

TARIM KREDİ

KOOPmag

HABER BÜLTENİ

SAYI 05 TEMMUZ 2025

#BuBaşarıHepimizin

FORTUNE 500
TÜRKİYE

Kooperatifler Günü'nde
Anlamlı Bir Buluşma

Yazın Saf Serinliği
Tarım Kredi Limonata Özütü

İştirakler Tarım Kredi YAĞ



Fortune 500'de
KOOP Market 57. Sırada!

İçindekiler



Fortune 500'de
KÖOP Market
57. Sırada!



Kooperatifler
Günü'nde
Anlamli Bir
Buluşma!



Yazın Saf Serinliği
Tarım Kredi
Limonata Özütü



İştirakler
Tarım Kredi
YAĞ

- | | | | |
|----|---|----|--|
| 03 | Varol HALEPLİ'den
Size Bir Mesaj Var! | 12 | Blog: Bı Fikrim Geldi 2.0 |
| 05 | KÖOP Market Büyümeye Devam Ediyor:
Temmuz Ayında 13 Yeni Mağazamız Açıldı! | 13 | Hasat Bayramı: Türkiye'nin
Tarımsal Mirasına ve Bereketine
Adanmış Bir Gün |
| 06 | KÖOP Market'te
Eğitimle Güçleniyoruz | 14 | İçimizden Biri: Serkan AKKOYUN |
| 07 | Temmuz Şampiyonumuz
İsmetpaşa Market | 15 | Aramıza Yeni Katılanlar |
| 07 | Dünya Çikolata Günü'nü
Hep Birlikte Kutladık! | 18 | Serinleten Sağlık:
Limonatanın Bilinmeyen
Faydaları |
| 08 | 5 Temmuz Uluslararası Kooperatifler Günü:
Dayanışmanın, Paylaşımın ve Ortak
Üretimin Küresel Kutlaması! | 21 | Ofisten Tarifler:
Hatay'ın Eşsiz Mutfağından
Fellah Köftesi |
| 10 | DÖHLER Duyusal Analiz Testi | 25 | Sektörden Haberler |
| 11 | Gençlik Geleceğimizdir:
KÖOP Gençlik Buluşmalarının
Üçüncüsünü Gerçekleştirdik! | 30 | Bulmaca |

Künye

Derya SARIDAŞ
Melih ÖRNEK
Fatma Ferhan KOZAKOĞLU
Ulaş BAYTAN
Haşim AKŞİT

Volkan KARA
Muhammed Furkan KOÇ
Göksu Eylül BAĞCI
Ömer BOLLUK

Değerli KOOP Ailesi,

Her ay olduğu gibi Temmuz ayında da birlikte büyümeye, güçlenmeye ve başarı hikâyemizi birlikte yazmaya devam ettik. Her birinizin özverili katkısıyla dolu dolu bir ayı daha geride bırakırken, elde ettiğimiz sonuçlar hepimiz için gurur verici.



Temmuz ayının en sevindirici gelişmelerinden biri, **Fortune 500 Türkiye listesinde 57. sırada yer almamız** oldu. Bu büyük başarı, KOOP Market'in ülke ekonomisindeki yerini sağlamlaştırmakla kalmadı, aynı zamanda doğru yolda emin adımlarla ilerlediğimizin bir göstergesi oldu. Bu başarıda emeği olan tüm ekip arkadaşlarıma en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

5 Temmuz Uluslararası Kooperatifler Günü nedeniyle, Beytepe Marketimizde **Kalecik Hanımeli Kooperatifi** ve **Bala Kesikköprü Kadınlar Tarımsal Kalkınma Kooperatifi**'nin değerli temsilcileriyle bir araya geldik. **Üretimin merkezindeki kadınlarla** buluşmanın heyecanını ve gururunu hep birlikte yaşadık. Bu anlamlı buluşma; kooperatif ruhunu, kadın emeğini ve dayanışmanın gücünü bir kez daha görünür kıldı.

13 yeni marketimizin açılışıyla birlikte, sadece fiziksel olarak büyümedik; aynı zamanda daha fazla haneye, sofraya ve kalbe ulaşmayı başardık. Her yeni market, "Kooperatiften halkın mutfağına" uzanan köprüyü biraz daha genişletiyor ve gücümüzü sahaya yansıtıyor.

Organizasyonel yetkinliğimizi artırmak amacıyla bölge müdürlerimize ve yöneticilerimize yönelik **Temel İletişim ve Yönetim Becerileri Eğitimleri** başlattık. Bu eğitimlerle yalnızca bilgimizi değil; aynı zamanda vizyon, strateji ve liderlik anlayışımızı da pekiştiriyoruz.

Elbette bu dönüşüm sadece yönetim katında değil. Market çalışanlarımıza yönelik **Müşteri Memnuniyeti Eğitimlerimiz**, KOOP Market'in müşteriyle kurduğu o

samimi ve güven temelli ilişkinin daha da güçlenmesini sağlıyor. Biz, müşterisine yalnızca ürün sunan değil; **güven, samimiyet ve aidiyet** sunan bir markayız.

Gururla belirtmeliyim ki, bu ay üçüncüsünü gerçekleştirdiğimiz **KOOP Gençlik Buluşmaları**, kurum kültürümüzün geleceğe taşınmasında büyük rol oynuyor. Genç ekip arkadaşlarımızın dinamizmi, enerjisi ve fikirleri KOOP Market'in yarınlara yön veriyor.

Ve Temmuz ayının bir diğer tatlı sürprizi: **Dünya Çikolata ve Dünya Dondurma Günü**'nü biz de genel müdürlük binamızda kutladık. Bu özel günler kapsamında çalışma arkadaşlarımıza çikolata ve dondurma ikramında bulunarak hem serinletici hem de keyifli bir mola yaşadık.

Bu yolculuğun her anında emeğiyle, özverisiyle, tutkusu ve inancıyla yer alan siz değerli ekip arkadaşlarıma yürekten teşekkür ediyorum. Her adımda daha büyük hayaller kuran, daha yüksek hedeflere odaklanan bir aile olarak yola aynı heyecanla ve kararlılıkla devam ediyoruz.

Birlikte daha nice başarılarla!

Varol HALEPLİ

Tarım Kredi Pazarlama ve
Marketçilik A.Ş. Genel Müdürü

FORTUNE500'de
TÜRKİYE

KOOP Market 57. Sırada!

Birlikte Büyüyoruz, Birlikte Başarıyoruz!

Kooperatifçilik ruhunu modern perakende anlayışıyla birleştiren KOOP Market, bu yıl da başarı grafiğini yukarı taşıdı ve **Fortune 500 Türkiye listesinde 57. sıraya** yükselerek önemli bir kilometre taşına daha imza attı.

Bu Başarı Hepimizin!

Bu büyük başarı, sadece bir sıralama değil; emeğin, özverinin ve inancın ödülü. Market raflarında müşterilerimizle buluşan her ürünün, tarladan sofraya ulaşan her yolculuğun arkasında, güçlü bir ekip çalışması var.

Hedef Daha Yukarı!

Bu başarı, bizim için bir son değil, yeni bir başlangıç. Her yeni mağazamızda, her eğitim programında, her müşteri memnuniyetinde bu başarıyı ileriye taşıma kararlılığıyla yolumuza devam ediyoruz.



KOOP Market Büyümeye Devam Ediyor: Temmuz Ayında 13 Yeni Mağazamız Açıldı!



Temmuz ayında 13 yeni KOOP Market mağazasını daha halkımızın hizmetine sunduk. Bu mağazalarımız, güvenilir, kaliteli ve uygun fiyatlı ürünleri daha fazla tüketiciyle buluşturma hedefimize katkı sağlarken, kooperatifçilik anlayışımızı da ülkemizin dört bir yanına taşımaya devam ediyor.

Yeni açılan mağazalarımız, yerel üreticilerimizi destekleyerek bölgesel kalkınmaya katkıda bulunurken, tüketicilere doğrudan üreticiden gelen sağlıklı ve güvenilir gıdalara ulaşma imkânı sunuyor.

KOOP Market olarak, üretici ile tüketici arasında güçlü bir bağ kurmaya devam ediyoruz. Yeni mağazalarımızın hayırlı olmasını diler, emeği geçen tüm ekip arkadaşlarımıza teşekkür ederiz.



