazırlıklı girmek için önemli bir fırsat sunar. Düzenli bütçe takibi, bilinçli harcama alışkanlıkları ve gerçekçi hedeflerle desteklenen bir finansal plan, hem bugünün hem de geleceğin ekonomik güvenliğine katkı sağlar.



Finansal başarı, mevcut kaynakları bilinçli yönetebilmekle mümkündür; düzenli bütçe kontrolü, küçük tasarrufları uzun vadeli finansal güvenceye dönüştürür.

SONBAHARIN GİZLİ TAKVİMİ

Sonbahar, doğanın yalnızca birkaç haftalığına görünür olan eşsiz dönüşümlerini izlemek isteyenler için her yıl yeniden yazılan benzersiz bir takvim sunar

Yılın hiçbir dönemi doğanın değişimini sonbahar kadar belirgin hissettirmez. Yazın canlı yeşilleri yavaş yavaş sarıya, kıızıla ve bakıra dönüşürken gökyüzü binlerce kilometrelik yolculuklara çıkan kuşların kanat sesleriyle hareketlenir. Ovalarda ve bağlarda hasat telaşı yaşanır, ormanlar kısa süreliğine en görkemli renklerine kavuşur, bazı bitkiler ise sadece bu mevsime özgü güzelliklerini sergiler. Tüm bu değişimler, aslında doğanın her yıl büyük bir düzen içinde işleyen gizli takviminin parçalarıdır. Bu takvimi takip edenler için sonbahar yalnızca bir mevsimden ibaret değildir; gözlem, keşif ve doğayla yeniden bağ kurma zamanıdır.

Eylül: Göç Yolculuğu Başlıyor

Sonbaharın ilk işaretlerinden biri kuş göçleridir. Günlerin kısaltmaya, sıcaklıkların düşmeye başlamasıyla birlikte

milyonlarca kuş daha sıcak bölgelere doğru uzun yolculuklarına çıkar. Türkiye, Avrupa ile Afrika arasında uzanan en önemli göç koridorlarından biri üzerinde yer aldığı için her sonbaharda yüzlerce kuş türüne ev sahipliği yapar.

Leylekler, yırtıcı kuşlar, pelikanlar, turnalar ve birçok ötücü kuş, boğazlar, kıyılar ve sulak alanlar üzerinden güneye ilerler. İstanbul Boğazı, Çanakkale Boğazı, Manyas Kuş Cenneti, Gediz Deltası, Kızılırmak Deltası ve Bafa Gölü çevresi bu göçü gözlemlemek isteyen doğaseverlerin en çok tercih ettiği noktalar arasında yer alır.

Kuşların gökyüzünde oluşturdukları düzenli sürüler yalnızca etkileyici bir manzara sunmaz; aynı zamanda doğadaki mevsimsel döngünün en önemli göstergelerinden biri olarak kabul edilir.



Eylül Sonu: İlk Renk Değişimleri

Kuşlar göç ederken ağaçlar da sessizce hazırlık yapmaya başlar. Gün ışığının azalmasıyla birlikte yapraklardaki klorofil çözünür ve yaz boyunca görünmeyen sarı, turuncu ile kırmızı pigmentler ortaya çıkar.

Bu dönüşüm birkaç gün içinde gerçekleşmez. Önce yüksek rakımlı bölgelerde başlayan renk değişimi, hava sıcaklıklarına bağlı olarak yavaş yavaş daha alçak bölgelere iner. Böylece sonbaharın ilk haftalarından kasım ayına kadar farklı bölgelerde farklı renk manzaraları oluşur.

Yedigöller, Abant, Karagöl, Küre Dağları, Kaz Dağları, Istranca Ormanları ve Belgrad Ormanı bu renk şölenini en etkileyici biçimde izleyebileceğiniz doğal alanlar arasında yer alır. Sabah saatlerinde sisle birleşen sarı ve kırmızı tonlar, sonbaharın en karakteristik görüntülerini oluşturur.