KOOP Market'te Eğitimle Güçleniyoruz

KOOP Market olarak; insan kaynağımızı geleceğe hazırlamak, yönetsel yetkinlikleri artırmak ve müşteri odaklı hizmet anlayışını pekiştirmek temel önceliklerimiz arasında yer alıyor. Bu vizyon doğrultusunda bölge müdürlerimiz ve yöneticilerimiz için **Temel Yönetim Becerileri** ve **Temel İletişim Eğitimleri**ni hayata geçirdik.

Bu eğitimlerle;

- ★ **Liderlik kapasitesinin gelişmesini,**
- ★ **Ekip yönetiminde daha etkin yöntemlerin benimsenmesini,**
- ★ **Stratejik düşünme ve karar alma süreçlerinin güçlenmesini** hedefledik.

Saha yöneticilerimizin bilgili, çözüm odaklı ve vizyon sahibi liderler olarak yetişmesi, organizasyonel başarımızın en önemli yapı taşlarından biri. Öte yandan, markamızın temelini oluşturan çalışanlarımızın gelişimi için de yatırımlarımıza devam ediyoruz.

Müşteri Memnuniyeti Eğitimi ile;

- ★ **Etkin iletişim kurma,**
- ★ **Sorunları hızlı ve doğru şekilde çözme,**
- ★ **Müşteriyle güvene dayalı ilişkiler geliştirme** gibi alanlarda çalışanlarımızı destekliyoruz.

Çünkü biliyoruz ki; KOOP Market'in farkını ortaya koyan en önemli unsur, müşteriyle kurulan samimi ve güven dolu ilişkidir. Bu anlayışla yapılan her yatırımın, uzun vadede müşteri memnuniyetine ve marka bağlılığına dönüştüğüne inanıyoruz.



Satış Yarışmaları



Temmuz Şampiyonumuz İsmetpaşa Market

KOOP Marketlerde
01 - 31 Temmuz tarihleri
arasında düzenlenen
Sarıyer Kola 1*4 Lt. satış
yarışmasının kazananı
Samsun Bafra İsmetpaşa
market oldu!

İsmetpaşa şubemiz, üstün performansı ve müşteri memnuniyetine verdiği önemle bu kıyasıya rekabeti zirvede tamamladı. Başarılarının ardındaki özverili çalışmaları, güçlü ekip ruhları ve müşteri odaklı hizmet anlayışlarıyla takdiri fazlasıyla hak ediyorlar.

Dünya Çikolata Günü'nü Hep Birlikte Kutladık!

**Tatlı mutluluklara
hepimizin ihtiyacı var...**



7 Temmuz Dünya Çikolata Günü kapsamında, KOOP Genel Müdürlüğü'nde çalışan ekip arkadaşlarımızla birlikte küçük ama çok anlamlı bir kutlama gerçekleştirdik.

Ofisimiz, o gün hem çikolata koktu hem de yüzlerde kocaman gülümsemeler vardı. Çalışma arkadaşlarımıza ikram ettiğimiz çikolatalar, güne tatlı bir enerji katarken, birlikte çalışmanın sıcaklığını ve ekip ruhunu bir kez daha hissettirdi.



5 Temmuz Uluslararası Kooperatifler Günü

Dayanışmanın, Paylaşımın ve Ortak Üretimin Küresel Kutlaması!

Her Temmuz'un İlk Cumartesi Günü...

Uluslararası Kooperatifler Günü (International Day of Cooperatives), her yıl Temmuz ayının ilk Cumartesi günü dünya genelinde kutlanıyor. İlk kez 1923 yılında kutlanan bu özel gün, 1995 yılından itibaren Birleşmiş Milletler ve Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA) iş birliğiyle resmî bir BM günü olarak takvimdeki yerini aldı.

Bu gün, tüm dünyadaki kooperatiflerin ortak değerlerini ve topluma kattıkları sosyal, ekonomik ve çevresel katkıları görünür kılmak amacıyla kutlanıyor.

Kooperatifler Neden Önemli?

Kooperatifler; adil paylaşımı, gönüllü katılımı, ortak sahipliği ve demokratik yönetimi esas alan yapılarıyla yalnızca bir iş modeli değil, aynı zamanda toplumsal kalkınmanın temel aktörlerinden biri.

Dünya genelinde yaklaşık 3 milyar insanın hayatına doğrudan dokunan kooperatifler;

- ✿ İstihdam yaratıyor,
- ✿ Kadın girişimciliğini destekliyor,
- ✿ Kırsal kalkınmayı teşvik ediyor,
- ✿ Sürdürülebilir tarımı ve üretimi yaygınlaştırıyor.

Bu yönüyle kooperatifler, sadece ekonomik değil, sosyal adaletin ve toplumsal eşitliğin de güçlü savunucuları.

Türkiye'de Kooperatifçilik

Ülkemizde de kooperatifçilik uzun yıllardır üreticinin, tüketicinin ve emekçinin yanında yer alan bir dayanışma modeli olmuştur. Özellikle tarım, hayvancılık, gıda ve kadın kooperatifleri alanında son yıllarda büyük bir ivme kazanan bu yapı, yerel üretimin güçlenmesinde kilit rol oynuyor.

Tarım Kredi Kooperatifleri ve KOOP Market olarak bizler de bu yapının en güçlü temsilcilerinden biri olmanın sorumluluğuyla hareket ediyor; kooperatif değerlerini büyötmeye ve yaymaya devam ediyoruz.

Teması Her Yıl Farklı Ama Ruh Aynı

Uluslararası Kooperatifler Günü her yıl farklı bir küresel tema ile kutlanır. Geçmiş yıllarda öne çıkan temalardan bazıları:

"Kooperatifler ve İklim Değişikliği"

"Herkes İçin Daha İyi Bir Gelecek"

"Eşitlik İçin Kooperatifçilik"

Bu temalar doğrultusunda tüm dünyadaki kooperatifler yıl boyunca çeşitli etkinlikler, projeler ve buluşmalar düzenleyerek dayanışmanın evrensel gücünü vurgular.

KOOP Market'te

Her Gün Kooperatifler Günü!

Biz KOOP Market olarak, yalnızca bir gün değil, 365 gün boyunca kooperatif değerlerini yaşatmaya ve yaymaya devam ediyoruz. Üreticiden tüketiciye kurduğumuz bu güçlü köprüde, her paydaşımızın emeğine değer katıyor; dayanışmayı alışverişe, birlikteliği başarıya dönüştürüyoruz.

5 Temmuz Uluslararası Kooperatifler Günü'nde Anlamlı Bir Buluşma!

Kadın Emeğiyle Güçlenen Kooperatif Ruhu Beytepe'de Bir Aradaydı

5 Temmuz **Uluslararası Kooperatifler Günü** vesilesiyle, kooperatifçilik değerlerinin önemini bir kez daha vurguladığımız anlamlı bir buluşmaya ev sahipliği yaptık.

Genel Müdürümüz Sayın Varol HALEPLİ'nin katılımıyla, Beytepe Marketimizde düzenlediğimiz etkinlikte, **Kalecik Hanımeli Kooperatifi** ve **Bala Kesikköprü Kadınlar Tarımsal Kalkınma Kooperatifi**'nin değerli temsilcileriyle bir araya geldik. Bu özel buluşmada; kadın emeğinin, üretim gücünün ve yerel kalkınmadaki rolünün altı çizilirken, kooperatifçilik ruhunun toplumsal dayanışmaya olan katkısı da bir kez daha gözler önüne serildi.

KOOP Market olarak, üretimin merkezinde yer alan kadınlarımızla aynı sofrayı paylaşmak, onların azim ve emekle yoğrulmuş hikâyelerine tanıklık etmek bizler için hem bir onur hem de ilham kaynağı oldu. Kooperatiflerin topluma kattığı değer ve kadın

girişimciliğinin desteklenmesinin ülkemizin ekonomik ve sosyal gelişimi açısından taşıdığı kritik önemi bir kez daha hatırladık.

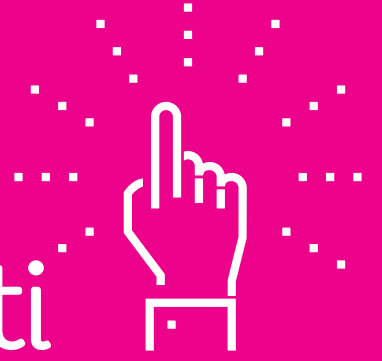
Kadın emeğiyle güçlenen üretim, yerelden başlayarak ülkenin her köşesine yayılıyor.

Bizler de KOOP Market olarak bu gücün en yakın destekçisi olmaktan gurur duyuyoruz.





Duyusal Analiz Testi



KOOP Market olarak, ürünlerimizin tüketici nezdindeki beğenilirliğini bilimsel temellere dayandırmak ve kaliteyi daha ileri taşımak amacıyla Döhler'in *Sensory & Consumer Science* birimiyle iş birliği gerçekleştirdik. Bu kapsamda ekibimiz, Döhler uzmanları tarafından yürütülen **Temel Seviye Duyusal Analiz Testi**'ne katılım sağladı.

Bu eğitim ve uygulamalı test süreciyle birlikte; tat, koku, renk, doku ve görünüm gibi duysal özelliklerin sistematik şekilde nasıl değerlendirildiğini öğrendik. Duyusal analizler sadece ürün kalitesinin korunmasında değil, aynı zamanda yeni ürün geliştirme ve tüketici beklentilerinin anlaşılmasında da kritik bir rol oynamaktadır. Döhler'in bilimsel yöntemlerle oluşturulmuş test panelleri ve veri temelli yaklaşımı sayesinde, ürünlerimizi duysal açıdan nasıl optimize edebileceğimize dair kıymetli içgörüler edindik.

Bu deneyim, KOOP Market Pazarlama ve Ürün Geliştirme ekiplerinin; tüketici odaklı, inovatif ve kaliteli ürünler geliştirme vizyonunu daha da güçlendirmiştir. Duyusal analiz bilimiyle tanışmak, yalnızca teknik bilgi değil, aynı zamanda ürünlerin tüketiciyle kurduğu duysal bağı daha derinlemesine anlamamıza da olanak sağlamıştır.

KOOP Market olarak bundan sonraki süreçte de duysal verilerle desteklenmiş, tüketici beklentilerine yanıt veren ve sürdürülebilirlik odağında şekillenen ürünlerle fark yaratmaya devam edeceğiz.



Gençlik Geleceğimizdir:

KOOP Gençlik Buluşmalarının Üçüncüsünü Gerçekleştirdik!



KOOP Market olarak, gençliğe verdiğimiz değeri sadece sözle değil, somut adımlarla da gösteriyoruz. Bu anlayışla hayata geçirdiğimiz ve geleneksel hâle getirmeyi hedeflediğimiz **KOOP Gençlik Buluşmaları'nın üçüncüsünü** gerçekleştirdik.

Genel Müdürümüz ve direktörlerimizin katılımıyla gerçekleşen buluşmada, genç çalışma arkadaşlarımızla bir araya gelerek hem onların görüş ve önerilerini dinledik hem de birlikte daha güçlü bir geleceğe nasıl yürüyeceğimizi konuştuk.

KOOP Market'in enerjisini, yenilikçiliğini ve değişime açıklığını besleyen en önemli kaynaklardan biri gençlerimizdir. Onların bakış açısı, dinamizmi ve heyecanı bize ilham veriyor. Bu değerli buluşmalarla sadece bir araya gelmiyoruz; aynı zamanda birlikte öğreniyor, geliştiren ve KOOP'un geleceğini birlikte şekillendiriyoruz.





Sönmez HAZAR
Pazarlama Müdürü

Bi' Fikrim Geldi 2.0

Şirket içindeki **"bi fikrim geldi"** programları artık küresel (KickStarter) ve yerel (İTÜ Çekirdek, Kworks, İneo vb.) rakiplerle karşı karşıya. Çalışanların güçlü fikirlerini kaybetmemek için kurumların daha stratejik adımlar atması gerekiyor.

Özgür bırakın

Fikirlerin odak alanınızla birebir ilgili olması gerekmez. Odeo, Apple'ın iTunes hamlesiyle sarsılsa da, çalışanı Jack Dorsey'in "durum güncellemesi" fikriyle Twitter'a dönüştü. Belki de şirketinizin gelecekteki ana işi, bugün "bizim işimiz değil" diyerek kenara ittiğiniz fikir olabilir.

Gönüllülüğün ötesine geçin

Google'ın %20 kuralı Gmail ve AdSense gibi ürünler çıkarsa da yeterli olmadı; bu nedenle Area 120'yi kurarak yenilikçi fikirleri tam zamanlı iş haline getirdi. Çalışanlardan sadece KPI'ların gölgesinde fikir geliştirmelerini beklemek gerçekçi değil. Eğer kıvılcım yakalandıysa, fikri hedeflere dahil etmek gerekir.

Potansiyel fikirleri

izole ortamda büyütün

Christensen ve Bower'ın yıkıcı inovasyon teorisi, büyük firmaların düşük kâr marjlı yeniliklere geç tepki verdiğini ortaya koyar. Çözüm, yeni fikri ana organizasyondan bağımsız bir ortamda geliştirmektir. Kuluçka merkezleri bu fırsatı sağlar ve fikirlerin çınara dönüşmesine olanak verir.

Sonuç

Çalışanların yaratıcılığını kaybetmemek ve kurum içinde tutabilmek için "dilek kutusu" mantığındaki eski programları güncelleme zamanı geldi. Çünkü dış dünya, yeni fikirleri hayata geçirmek için her zamankinden daha cazip.



Hasat Bayramı:

Türkiye'nin Tarımsal Mirasına ve Bereketine Adanmış Bir Gün

Her yıl 26 Temmuz'da tüm Türkiye'de büyük bir coşku ve minnetle kutlanan **Hasat Bayramı**, toprağın emeğe verdiği cevabı, doğanın cömertliğini ve çiftçinin alın terini taçlandıran özel bir gündür. Bu anlamlı bayram, sadece bir hasat dönemi değil, aynı zamanda Anadolu'nun binlerce yıllık tarım kültürüne, bereketli topraklarına ve üretimin kutsallığına duyulan derin saygının da ifadesidir.

Köklü Bir Gelenekten Günümüze

Hasat Bayramı'nın temelleri, 1950 yılında dönemin Tarım Bakanlığı'nın öncülüğünde atılmış; ilk kutlama ise 1951'de gerçekleştirilmiştir. Bu bayram, sadece bir takvim günü değil, aynı zamanda Türkiye'nin tarımsal gücünün ve çiftçisinin kıymetinin toplumca tanındığı, saygı gördüğü bir simge haline gelmiştir. Toprağa verilen değerle, üreticiye duyulan şükran burada hayat bulur.

Anadolu'nun Dört Bir Yanında Şenlik Var

Her yıl Temmuz ayının sonlarına doğru, Anadolu'nun dört bir yanında başlayan kutlamalar, adeta doğayla yapılan bir şükran törenine dönüşür. Resmî törenlerden halk oyunlarına, tarım fuarlarından yöresel lezzet şenliklerine kadar pek çok etkinlikle Hasat Bayramı ruhu yaşatılır. Tarlada toplanan ürünler sergilenir, geleneksel yemekler sunulur, halk müziği ezgileri tarlalardan meydanlara taşar.

Toprakla Kurulan Bağın Kutlaması

Hasat Bayramı sadece ürünün değil, emeğin de bayramıdır. Çiftçilerin yıl boyunca verdiği emeğin karşılığı, bu özel günde tüm toplum tarafından alkışlanır. Aynı zamanda şehirle kırsal arasındaki bağı güçlendirir, geçmişle gelecek arasında üretim temelli bir köprü kurar. Bu bayram, **bolluğun, bereketin, dayanışmanın ve üretimle gelen umudun** adıdır.

Bir Ülkenin Kökleriyle Bütünleştiği Gün

Hasat Bayramı, Türkiye'nin tarımsal mirasına sahip çıktığı, bu mirası geleceğe taşıma iradesini gösterdiği gündür. Sadece bir anma değil; bir vizyon, bir şükran duruşudur. Toprakla kurulan bu kadim dostluk, Hasat Bayramı vesilesiyle her yıl yeniden anlam bulur ve kutlanır.



İçimizden Biri

| Serkan AKKOYUN

Kısaca kendinizden bahseder misiniz?

Merhabalar. Ben Serkan AKKOYUN. 35 sene önce Bursa'da doğdum. Gençliğim orada geçti. Kamu Yönetimi lisans eğitimimi tamamladıktan sonra iş hayatına giriş yaptım. Yıllar ve yolların ardından şu anda Genel Raporlama ve Özel Projeler Departmanında görev almaktayım.

Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş'yi tercih etmenizın sebepleri nelerdir?

Aslında KOOP Marketi, birlikten doğan kuvvetin meydana getirdiği 160 yıllık bir çınarın en genç dalı olarak görüyorum. Bu öyle bir dal ki çınarın geri kalanından daha fazla yaprağı üzerinde barındırıyor. En genç yapraklar bu dalda... Her bir yaprak, bu dalı daha da güçlü, daha yüksek, daha büyük hâle getirmek için çabalyor.

Diğer taraftan bakarsak, sadece 8 yıllık bir organizasyondan bahsediyoruz. Bir insan için nispeten uzun bir süre olsa da söz konusu bir şirket olunca bu süre çok kısa kalıyor.

Oyun alanı zorlu... Rakipler güçlü ve tecrübeli... Verilecek her karar, atılan her adım tam bir meydan okuma niteliğinde oluyor.

Elbette yapılan işlerin kapsamı, nicelikleri farklılık gösteriyor fakat kendi görevim özelinde şunları söyleyebilirim;

Kendi içinde ve diğer sistemlerle tutarlı mekanikler kurmak... Gözlemlemek... Daha iyi hâle getirmek için çaba sarf etmek... Stres yaşamak belki... Ve nihayetinde umulan sonuçları görmek... Müthiş bir heyecan ve tatmin kaynağı oluşturuyor.

Hal böyleyken Koop Market'i tercih etmemek için bir sebep var mı?

Kişisel ilgi alanlarınız ve hobileriniz nelerdir?

Merak ve öğrenmek en büyük hobim diyebilirim. Bir gün çift yarık deneyini araştırırken diğer gün betonun dökülme derecesini araştırarak kadar "konusuz" bir meraktan bahsediyorum.

Bunun dışında hayatımda en fazla yer kaplayan iki hobiden bahsedebilirim. Bas gitar ve motosiklet...



Lisede baterist olarak başlayan müzik serüveni kısa süre sonra bas gitariste evrildi. Lise ve üniversite yıllarında farklı gruplarla çalma, büyük sayılabilecek kalabalıklara konserler verme fırsatı buldum.

Sonraki yıllar grup arkadaşlarımla yollarımızı, yaşadığımız illeri ayırsa da enstrümanlarım hep yanımda kaldı. Ankara'da bulunduğum sürede herhangi bir gruba dahil olmadım. Evde kulaklıklarımı takıp sakince "Rock" yapmakla yetiniyorum.

Motosiklet ise kelimelerle tarif edemeyeceğim hisler yaşatan bir "demir at". Onunla uzak köylere gitmek. Çobanlarla selamlaşmak, hemen ardından çoban köpeklerinden can havliyle kaçmak. Köy kahvesinde oturup bayat çay içmek. Muhtemelen bir daha görmeyeceğiniz dedelerin gençlik hikayelerini dinlemek. Uzun kilometreler boyunca herhangi bir aracın geçmediği تنها yollarda düşüncelere dalmak ya da sıkışık trafikte ezilmemece oynamak.

Bir Orhan Veli şiiri der ki;

Duyduğum yoktu ne vakittir

Güvercin sesi, kumru sesi, pencerede;

İçime gene

Yolculuk mu düştü, nedir?

Aramıza Yeni Katılanlar

Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?

Almanya doğumluyum ve işletme mezunuyum. İş hayatına İş Bankası Kambiyo Departmanı'nda başladım. Ardından 23 yıl önce başlayan kariyer yolculuğum boyunca; ev tekstilinden hazır giyime kadar birçok kategoriye liderlik ettim. Dış ticaretten, ürün yönetimi ve pazarlama ve satış gibi fonksiyonlara kadar 360 derece süreçleri yönettiğim pozisyonlarda görev yaptım. Ulusal ve uluslararası arenada edindiğim tecrübelerle tasarım ve tedarik süreçlerini yönettim. KOOP Market'te Non-Food (Gıda Dışı) Kategori Müdürü olarak görev yapıyor, çok kanallı büyüme vizyonu doğrultusunda kategori yapılanmasını ve koleksiyonlarını şekillendiriyorum.

Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş.'yi tercih etmenizin sebepleri nedir?

Tarım Kredi, köklü yapısıyla Türkiye'nin her bölgesine dokunabilen, güvenilir bir kurum. Bu yapı içinde en iyi bildiğim Non-Food kategorisinin yeniden yapılandırılmasında ve stratejik büyümesinde rol almak, benim için heyecan verici bir fırsattı. Özellikle kırsalda ve şehirde tüketicinin güvenle alışveriş yapabileceği bir ürün karması oluşturmak ve bunu yaparken bize liderlik eden güçlü yöneticilerin varlığı çok önemliydi benim için. Doğru insanlarla, doğru bir yapıda olduğuma inandığım için de tereddüt etmeden aranızda katılmayı seçtim.

Şirketimiz hakkında ilk izlenimlerinizi iletir misiniz?

Kurumun köklü geçmişinin yanı sıra güçlü bir dönüşüm ve yenilenme vizyonuna sahip olduğunu gözlemledim.

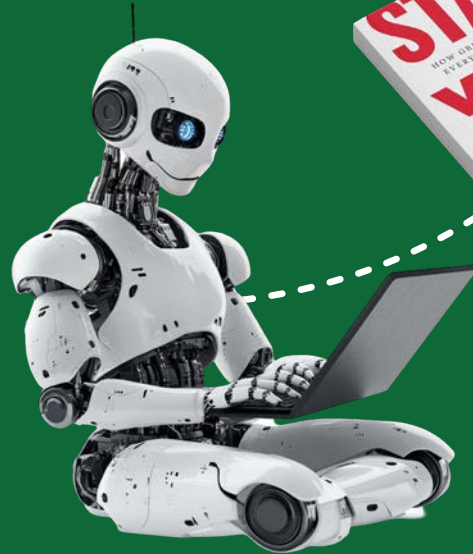
Özellikle kurumun, halkın ihtiyaçlarına doğrudan temas eden bir yapıda çalışıyor olması, işimin sadece ticari değil aynı zamanda sosyal bir anlam taşıdığını da hissettiriyor.

Ayrıca Tarım Kredi'nin kurumsal yapısında hissedilen güven duygusu, hedef odaklı çalışma prensibi ve dayanışma kültürü, uzun vadeli başarı için güçlü bir temel oluşturuyor. Kendi deneyim ve yetkinliklerimi bu yapı içinde değer yaratacak şekilde kullanabileceğime inanıyorum.

Kişisel ilgi alanlarınız veya hobileriniz nelerdir? Boş zamanlarınızda neler yapmaktan hoşlanırsınız? Kitap ya da film seviyorsanız neler önerebilirsiniz?

Kendime zaman ayırabildiğimde, beni zihinsel olarak besleyen ve ilham veren alanlara yönelmeye çalışıyorum. Son dönemde yapay zekâ teknolojilerinin tasarım, görselleştirme ve strateji geliştirme süreçlerine nasıl entegre edilebileceğini keşfetmek beni fazlasıyla heyecanlandırıyor.

Ayrıca doğayla iç içe olmak, yürüyüş yapmak ve doğal yaşam ürünleriyle ilgili araştırmalar yapmak da beni rahatlatıyor. Ama en çok sevdiğim şey, kızlarımla vakit geçirmek. Birlikte tasarlıyoruz, üretiyoruz, bazen küçük yaratıcı projeler geliştiriyoruz. Kitap okumayı çok seviyorum. Özellikle benim için ilham verici kitaplardan biri olan, 'Start with Why' (Simon Sinek) kitabını tavsiye etmek isterim. Liderlik anlayışını ve markaların neden bazılarının kalıcı bir etki bırakırken bazılarının silinip gittiğini anlatan çok güzel bir kitap.



Aramıza Yeni Katılanlar

Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?

Ben Nuroi KORKMAZ. Ankara'da doğdum büyüdüm. Hacettepe Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü mezunuyum. Mezuniyet öncesinde farklı staj deneyimleri ve Amerika'da çalışma deneyimim oldu. Mezun olduktan sonra Deloitte Türkiye'de işe başladım. Devamında savunma sanayi, Anadolu Grubu ve Koç Grubu şirketlerinde denetim, finans ve bütçe alanlarında çalışma tecrübelerim oldu. Evliyim ve 1 çocuk babasıyım. İngilizce bilmekteyim ve mali müşavirlik ruhsatına sahibim.

Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş.'yi tercih etmenizin sebepleri nedir?

Burayı tercih etme sebeplerimin başında bugüne kadar edindiğim bilgi, birikim ve tecrübelerimi kullanarak katma değer üretmektir. Aynı zamanda Türkiye'nin önde gelen perakende şirketlerinden birisi olan Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş.'den öğrenme fırsatı yakalamış olmak ve şirketin büyüme hikâyesi içerisinde yer almaktır.

Şirketimiz hakkında ilk izlenimlerinizi iletir misiniz?

Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş. ülkemizin en büyük şirketleri arasındaki yerini her yıl daha ileriye taşıyarak sektöründe söz sahibi olmayı başarmış bir şirkettir. Deneyimli, çalışkan ve hedef odaklı ekibi sayesinde önümüzdeki dönemde daha da başarılı olacağını hissettiren bir şirket olduğunu gözlemledim.

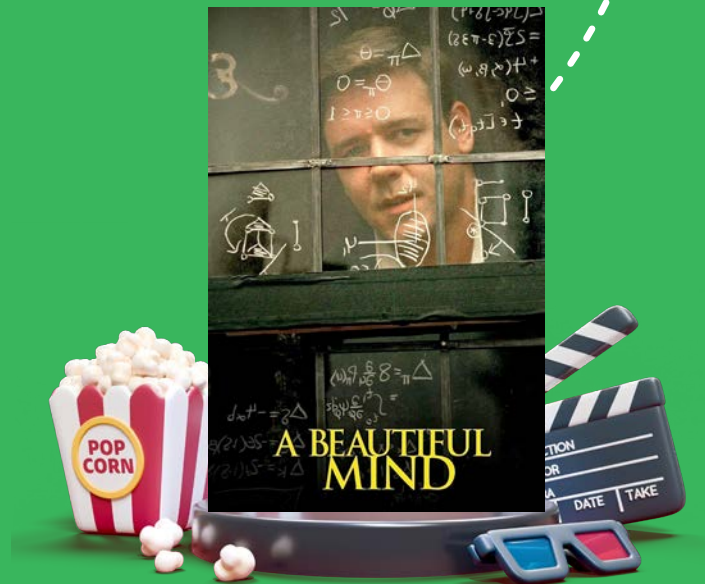
Kişisel ilgi alanlarınız veya hobileriniz nelerdir?

Boş zamanlarınızda neler yapmaktan hoşlanırsınız? Kitap ya da film seviyorsanız neler önerebilirsiniz?

Boş vakitlerimde öncelikli olarak ailemle vakit geçiriyorum. Vakit buldukça spor yapmayı ve seyahat etmeyi tercih ediyorum. Yıllardır finansal alanlarda çalışıyorum ancak kişisel olarak da finans ve ekonomi gündemini yakından takip ediyorum. Finansal strateji ve yatırım alanlarında kitaplar okumayı çok severim. Okuduğum kitaplar biraz teknik olduğundan herkes için okuması keyifli olmayabilir. Bundan dolayı bir film önerisinde bulunabilirim. Çok eski bir film olan Akıl Oyunları (A Beautiful Mind) filmi izlemesi gayet keyifli ve benim de önerebileceğim bir filmidir.



Nuroi KORKMAZ
Bütçe Maliyet ve Raporlama Müdürü



Aramıza Yeni Katılanlar

Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?

Merhaba, ben Şahin AKDAN 1970 Mersin doğumluyum. İlk orta ve lise tahsilimi Mersin'de tamamladım. Lisans eğitimimi Su Ürünleri Mühendisi olarak tamamladım. Yaklaşık 26 yıldır perakende sektöründe çalışıyorum. Bu işte her gün yeni bir başlangıç gibi işime odaklandığım için işe gidip gelirken keyif alıyorum. Görev aldığım mağazalarda kendi gelişimim ve personelin gelişimi için gerekli olan tüm süreçleri başarılı bir şekilde tamamlamaya çalışırım. Burada da bu özveri ve heyecanla Adana Bölge Müdürü olarak çalışmaya başladım. Evliyim, üniversiteye giden ikiz oğullarım var.

Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş.'yi tercih etmenizin sebepleri nedir?

Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş.'yi seçmemdeki amaç ise çocukluğumdan beri bildiğim Tarım Kredi bünyesinde market deneyimlerimi paylaşarak daha farklı özellikler kazanabileceğim bir yapıya sahip olması. Büyük bir organizasyonda bana düşen görev ve sorumlulukları yapabilecek araçların ve olanakların sunulması.

Şirketimiz hakkında ilk izlenimlerinizi iletir misiniz?

Şirketimizin İstanbul'da bulunan mağazalarını müşteri olarak yakından incelediğimde sürekli iyileşen reyonlar ve ürün çeşitliliği ile ön plana çıkmaktadır. Ayrıca sadece bu kuruma özel üretilen ürünlerin insanlar tarafından tercih edilmesini ve kalite-fiyat dengesinin ne kadar başarılı olduğunu gördüm. Detaylı incelendiğinde Türkiye'de zincir marketler için üretilen ürünlerin Tarım Kredi fabrikalarında üretildiğini gördüm. Bu özellikleri sahada mağaza çalışma arkadaşlarıma aktarmak için elimden geleni yapmak önceliğim olacaktır.

Kişisel ilgi alanlarınız veya hobileriniz nelerdir? Boş zamanlarınızda neler yapmaktan hoşlanırsınız?

Deniz en büyük tutkumdur. Özellikle zıpkın ile balık avcılığı olmazsa olmazlarımdandır. Yaz kış bu hobi ile ilgilenmekteyim.



Serinleten Sağlık Limonatanın Bilinmeyen Faydaları

Yaz aylarının vazgeçilmez içeceği olan limonata, sadece ferahlatıcı tadıyla değil, sağlığa sunduğu sayısız faydayla da dikkat çekiyor. Serinletici özelliğinin ötesinde, içeriğindeki vitamin ve mineraller sayesinde adeta doğal bir şifa kaynağı olan bu içecek, özellikle sıcak havalarda vücudun ihtiyacı olan desteği sağlıyor.

Doğal Bir Süper Gıda: **Limonun Gücü**

Limonlar, “süper besin” kategorisine alınacak kadar zengin bir içerik barındırır. C vitamini başta olmak üzere B6 ve A vitaminleri, potasyum ve flavonoid gibi antioksidanlar limonun temel bileşenlerindendir.

Bu güçlü içerik, limonataya sadece bir yaz içeceği değil; aynı zamanda bedensel ve zihinsel sağlık açısından faydalı bir kür niteliği kazandırıyor.



Sindirimi Kolaylaştırır

Limon suyu, özellikle hazımsızlık ve kabızlık gibi sindirim sorunlarına karşı etkili bir doğal çözümdür. Limonata, bağırsak hareketlerini destekleyerek sindirimi kolaylaştırır ve bağırsak duvarlarında biriken atıkların atılmasına yardımcı olur.

Böbrek Taşına Karşı Koruyucu

Yeterli sıvı tüketimi böbrek taşı oluşumunu önlemede kritik rol oynar. Ancak limonata da bulunan sitrat, idrar yollarında kalsiyum birikimini azaltarak böbrek taşı riskini daha da düşürebilir. Bu da limonatayı sıradan bir içecekten çok daha fazlası haline getirir.



Kilo Vermeye Destek Olur

Limon, pektin adı verilen ve tok tutma özelliğiyle bilinen çözünebilir bir lif içerir. Limonata, doğal yapısıyla tokluk hissini artırarak aşırı yeme isteğini bastırabilir. Aynı zamanda metabolizmayı destekleyerek yağ yakım sürecine katkı sağlar.

Vücut Isısını Düşürür

Ateşli hastalıklarda terlemeyi teşvik etmek, vücut sıcaklığının doğal yollarla düşürülmesine yardımcı olabilir. Limonata, bu yönüyle grip ve benzeri rahatsızlıklar sırasında ferahlatıcı ve destekleyici bir içecek olarak öne çıkar.

Kanserle Mücadelede Doğal Destek

Limonun içerdiği antioksidanlar, serbest radikallerin hücrelere zarar vermesini önleyerek kanser riskini azaltmada rol oynar. Düzenli limonata tüketimi, bu antioksidanların vücutta sürekli aktif olmasını sağlayarak koruyucu etki gösterebilir.