Ekim: Ormanların En Görkemli Dönemi

Ekim ayı, sonbaharın en renkli zamanıdır. Orman ekosistemi bu dönemde görsel anlamda olduğu kadar biyolojik açıdan da yoğun bir hareketlilik yaşar. Dökülen yapraklar toprağı beslerken pek çok canlı kış hazırlıklarını tamamlar. Sincaplar tohum depolar, kuşlar son göçlerini gerçekleştirir, mantarlar nemli topraklarda görünmeye başlar ve orman tabanı yaşamla dolup taşar. Bu nedenle sonbahar yürüyüşleri güzel manzaraları izlemenin yanında, doğanın işleyişini gözlemlemek için de önemli bir fırsat sunar.

Serin hava sayesinde uzun yürüyüş rotaları daha keyifli hâle gelir. Doğa fotoğrafçıları için ise gün doğumu ve gün batımı saatleri, altın renkli ışığın en etkileyici kareleri oluşturduğu dönemdir.





Sonbaharın Sessiz Kahramanları: Mevsim Bitkileri ve Çiçekleri

İlkbahar kadar bilinmese de sonbaharın da kendine özgü bitkileri vardır. Krizantem, sıklamen, safran çiçeği, güz çiğdemi ve bazı yabani otsu bitkiler bu dönemde doğaya renk katar.

Özellikle Anadolu'nun farklı bölgelerinde yetişen güz çiğdemleri, sonbaharın en dikkat çekici doğal güzelliklerinden biridir. Safran çiçeği ise kısa çiçeklenme dönemine rağmen sonbaharın en özel bitkileri arasında yer alır. Bu bitkilerin açma zamanları, bölgenin sıcaklığına ve yağış miktarına göre birkaç hafta değişiklik gösterebilir.

Doğa yürüyüşlerinde bu bitkileri sadece gözlemlemek bile doğal yaşamın korunmasına katkı sağlamanın en doğru yollarından biridir.

Hasat Mevsimi: Toprağın Emeği Sofralara Ulaşıyor

Sonbaharın en köklü geleneklerinden biri de hasat dönemidir. Yaz boyunca emek verilen ürünler bu aylarda toplanır ve yeni sezon için hazırlıklar başlar.

Üzüm, zeytin, elma, armut, ayva, nar, ceviz, kestane, fındık ve balkabağı gibi birçok ürün sonbaharda hasat edilir. Türkiye'nin farklı bölgelerinde gerçekleştirilen yerel etkinlikler, üreticilerle ziyaretçileri aynı atmosferde buluşturur. Hasat döneminde düzenlenen şenliklerde yöresel ürünler tanıtılır, el sanatları sergilenir, geleneksel gösteriler gerçekleştirilir ve yerel mutfak kültürü ön plana çıkar.

Bu etkinlikler tarımsal üretimin devamını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda kültürel mirasın da gelecek nesillere aktarılmasını mümkün kılar.



Kasım: Doğa Dinlenmeye Hazırlanıyor

Kasım ayıyla birlikte sonbaharın son perdesi açılır. Yaprak dökümü büyük ölçüde tamamlanır, göç eden kuşların sayısı azalır ve doğa kış mevsimine hazırlanır.

Bu dönem, sessizliği seven doğa tutkunları için ayrı bir güzellik sunar. Kalabalıkların azaldığı yürüyüş parkurları, sisle kaplanan göller ve yapraklarla örtülü patikalar farklı bir atmosfer oluşturur. Yağışların artmasıyla birlikte dere ve şelaleler daha canlı görünür, ormanlar ise dingin bir görünüme kavuşur.

Kasım aynı zamanda doğanın dinlenme döneminin başlangıcıdır. İlkbaharda yeniden başlayacak yaşam döngüsünün temelleri, aslında bu sessiz hazırlık sürecinde atılır.

Sonbaharın Takvimini Kaçırmayın

Sonbaharın sunduğu güzellikler kalıcı değildir. Kuş göçleri birkaç hafta içinde tamamlanır, yaprakların renk değişimi hava koşullarına göre kısa sürede sona erer ve hasat dönemi yerini kış hazırlıklarına bırakır. Bu nedenle doğanın gizli takvimini takip etmek, mevsimin sunduğu eşsiz anlara tanıklık edebilmenin en güzel yoludur.

Takvimlerde sonbahar yalnızca üç ay olarak görünse de doğanın takviminde her hafta yeni bir değişim yaşanır. Gökyüzünde süzülen kuşlardan sarı ve kırmızı ormanlara, sonbahar çiçeklerinden hasat telaşı yaşayan kasabalara kadar uzanan bu kısa ama büyüleyici dönem, doğanın zamanı nasıl ustalıkla yönettiğini gösterir. Bazen doğru zamanda doğru yerde olmak, bir mevsimin bütün hikâyesini görmeye yeter.



Doğanın takviminde her hafta farklı bir değişim yaşanır ve sonbaharın güzelliği, bu kısa süreli dönüşümleri zamanında fark edebilenlere kendini gösterir

SONBAHARIN RENKLERİ TUVALE NASIL YANSIDI?

Sonbahar, doğanın renk değiştiren yüzünü manzaralarla birlikte sanat tarihinin en unutulmaz tablolarına da taşıyan ilham verici bir mevsimdir

Sonbahar, doğanın en şiirsel dönüşümünü gözler önüne seren mevsimlerden biridir. Yeşilin yerini sarı, turuncu, kırmızı ve kahverenginin aldığı bu kısa dönem, doğaseverlerin yanında yüzyıllardır ressamları da büyülemiştir. Işığın yumuşaması, gölgelerin uzaması ve yaprakların sessizce toprağa karışması, sanatçılar için güçlü bir anlatım dili oluşturmuştur. Dünya sanatında olduğu kadar Türk resim sanatında da sonbahar, kimi zaman huzurun ve dinginliğin kimi zaman ise geçiciliğin, değişimin ve zamanın simgesi olarak tuvalere yansımıştır.

Sonbaharın Renk Paleti

Sanatta sonbahar denildiğinde akla ilk olarak sıcak renklerin hâkim olduğu kompozisyonlar gelir. Altın sarısı ağaçlar, kırmızı yapraklar, sisli sabahlar ve dingin göller ressamların en sık başvurduğu

imgeler arasındadır. Ancak sonbahar tablolarını etkileyici kılan yalnızca renk seçimi değildir. Mevsimin taşıdığı duygu, ışığın değişimi ve doğadaki dönüşüm de eserlerin atmosferini belirleyen temel unsurlardır.

Empresyonizm akımının öncü isimleri, özellikle açık havada yaptıkları çalışmalarla sonbaharın değişken ışığını ve renk geçişlerini büyük ustalıkla yansıttılar. Böylece sonbahar yalnızca resmedilen bir manzara olmaktan çıktı, izleyicinin hissedebildiği bir duygu hâline geldi.

Dünya Sanatında Sonbaharın İzleri

Sonbahar temalı eserlerden söz edildiğinde ilk akla gelen isimlerden biri hiç kuşkusuz Claude Monet'dir. Ressamın sonbahar manzaralarında su yüzeyindeki yansımalar, sararmış ağaçlar ve gün ışığının farklı saatlerde oluşturduğu renk değişimleri dikkat çeker. Monet'nin tablolarında mevsim, doğanın sürekli değişen ritmini anlatır.

Vincent van Gogh ise sonbaharı daha yoğun ve hareketli fırça darbeleriyle yorumlamıştır. Özellikle sarı ve turuncunun güçlü kullanımı, mevsimin enerjisini ve doğanın dönüşümünü izleyiciye hissettirir. Van Gogh'un ağaçlar ve kırsal alanları konu alan eserlerinde



Claude Monet - Seine Nehri'nde Sonbahar, Argenteuil (1871)



Hoca Ali Rıza
Beykoz, Avram Paşa Köşkü



John Atkinson Grimshaw
Autumn Gold



Gustav Klimt
Birch Forest

sonbahar, yaşam döngüsünün doğal bir parçası olarak karşımıza çıkar.