Tansiyonu Dengeler

Potasyum açısından zengin olan limon, yüksek tansiyonla mücadelede de yardımcı olabilir. Baş dönmesi ve mide bulantısı gibi yüksek tansiyon belirtilerinde, limonata içmek hem serinletici hem de rahatlatıcı bir etki yaratır.

Güzellik İçin de Birebir

Limonata sadece iç organlara değil, cilde ve saça da dosttur. Kolajen üretimini destekleyerek cildin yenilenmesini hızlandırır, yara izlerinin iyileşmesine yardımcı olur. Antioksidan etkisi sayesinde ciltte parlaklık ve canlılık sağlar, saç dökülmesini azaltabilir.

Limonata Yazın Altın Anahtarı

Bir bardak limonata, sıcak yaz günlerinde sadece ferahlık sunmaz; aynı zamanda vücudun ihtiyaç duyduğu vitamin, mineral ve nem desteğini de sağlar. Doğal yapısı, güçlü içeriği ve sağlıklı buluşan lezzetiyle limonata, sofralarımızın vazgeçilmezi olmayı hak ediyor. Serinlik ararken sağlığınıza da önemsiyorsanız, limonata sadece bir içecek değil, bir yaşam tarzı tercihi olabilir.



Yazın Saf Serinliği Tarım Kredi Limonata Özütü



%0 Katkı. %100 Ferahlık.

Sıcak yaz günlerinde serinlemenin en doğal ve en iç rahatlatan yolu: Tarım Kredi Limonata Özütü.

Rafine sadeliğiyle, katkı maddelerine karşı güçlü bir duruş sergileyen bu ürün, yalnızca limonun doğallığını ve serinliğini sofranıza getiriyor.

Neden Katkısız Limonata?

Piyasada bulunan birçok limonata, "limon aromalı içecek" tanımı altında; renklendiriciler, aroma vericiler, stabilizatörler, tatlandırıcılar ve asit düzenleyicilerle doludur. Oysa bu katkılar, doğallığı gölgeler; limonun gerçek tadı yerine yapay bir lezzet sunar.

Tarım Kredi Limonata Özütü ise:

- Koruyucu içermez.
- Yapay tatlandırıcı içermez.
- Aroma değil, gerçek limon suyu içerir.
- Gıda boyası içermez.
- Şeker dengesi doğaldır, boğmaz – ferahlatır.
- Yaz sıcaklığında bir yudumla vücudu serinleten, içeriğiyle zihni rahatlatan bu eşsiz içecek, hem çocuklarınız için güvenli bir tercih, hem de sağlıklı yaşam tarzını benimseyenler için vazgeçilmez bir alternatiftir.

Tarım Kredi güvencesiyle üretilen bu donuk limonata özütü, tarladan bardağınıza uzanan saf bir yolculuğun ürünüdür. Hiçbir kimyasal katkı ile o yolu bozmadık. Doğayı olduğu gibi şişeye taşıdık.

Tarım Kredi Donuk Limonata =

**Sade içerik + Gerçek limon
+ Katkısız serinlik**

Yazın sıcaklığında yapay alternatiflere hayır,
katkısızlığa evet demenin tam zamanı!



Ofisten Tarifler



Malzemeler

Köfte İçin:

- 2 su bardağı ince köftelik bulgur
- 1 su bardağı sıcak su
- 1 çay bardağı irmik
- 1 yemek kaşığı domates salçası
- 1 yemek kaşığı biber salçası
- 1 çay kaşığı kimyon
- 1 çay kaşığı karabiber
- 1 tatlı kaşığı tuz
- 1 yumurta
- Yarım su bardağı un

Sos İçin:

- 5-6 diş sarımsak (ezilmiş)
- 3 yemek kaşığı zeytinyağı
- 2 adet domates (rendelenmiş)
- 1 yemek kaşığı domates salçası
- 1 çay kaşığı pul biber
- Yarım limon suyu
- Yarım çay bardağı su
- Tuz

(İsteğe bağlı: taze nane, maydanoz, sumak, nar ekşisi)



Hatay'ın Eşsiz Mutfağından: Fella Koftesi

Fella Koftesi Tarifi Hatay'ın eşsiz mutfağından, sebzeli sosla taçlanan nefis bulgurlu köfteler...

Sağlıklı ve doyurucu bu geleneksel tat, Tedarik ve Planlama Uzmanı Merve Cansu KALKAN'ın özenle hazırladığı tarifile sofralarınıza geliyor.



Hazırlanışı

1. Köfte Hamurunu Hazırla:

Bulguru sıcak suyla ıslatıp üzerini kapatın, 10 dk bekletin. Şişen bulgura irmik, salçalar, baharatlar, yumurta ve unu ekleyip güzelce yoğurun. Yapışmayan ama dağılmayan bir kıvam almalı. Gerekirse biraz daha un ekleyebilirsiniz.

2. Köfte Şekli Ver:

Ellerini hafifçe ıslat, cevizden küçük parçalar kopar. Yuvarlayıp ortasına başparmağınla bastırarak minik çukur yap.

3. Köfteleri Haşla:

Kaynar ve tuzlu suya at, 8-10 dakika kadar haşla. Yüzeye çıkarlarsa olmuş demektir. Süzüp kenara al.

4. Sosu Hazırla:

Zeytinyağında sarımsakları kavur. Salçayı ekle, biraz kavur. Rendelenmiş domates, baharatlar, limon suyu ve suyu ekle. 5-6 dakika kaynat. Haşlanan köfteleri bu sosa ekleyip 2-3 dakika harmanla.

5. Servis:

Üzerine ince kıyılmış maydanoz serpip ılık ya da soğuk olarak servis et. Yanında yoğurt veya ayranla harika gider.

Afiyet olsun...



TARIM KREDİ YAĞ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Tarımdan Sofraya Uzanan Güven

Türkiye'nin gıda arz güvenliğinin teminatlarından biri olan Tarım Kredi Grubu, tarımsal üretimi destekleme vizyonunu güçlü iştirakleriyle sürdürüyor. Bu vizyonun en stratejik ve iddialı adımlarından biri ise Tarım Kredi Yağ Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile hayata geçiyor.

Tarım Kredi Holding iştiraki olan Tarım Kredi Yağ'ın, bitkisel yağ üretimi ve zeytin-zeytinyağı üretimi olmak üzere iki ana faaliyet konusu bulunmaktadır. Türkiye'nin dört bir yanındaki çiftçi ortaklarından en kaliteli ham maddeyi en uygun fiyatla temin eden kurum, bu ürünleri işleyerek hem piyasa fiyatlarını regüle etmekte hem de sağlıklı ve kaliteli gıda ürünlerini **aracısız** olarak tüketiciyle buluşturmaktadır.

Ürünler, Kooperatif Market raflarında **uygun fiyat, yüksek kalite** ilkesiyle satışa sunulmakta ve ülkemizin tarımsal üretim gücüne katkı sağlanmaktadır.



Bitkisel Yağ Üretiminde Güçlü Altyapı Uzunköprü Ham Yağ Tesisi

Edirne'nin Uzunköprü ilçesinde yer alan tesis, köklü geçmişiyle dikkat çekiyor. 1974 yılında özel sektör yatırımı olarak kurulan fabrika, 2000 yılında Tarım Kredi çatısı altına alınarak modern bir ham yağ tesisine dönüştürüldü. Günlük **250 ton**, yıllık **75.000 ton** yağlık ayçiçeği tohumu işleme kapasitesine sahip tesis, yüksek kalite standartlarıyla üretim yapmaktadır.

Kırklareli Rafine ve Dolum Tesisi

Kırklareli'nin Kavaklı beldesindeki tesis, 2008 yılında Uzunköprü tesisiyle entegre edilerek yem fabrikasından rafine tesisine dönüşmüştür. 2013 yılında 120 ton/gün kapasiteli rafine hattı eklenmiş, yıllık **36.000 ton rafine ayçiçeği yağı** ve **42.500 ton dolum** kapasitesine ulaşmıştır.





Zeytin ve Zeytinyağında Modern Üretim

Balıkesir Gömeç'te konumlanan zeytin ve zeytinyağı üretim tesisimiz, 2000 yılında kurulmuş olup yıllar içerisinde yapılan yatırımlarla büyümesini sürdürmüştür.