İngiliz ressam John Atkinson Grimshaw ise sonbaharın daha melankolik yüzünü resmetmiştir. Yağmur sonrası ıslak sokaklar, sisli akşamlar ve yapraklarla kaplı yollar, onun tablolarında romantik bir atmosfer oluşturur. Grimshaw'un eserleri, sonbaharın yalnızca renklerden ibaret olmadığını, sessizliği ve dinginliği de içinde barındırdığını gösterir.

Gustav Klimt'in doğa manzaraları da sonbaharın altın tonlarını farklı bir estetik anlayışla yorumlar. Dekoratif yaklaşımı ve zengin renk kullanımı sayesinde ağaçlar adeta bir mozağe dönüşür.

Türk Resminde Sonbaharın Sessiz Anlatısı

Türk resim sanatında da sonbahar, doğa sevgisinin ve peyzaj geleneğinin önemli konularından biri olmuştur. Özellikle Hoca Ali Rıza'nın İstanbul'un koruları, yolları ve kırsal bölgelerini konu alan çalışmalarında mevsimin dingin ruhu hissedilir. Abartısız renk kullanımı ve doğal kompozisyonlarıyla ressam, sonbaharın sakin güzelliğini yalın bir dille aktarmayı başarmıştır.

İbrahim Çallı'nın doğa resimleri de sonbaharın sıcak tonlarını empresyonist bir anlayışla yorumlayan önemli örnekler arasında yer alır. Işığın ağaçlar arasındaki oyununu ustalıkla kullanan sanatçı, mevsimin canlılığını ve geçiciliğini aynı karede buluşturur.

Halil Paşa'nın Boğaziçi ve doğa manzaralarında ise sonbaharın yumuşayan ışığı öne çıkar. Su kenarındaki ağaçlar, sararan yapraklar ve sakin gökyüzü, izleyiciye huzur veren bir atmosfer sunar.

Sonbahar Neden Sanatçıları Etkilemeye Devam Ediyor?

Her mevsimin kendine özgü bir estetik dili vardır ancak sonbahar, değişimin en görünür olduğu dönemdir. Yaprakların dökülmesi, doğanın dinlenmeye hazırlanması ve günlerin kısalması, sanatçılara görsellikle birlikte düşünsel anlamda da zengin bir anlatım alanı sunar. Bu nedenle sonbahar tablolarında çoğu zaman yalnızlık, dinginlik, hatıralar, umut ve yenilenme duyguları iç içe geçer.

Bugün dünyanın önde gelen müzelerinde sergilenen pek çok sonbahar temalı eser, ziyaretçileri taşıdığı duygusal derinlikle etkilemeyi başarıyor. Aynı şekilde Türk ressamlarının doğaya duydukları hayranlığı yansıtan çalışmalar, mevsimin Anadolu coğrafyasındaki farklı yüzlerini gözler önüne seriyor.

Sonbahar, her yıl birkaç haftalığına doğayı altın tonlarına bürür; sanat ise bu kısa zamanı kalıcı hâle getirir. Ressamların tuvaline yansıyan her yaprak, her gölge ve her ışık huzmesi, mevsimin geçici güzelliğini zamana meydan okuyan bir hatıra dönüşür. Belki de bu yüzden sonbahar, sanat tarihinin en ilham verici mevsimlerinden biri olmaya devam eder.

Ressamlar için sonbahar; zamanın, dönüşümün ve yaşam döngüsünün en etkileyici sembolüdür

HASAT ZAMANI: SONBAHARIN İLK LEZZETLERİ

Sonbahar, doğanın en bereketli armağanlarını sofralara taşıyarak mevsimsel beslenmenin en lezzetli dönemlerinden birini başlatır

Sonbaharın gelişi, havanın serinlemesiyle birlikte, tezgâhlarda yerini alan taptaze ürünlerle de hissedilir. Yazın canlı renkleri yerini toprağın sıcak tonlarına bırakırken üzüm, incir, nar, kestane, balkabağı ve ceviz gibi ürünler hasat edilerek sofralara ulaşır. Mevsiminde tüketilen bu besinler hem lezzetleri hem de yüksek besin değerleriyle sonbahar mutfağının vazgeçilmezleri arasında yer alır. Anadolu'nun köklü mutfak kültürü de bu bereketli dönemi yalnızca bir hasat zamanı olarak değil, paylaşmanın, üretmenin ve gelenekleri yaşatmanın simgesi olarak kabul eder.

Sonbaharın Bereketi Sofralara Taşınıyor

Her mevsimin kendine özgü ürünleri vardır ancak sonbahar, çeşitliliğiyle ayrı bir yere sahiptir. Bağ bozumu ile olgunlaşan üzümler, dalından koparılan incirler, taneleriyle dikkat çeken narlar ve ormanlardan toplanan kestaneler, doğanın döngüsünü en güzel şekilde yansıtır. Bunun yanında ceviz bahçelerinde başlayan hasat ve tarlalardan toplanan balkabakları, hem geleneksel mutfağı hem de yerel üretimi destekleyen önemli değerlerdir.

Mevsiminde tüketilen ürünler yalnızca daha aromatik ve lezzetli olmakla kalmaz, daha az işlenmiş olmaları sayesinde besin değerlerini de büyük ölçüde korur. Bu nedenle sonbahar, doğal ve dengeli beslenmek isteyenler için önemli bir fırsat sunar.

Sonbaharın her ürünü,
Anadolu'nun yüzyıllardır
süre gelen mutfak kültüründe
kendine özgü bir hikâye taşır



Nar ve İncir Anadolu Mutfakındaki Yeri

Nar ve incir, Anadolu'nun önemli kültürel sembelleri arasındadır. Bereketi temsil eden nar, özellikle Güneydoğu ve Akdeniz mutfağında salatalardan et yemeklerine kadar geniş bir kullanım alanına sahiptir. Narın en özel kullanımlarından olan nar ekşisi, birçok yemeğe karakteristik lezzet kazandırırken taze nar taneleri sofralara renk katar.

İncir ise Ege'nin en kıymetli ürünlerinden biridir. Taze olarak tüketilmesinin yanı sıra kurutularak yıl boyunca değerlendirilir. Cevizle birlikte hazırlanan incir tatlıları, reçeller ve kahvaltılık tarifler nesilden nesile aktarılan lezzetler arasındadır. Lif bakımından zengin yapısıyla incir, sonbahar sofralarının vazgeçilmez meyvelerinden biri olmayı uzun yıllardır sürdürüyor.



Balkabağı ile Sıcacık Sonbahar Tarifleri

Sonbahar denildiğinde akla ilk gelen ürünlerden biri de balkabağıdır. Tatlı aroması sayesinde tatlılardan çorbalara, makarnalardan fırın yemeklerine kadar birçok tarifte kullanılabilir.

Geleneksel kabak tatlısı hâlâ en sevilen seçeneklerden biri olsa da günümüzde balkabağı çorbası, balkabaklı risotto, fırınlanmış baharatlı balkabağı dilimleri ve balkabaklı kek gibi tarifler de oldukça ilgi görmektedir. Tarçın, zencefil ve muskat gibi baharatlarla uyumu sayesinde mutfakta lezzetli tariflere ilham verirken, yoğun lif içeriği ve vitaminleriyle dengeli beslenmeye de katkı sağlar.



Kestanenin Dumani Sonbaharı Hatırlatır

Serinleyen havalarda sokakları saran kestane kokusu, sonbaharın en güçlü sembollerinden biri. Özellikle Bursa başta olmak üzere birçok bölgede yetiştirilen kestane, uzun yıllardır sokak kültürü yanında geleneksel mutfak da önemli bir parçasıdır. Közlenmiş kestane en bilinen tüketim şekli olsa da kestaneli pilav, hindi dolgusu, kestane şekeri ve çeşitli tatlılar da Türk mutfağında önemli bir yere sahiptir. Geçmişten bugüne uzanan bu lezzet, sonbahar aylarında aile sofralarını bir araya getiren sıcak bir gelenek olarak yaşamaya devam etmektedir.