2017 yılında yapılan yatırımlarla kapalı alan

6.257 m²'ye,

Günlük zeytin sıkım kapasitesi

20.000 ton/yıl'a,

Paketleme kapasitesi ise

10.250 ton/yıl'a

yükseltilmiştir.

Sofralık zeytin üretimi de aynı yıl içerisinde ciddi bir atılım yaparak:

1.500 ton/yıl siyah salamura,

800 ton/yıl yeşil salamura

üretim kapasitesine ulaşmış,

Paketleme hattı ile toplam

5.700 ton/yıllık

üretim hacmi yakalanmıştır.

2022 yılı itibarıyla dış üretim noktalarıyla birlikte

12.000 tonluk toplam üretim kapasitesi sağlanmıştır.

Ayrıca, çevreci bir yaklaşım benimseyen Tarım Kredi Yağ,

üç fazlı sistem yerine **iki fazlı sıkım teknolojisine** geçerek

atık yönetiminde de sürdürülebilirliği hedeflemiştir.

Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Arasında!

İstanbul Sanayi Odası'nın 2024 sonuçlarına göre, Tarım Kredi Yağ Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu arasında **493'üncü sırada yer aldı.**



SEKTÖRDEN HABERLER

Perakende Pazarının Geleceği ve Küresel Trendler: Yeni Tüketici Çağında Dönüşümün Şifreleri

TÜSİAD tarafından EY Parthenon Türkiye iş birliğiyle hazırlanan “Perakende Pazarının Geleceği ve Küresel Trendler” başlıklı rapor, 11 Temmuz 2025’te kamuoyuna tanıtıldı. Raporda, dünya genelinde perakende sektörünü şekillendiren makro dinamikler, dijitalleşme, tüketici eğilimleri ve iş gücü dönüşümü gibi alanlara odaklanılarak, sektörün geleceğine yönelik kapsamlı bir yol haritası sunuluyor.

Küresel ekonomik belirsizlikler, dijital çağın hızla değişen dinamikleri ve tüketicinin yeniden tanımlanan beklentileri, perakende sektöründe daha önce görülmemiş bir dönüşüm süreci başlatmış durumda. Bu yazıda, raporun temel bulgularını daha derin analizlerle birleştirerek, sektöre ışık tutacak kapsamlı bir perspektif sunmayı hedefliyoruz.





1 Yeni Nesil Tüketici Eğilimleri

Değer ve Güven Arayışı

Artan yaşam maliyetleriyle birlikte tüketiciler artık sadece “ucuz” olanı değil, “değerli” olanı arıyor. Fiyat/fayda dengesi, alışveriş tercihlerini yönlendirirken; sağlık, katkısız içerik ve güvenilir markalar öne çıkıyor. Özellikle pandemi sonrası dönemde bağışıklık sistemine katkı sağlayan, temiz içerikli ürünlerin satışında ciddi artışlar gözlemleniyor. Aynı zamanda müşteri, markalardan şeffaflık ve sorumluluk da bekliyor.

Özel Markalı Ürünlerin Yükselişi

Private label ürünler; kalite, uygun fiyat ve marka güvenilirliğiyle özellikle hızlı tüketim mallarında pazarı domine ediyor. Sadece zincir marketlerde değil, artık e-ticaret platformlarında da özel markalar kendi nişlerini yaratıyor. Bu ürünler, markaların marjlarını artırırken aynı zamanda sadakat yaratıyor. Özel markalı ürünlerde ambalaj tasarımı, sağlık vaadi ve doğaya saygı gibi faktörler ön planda.

Bilinçli ve Duyarlı Tüketici

Yeni nesil tüketici etik değerlere önem veriyor: sürdürülebilir üretim, çevre dostu ambalajlama, sosyal sorumluluk odaklı kampanyalar artık alışveriş kararlarında etkili. Bu eğilim, tüketici davranışlarında kalıcı bir yer edinmeye başlıyor. Özellikle Z kuşağı, markaların sosyal meselelere duyarlılığını sorguluyor. Karbon ayak izi bilgisi, üretim sürecinin şeffaflığı ve toplumsal etki gibi unsurlar satın alma kararını doğrudan etkiliyor.

2 Kanal Entegrasyonu ve Mağaza Deneyimi

Omni-channel Zorunluluğu

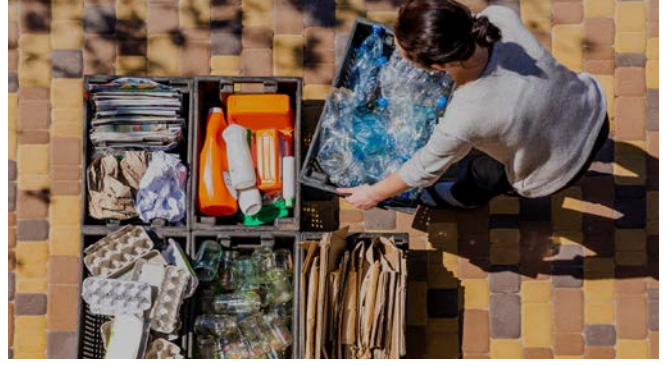
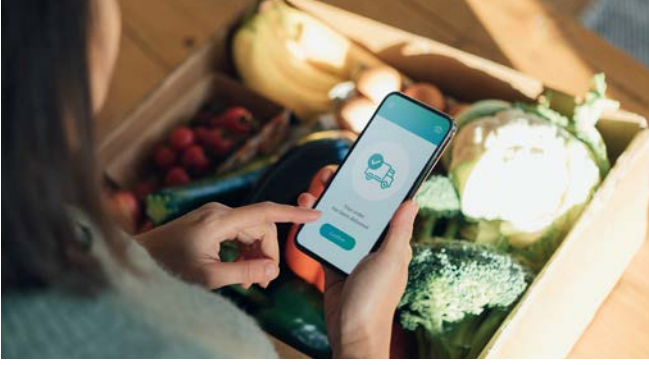
Tüketici artık online ve offline arasında geçiş yaparak alışveriş yapıyor. Click & collect, showrooming ve mağazadan sipariş gibi hibrit modeller hızla yaygınlaşıyor. Bu noktada veri entegrasyonu, stok yönetimi ve müşteri geçmişi takibi oldukça kritik hâle geliyor. Mağazalar, e-ticaretin uzantısı gibi çalışmaya başlıyor.

Deneyimsel Mağazacılık

Perakende artık sadece satış değil, deneyim sunma işlevi de görüyor. Sosyal medya uyumlu, etkileşimli ve markaya özgü mağaza tasarımları (örn. Nike, Apple gibi) küresel trendi belirliyor. Deneyim odaklı mağazacılıkta hedef, tüketicinin mağazaya tekrar tekrar gelmesini sağlamak. Örneğin, mağazada gerçekleşen atölyeler, dijital etkileşim alanları, artırılmış gerçeklikli ürün testleri artık sıkça görülüyor.

Türkiye’de Uygulamalar

Trendyol’un mağazacılık hamlesi, Migros’un dijital destekli mağazaları, Teknosa’nın kişiselleştirilmiş kampanyaları çok kanallı sistemin Türkiye ayağını güçlendiriyor. Ayrıca yerel markalar da fiziksel-dijital entegrasyonu benimsiyor. Watsons, Gratis gibi güzellik zincirleri, mobil uygulama üzerinden yapılan alışverişleri mağazadan teslim etmeye yöneliyor.



3 Teknoloji ve Dijital Dönüşüm

Yapay Zekâ ve Otomasyon

Veriye dayalı fiyatlandırma, kişiselleştirilmiş kampanyalar, akıllı stok yönetimi artık standart hâle geliyor. Amazon Go gibi kasiyersiz mağazalar, geleceğin perakende modelini temsil ediyor. Ayrıca robot destekli depo sistemleri, sesli asistanlarla destekli müşteri hizmetleri, chatbotlarla dönüşüm yaşayan satış sonrası hizmetleri önemli örnekler arasında.

AR/VR Deneyimleri

Kıyafet ya da mobilya alışverişinde artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) uygulamaları ürünle tüketici arasında yeni bir bağ kuruyor. Sanal kabinler, dekorasyon simülasyonları ve kişisel stil önerileri, alışveriş deneyimini artırıyor. Özellikle online alışverişte iade oranını azaltan bu teknolojiler, maliyet ve müşteri memnuniyeti arasında denge kuruyor.