Ceviz Hasadı ve Yerel Ekonomiye Katkısı

Sonbahar, ceviz üreticileri için yoğun çalışma dönemi demektir. Türkiye'nin birçok ilinde gerçekleştirilen ceviz hasadı, kırsal ekonomiye önemli katkılar sağlar. Çünkü hasat sürecinde aile işletmeleri ve yerel üreticiler aktif rol alırken bölgesel istihdam da desteklenir.

Ceviz, ekonomik değeri yanında mutfaktaki çok yönlü kullanımıyla da öne çıkar. Tatlılardan hamur işlerine, salatalardan kahvaltılık tariflere kadar geniş bir kullanım alanına sahip olmasıyla birlikte sağlıklı yağlar ve bitkisel protein açısından da zengin bir besindir. Bu yönüyle geleneksel tarifler kadar modern mutfak da vazgeçilmez malzemeleri arasında yer alır.

Sonbaharın ilk hasadı, yalnızca sofralara yeni tatlar kazandırmaz, aynı zamanda doğayla kurduğumuz bağı da yeniden hatırlatır. Mevsiminde yetişen ürünleri tercih etmek, yerel üreticiyi desteklemek ve geleneksel tarifleri yaşatmak, bu bereketli dönemin sunduğu değerli kazanımlardan biridir. Hasat mevsimi, doğanın cömertliğini paylaşmanın ve Anadolu'nun zengin mutfak mirasını gelecek nesillere aktarmanın en lezzetli yollarından biri olmaya devam ediyor.





ZEKİ AKBAL: “FUZUL IS A TURKISH BRAND”

Fuzul Holding Board Member Zeki Akbal shares his insights on the family business culture, growth strategies across different sectors, the savings finance model, ongoing efforts in participation banking, and Fuzul's ambition to become a “Turkish brand.”



WE DEFINE SUCCESS THROUGH TRUST AND EXPERIENCE

With its awards in customer experience and technology, recognition for its social impact initiatives, and international quality certifications, Fuzul demonstrates its approach of turning trust into a lasting service standard in the savings finance model.



FUZUL EXPANDS ITS NATIONWIDE BRANCH NETWORK TO 256

Operating with 256 branches across Türkiye, Fuzul celebrated the opening of its seventh service point in Konya, the Kulu Branch, with a grand ceremony attended by Chairman of the Board Eyüp Akbal.



FUZUL CONTINUES ITS SUPPORT FOR ÖMERANLI SPORTS CLUB FOR A FOURTH SEASON

Fuzul Tasarruf Finansman AŞ, which supports Turkish sports across various fields as the Main Sponsor of the National Teams and the naming and front-of-jersey sponsor of Galatasaray Wheelchair Basketball Team, the “Engelsiz Aslanlar,” has extended its ongoing partnership with Ömeranlı Sports Club into its fourth season.



FROM INTUITION TO DATA, FROM TECHNOLOGY TO VALUE: VENTURE CAPITAL IN THE AGE OF AI

As artificial intelligence changes how opportunities are identified, evaluated, and monitored, it is also re-defining the foundations on which companies can build defensible positions.



RUBİKPARA RECEIVES INTERNATIONAL RECOGNITION

Rubikpara has been honored for its social impact initiative at the 2026 Brandon Hall Group Excellence Awards, one of the world's respected corporate excellence programs.



A NEW TL 985 MILLION STEP WITH THE TOPRAKTAN PROJECT REAL ESTATE INVESTMENT FUND

Launched through a collaboration between Azimut Portföy and Fuzul Topraktan, the Topraktan Project Real Estate Investment Fund sets out with a size of TL 985 million, bringing project development expertise together with the opportunities offered by capital markets for investors.



PERSONALIZED, TAILOR-MADE PLANNING FOR HOUSING AND VEHICLE FINANCING FROM FUZUL

For consumers making financing decisions, total cost, preferred term, and payment flexibility are becoming just as decisive as the monthly installment.



SILVER STEVIE AWARD FOR FUZUL'S ACADEMY TRAINING MODEL

Developed by Fuzul to address the need for qualified human resources in the savings finance sector, its "From Zero to Expertise: Integrated Development and Leadership Transformation Model in the Savings Finance Sector" won two Silver Stevie Awards in different categories at the 2026 Stevie Awards for Great Employers.



BUILDING THE DIGITAL FUTURE OF PARTICIPATION FINANCE TOGETHER

As Rubikpara, which brings participation principles into the digital payments world, our goal is to establish the standards of a transparent payment ecosystem aligned with shared values.



BEING FAST IS NOT ENOUGH; WE MUST NEVER STOP

While strengthening the seamless technology infrastructure behind payment experiences completed in seconds, Rubikpara is also preparing today for the future of payments shaped by AI agents.



NEW INN SERVICED APARTMENTS: THE WARMTH OF HOME, THE COMFORT OF A HOTEL

A new living and investment model redefining short-, medium-, and long-term stays across Istanbul and Türkiye: NEW INN.



NEW INN HOTEL OLD TOWN: AT THE HEART OF HISTORY, AT THE CENTER OF COMFORT

Just steps away from Hagia Sophia, the Blue Mosque, Topkapı Palace, and the Grand Bazaar: an authentic and comfortable accommodation experience in Istanbul's historic peninsula.



STRONG SUPPORT FOR DIGITAL CHANNELS AT FUZUL AKVA SİGORTA

Fuzul Akva Sigorta has accelerated its digitalization goals through a collaborative initiative aimed at increasing the use of its digital sales channel and enhancing the customer experience.



A NEW ERA AT AVSAD: EDA ALPTEKİN TAKES THE HELM

As the leadership structure of the Eurasia Insurance Agents Association (AVSAD) is reshaped, the association's former Secretary General Eda Alptekin has been appointed as its new President.



CUSTOMERS NOW EXPECT MEMORY AS MUCH AS SPEED

In a customer experience where every interaction can start from scratch due to disconnected data and channels, fziPLUS strengthens trust, loyalty, and first-contact resolution by bringing all touchpoints together within a single operational memory through its omnichannel infrastructure.



WHERE DO BRANDS STRUGGLE MOST DURING MAJOR CAMPAIGNS?

During high-volume campaign periods, managing payment, delivery, returns, and customer support processes is just as critical to customer satisfaction as sales volume.



AT THE HEART OF OPERATIONS: A DAY AT FZLPLUS

Bringing the needs of different brands together through a shared operational culture, fzlPLUS advances technology, measurement, and a people-centric approach in sync.



THE ROUTE FROM SUNLIGHT TO CHARGING

Fuzul Renewable Energy is increasing clean energy generation through investments spanning from solar power to EV charging, making a strong contribution to Türkiye's sustainable energy transition.



AUTOCITY: A TRUSTED NAME AND REFERENCE POINT IN AUTOMOTIVE

At Autocity, we have built a structure focused on adapting to the changing automotive landscape, serving a more discerning customer profile, providing strong brand assurance, and developing long-term customer relationships.



FROM OPERATIONAL EXCELLENCE TO A GLOBAL VISION

At MEC Gıda, we believe success can be sustained through a strong corporate culture, ethical management, investment in human capital, and uncompromising customer satisfaction. We are determined to turn the operational experience we have gained today into international success stories of tomorrow.



THE KEY TO STAYING RELEVANT IN THE FUTURE: CORPORATE ARCHITECTURE AND THE FUZUL HOLDING APPROACH

Through our corporate architecture approach, we bring the entire structure—from strategy to technology infrastructure—together under a single framework, supporting Fuzul Holding's evolution into a more agile, measurable, sustainable, and future-ready organization.



A TEAM THAT GROWS WITH TRUST AND SUCCEEDS TOGETHER

We create the strongest on-the-ground expression of the interest-free savings finance model through trust, sincerity, customer satisfaction, and a strong team spirit.



THE FOUNDATION OF A STRONG SOCIETY: A STRONG CIVIL SOCIETY

A strong civil society contributes to the sustainable development of professions and society by strengthening a culture of collective intelligence and solidarity.



WHEN THE MIND "DISCONNECTS": RECOGNIZING MENTAL DISCONNECTION

Mental disconnection can be triggered by intense stress, but it is often a silent reflection of emotional and cognitive burdens that have been neglected for a long time.