Türkiye’de Örnekler

LC Waikiki’nin talep tahmin sistemleri, Koçtaş’ın mobil saha satış organizasyonu, A101’in yerelleştirilmiş mobil indirimleri teknolojik dönüşümün güçlü örnekleri. Ayrıca Hepsiburada’nın yapay zekâ destekli kargo yönlendirme algoritmaları ve Migros’un veri analitiği temelli kampanya planlamaları da dikkat çekiyor.

4 Sürdürülebilirlik ve Tedarik Zinciri

Yeşil Dönüşüm

Çevreye duyarlı ürünler, karbon nötr sertifikalar ve doğa dostu lojistik sistemler rekabet avantajına dönüşüyor. Perakendeciler artık sadece satış yapmıyor, aynı zamanda gezegenin geleceğini şekillendiriyor. Paketleme, üretim ve lojistik süreçlerinin çevresel etkileri; markaların itibar yönetiminin ayrılmaz parçası oluyor.

Tedarik Zincirinde Esneklik

COVID sonrası tedarik zincirlerinde yeniden yapılanma hız kazandı. Nearshoring (yakın kaynak kullanımı) ve yerel üretim iş birlikleri yeni norm haline geldi. Şirketler, üretim ve tedarikte alternatif kaynaklarla çalışarak kriz dayanıklılıklarını artırıyor. Tedarik zinciri yazılımları, anlık görünürlük ve risk yönetimi açısından vazgeçilmez hâle geliyor.

Türkiye’deki Pratikler

Tarım Kredi’nin katkısız ürünleri, Migros’un sıfır atık belgesi, BİM’in sade ambalaj politikası sürdürülebilirliğe örnek oluşturuyor. Aynı zamanda Ekomini gibi küçük zincirler, lokal üreticiyle doğrudan iş birliğine giderek gıda israfını azaltma yönünde adımlar atıyor.



İş Gücü ve Organizasyonel Yapı

Yeni Çalışma Modelleri

Perakende çalışanları için esnek saatler, dijital araçlarla desteklenen görev dağılımı ve hibrit çalışma yaygınlaşıyor. Özellikle e-ticaret operasyonlarında uzaktan çalışabilen destek ekipleri, çağrı merkezi çalışanları ve içerik yöneticileri için yeni modeller oluştu.

Yetkinlik Odaklı Dönüşüm

Dijital beceriler, veri okuryazarlığı ve müşteri deneyimi uzmanlığı, perakendecilerin insan kaynağında aradığı temel özellikler haline geldi. Satış temsilcisi profili, artık yalnızca ürün bilgisiyle değil; aynı zamanda dijital sistemlere hakimiyet ve müşteri ihtiyaçlarını öngörme becerisiyle tanımlanıyor.

Türkiye’de Uygulamalar

Trendyol Tech Akademi, LC Waikiki’nin dijital eğitim platformları ve Koçtaş’ın sahaya özel mobil çözümleri öne çıkıyor. CarrefourSA’nın online satış ekipleri için geliştirdiği özel eğitim paketleri de sektöre örnek teşkil ediyor.

Küresel Pazar Verileri ve Stratejik Öneriler

Rakamlarla Küresel Perakende

2025 küresel perakende pazar büyüklüğü:
18,6 trilyon dolar

E-ticaretin fiziksel mağazalara göre
2 kat hızlı büyümesi

Asya-Pasifik’in liderliği, Türkiye’nin
genç nüfus avantajı

Online-offline bütünleşmesiyle ortaya çıkan
yeni iş modelleri

Sektörün yıllık ortalama büyüme hızı (CAGR):
%5 civarında

Sonuç

TÜSİAD'ın "Perakende Pazarının Geleceği ve Küresel Trendler" raporu, sektör oyuncuları için sadece bir öngörü değil, aynı zamanda stratejik bir pusula niteliğinde. Tüketici merkezli, teknolojik ve sürdürülebilir bir yaklaşımla yeniden şekillenen perakende dünyasında, bu değişimlere adapte olabilen oyuncular kazanan taraf olacak.

Dijitalleşme, sürdürülebilirlik, deneyim ve esneklik... Perakendenin yeni kodları artık bu dört temel üzerine kuruluyor. Türkiye'nin bu dönüşümde alacağı rol ise sadece iç pazarla sınırlı kalmayıp, bölgesel bir güç merkezi olma potansiyeli taşıyor.

Geleceği okuyan değil, geleceği inşa eden bir perakende vizyonu mümkün.

"Perakende Pazarının Geleceği ve Küresel Trendler" raporuna ulaşmak için:

<https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/11821-perakende-pazarinin-gelecegi-ve-kuresel-trendler>



Bulmaca

I II III IV V



Dikey

1. Toprak altında oluşan, nişastalı, yumru bitki
3. Kakaonun içerisine şeker, süt, fıstık, fındık vb. katılarak yapılan bir tür tatlı yiyecek
4. Sulu, sarı kabuklu bir yaz meyvesi
5. Üreticilerin, aracıyı ortadan çıkararak ürünlerini daha iyi şartlarda pazarlamak için kurdukları ortaklık
6. Tarlayı sürme işi
10. Fasulyegillerden bir bitki
11. Ağaçlarla örtülü geniş alan

Yatay

2. Gerekli malzemeyi sağlayan kimse
7. İçine şeker katılmış çeşitli meyve suları ya da süttten soğutmak suretiyle elde edilen soğuk bir tatlı
8. Ürün kaldırma, ekin biçme işi
9. Su, şeker ve limon suyundan yapılan şerbet
12. Arkasına römork takılabilen, çift sürmek, yük taşımak vb. işlerde kullanılan motorlu iş makinesi

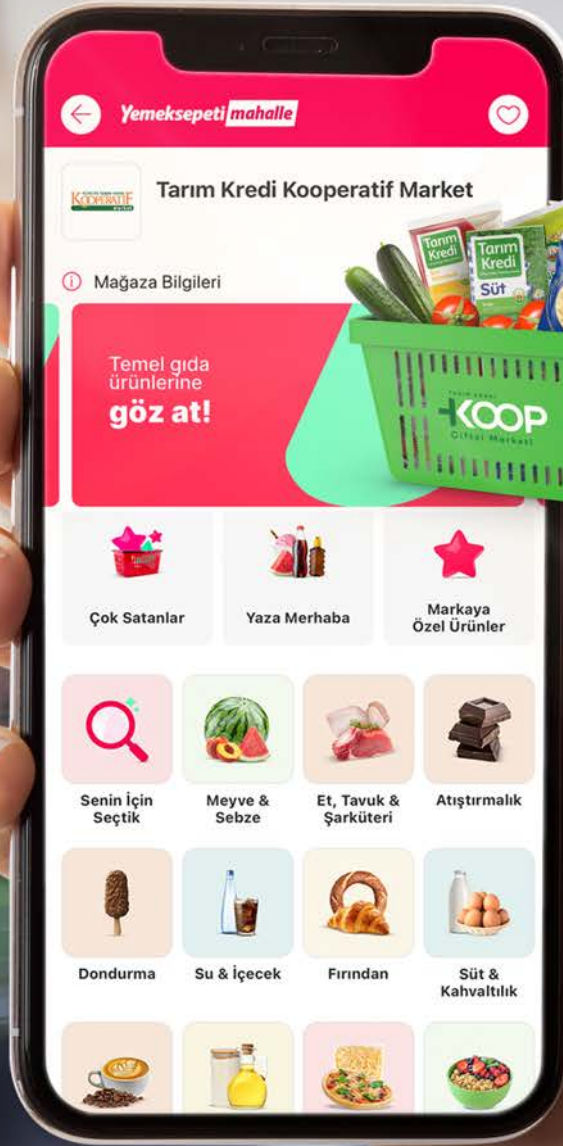
Alışverişin KOOPkolay yolu!

KOOP Market 49 şehirde şimdi Yemeksepeti'nde!



Tek tıkla kapınızda

Yemeksepeti



HER GÜN, TÜM GÜN TAZELİK VE SAĞLIK!



tkkoopmarket



koop_market



koopmarket



Koop Market



Koop Market



Sosyal medya
kanallarımıza ulaşmak için
QR Kodu okutabilirsiniz.

TARIM KREDİ
+KOOP
Çiftçi Marketi