HEALTHY ROUTINES FOR RETURNING TO THE OFFICE AND SCHOOL

Small but sustainable habits are the most important factor in making the transition from the flexible pace of summer to the structure of work and school easier.



THE PULSE OF MÜSİAD EXPO AND FUZUL'S VISION

While MÜSİAD EXPO showcases Türkiye's production strength and entrepreneurial vision, it also highlights the powerful connection between gastronomy and the economy, investment, and branding.



THE JOURNEY OF A DROP OF BLOOD

The journey of blood that begins in a donor's arm ultimately becomes hope for someone they have never met, through a meticulous chain extending from the laboratory to logistics..



THE ECONOMICS OF 90 MINUTES: FOOTBALL'S TRANSFORMATION FROM A GAME INTO AN INDUSTRY

Football's greatest paradox is that one of the world's simplest games has, over time, evolved into one of the world's most complex industries.



SMART PLANNING FOR EDUCATION EXPENSES

The back-to-school period demonstrates that with a well-planned budget, it is possible both to fully meet educational needs and to avoid unnecessary spending.



FINANCIAL CONTROL AS THE YEAR DRAWS TO A CLOSE

A proper year-end assessment is the key to updating your financial goals and looking toward the future with greater confidence.



AUTUMN'S HIDDEN CALENDAR

Autumn offers a unique calendar, rewritten each year for those who want to witness the extraordinary transformations of nature that are visible for only a few weeks.



HOW DID THE COLORS OF AUTUMN FIND THEIR WAY ONTO THE CANVAS?

Autumn is an inspiring season that has carried nature's changing colors not only into landscapes but also into some of the most unforgettable paintings in art history.



HARVEST TIME: AUTUMN'S FIRST FLAVORS

Autumn brings nature's most abundant gifts to the table, ushering in one of the most delicious periods of seasonal eating.



“

Türkiye’de
bankaların yapamadığı
bir şeyi yaptı Fuzul...”

”



“

Param olmadığı halde
araba aldım öyle
söyleyeyim.

”



“

Sözlerinde duruyorlar,
şu gün teslimat olacak
dediler gerçekten
o gün teslimat yapıldı.

”



fuzul

yeni bir finans



“

Taksitlerini
dondurabiliyorlar,
ödeme kolaylığı var,
faiz işlemiyor...

”

FUZUL'E GELEN EV DE ALIYOR OTO DA!



“

Faizle uğraşmak istemiyorsanız,
girmek istemiyorsanız
en doğru adres Fuzul diyorum.

”



Gerçek bir
Fuzul hikayesi
izlemek için
kodu okutun.



“

Şimdiki aklım olsaydı
belki Fuzul’den 5 tane
dairem olurdu.

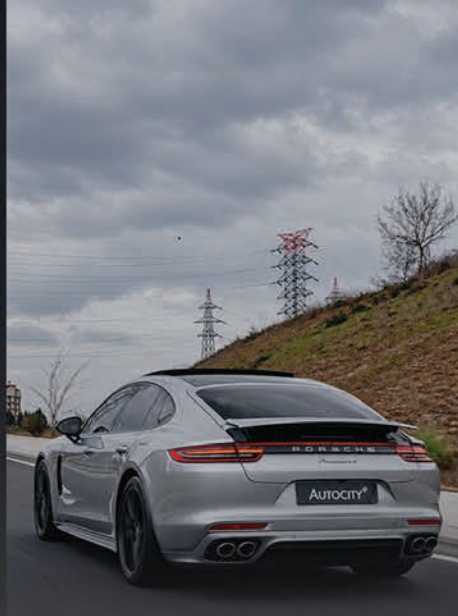
”

444 63 13 | fuzulev.com

LÜKS OTOMOBİL DÜNYASINDA ŞEHRİN GÜVENİLİR ADRESİ



AUTOCITY



LÜKS OTOMOBİL DÜNYASINDA
ŞEHRİN GÜVENİLİR ADRESİ!

AUTOCITY[®]