

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Ağustos 2002

sayı 293

Ford Transit Connect Dünya İle Buluşuyor!

İlk Durak: İngiltere



Küresel Vizyon.....4

- Ford Transit Connect'in Dünya Yolculuğu!
- Özel Sektörün En Büyüğü Koç Topluluğu



Sektörel Vizyon.....14

- Koç Ata Tesisleri
- Koç Topluluğu Continental ile Lastik Pazarında Daha da Güçleniyor



İletişim.....25

- Koç Üniversitesi'nin Kurumsal Tarihi: Geleceğe Açılan Bilim Kapısı



Birlikte Başarmak.....30

- Arçelik İskenderun Yetkili Satıcısı

Toplum ve Yaşam.....32

- Müşteri Önemsendiğini Hissetmek İstiyor



Hayata Dair.....42

- Ekolojik, Ama Ne Kadar Ekolojik?

BİZDEN HABERLER
KOÇ HOLDİNG A.Ş. AYLIK YAYIN ORGANI
 Yazışma Adresi: Bizden Haberler
 Nakkaştepe, Azizbey Sok. No: 1
 81207 Kuzguncuk-İstanbul

Tel: (0 216) 531 00 00
 Fax: (0 216) 343 15 37
 Internet: <http://www.koc.com.tr>
 e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr
 Ağustos 2002 Sayı: 293

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına
 F. Bülend Özaydınlı
 Genel Yayın Yönetmeni: Can Çağdaş
 Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil
 Editör: Ülkü S. Osmanoğlu
 Sanat Yönetmeni: Nihal Atatepe
 Yayın Kurulu: Ali Saydam, Can Kaya İsen,
 Ebru Uluceviz, Fikret Şahin, Şeniz Akan
 Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve İletişim
 Hizmetleri Ltd. Şti. Tel: (0 212) 288 79 70-71
 Renk Ayrımı ve Baskı:
 Çali Grafik Matbaacılık A.Ş.
 Tel: (0 212) 696 52 27 (pbx)

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

Güneydoğu'dan Haber Var

Merhaba,

Bu ay hazırladığımız dergide yeni bir bölümümüz var. Yetkili satıcı ve servislerimize ayırdığımız bu yeni bölümde her ay bir söyleşi yer alacak. Amacımız bayinin sesini, dolayısıyla Türkiye'nin sesini dinlemek. İlk konuğumuz İskenderun'dan genç ve dinamik bir hanımefendi; **Arçelik** İskenderun Yetkili Satıcısı **Vicdan Özkaya Eraslan**.

Güneydoğu'dan ikinci haberimiz yöredeki en önemli yatırımımız olan Koç Ata'dan. Genel Müdür **Fazıl Çamdibi**, bizi bilgilendirirken, önümüzdeki yıl verimlilikte kırmayı hedefledikleri rekorları birbiri ardı sıra sıraladı.

Herkesin Dünyasına Değinen Konular

Bu sayımızda "insan" ortak paydası altında herkesin dünyasına değinen pek çok yazı oluşturduk. Güneşle iyi geçinmeye yönelik tavsiyeler, ekolojik beslenme, sonsuz sağlık kaynağı süt, insan sağlığı ve içimizden gelen yarışma dürtülerinin oluşturduğu muhteşem bir şampiyona hakkında hepimizin kolaylıkla anlayabileceği bir dille yazılmış olan özet bir öykü.

"Geleceğe Açılan Bilim Kapısı"

Koç Üniversitesi yeni bir kitap yayımladı. Adı "Geleceğe Açılan Bilim Kapısı". Bu kapının arkasında Koç Üniversitesi'nin geleceğe yönelik

aydınlık yüzünün yanı sıra kapının diğer tarafında kalan özveri, sebat-kâr ve hedefe yönelik kararlı bir serüveni göreceksiniz.

"Ve Gemi Gidiyor"

Şirket haberlerine baktığımızda yine başarı öyküleriyle dolu bir ay geçirdiğimizi fark ediyoruz. **İstanbul Sanayi Odası**'nın her yıl yayımlanan araştırma sonuçları, Türkiye'nin en büyük özel sektör şirketleri içinde önde gelenlerin **Koç Topluluğu**'na bağlı kuruluşlar olduğunu ortaya koyuyor.

Arkasında büyük bir mücadele yatan **Ford Otosan** Kocaeli Tesisleri ilk meyvelerini vermeye başladı ve **Ford Transit Connect**, rotasını öncelikle İngiltere olarak belirleyen Ro-Ro gemilerine binerek dünya üzerindeki müşterilerine ulaşmak amacıyla yola çıktı.

Eğitim Başarı Armağanımız

Dergimizde sizinle paylaşmak istediğimiz son yeniliğimizi de şu haberle özetleyebilirim: Bizden Haberler'in gelenekselleşen "**Eğitim Başarı Armağanı**"na bu yıldan itibaren yetkili satıcı ve servislerimizin çocukları da katılabilecek. Bu konuda gerekli olan tüm bilgileri dergimizdeki ilandan ve haberden öğrenebilirsiniz.

Hepimiz Ağustos tatilimizde iyi dinlenelim.

Dergimizin tadına varmanız umuyla keyifli okumalar.

Can Çağdaş
 Koç Holding A.Ş.
 Kurumsal İletişim Koordinatörü

Dünya müşterileri ile Transit Connect'in ilk tanışması İngiltere'de başladı. Ardından, İspanya, Portekiz, Almanya, Türkiye ve diğer ülkelerde yeni müşterilerle buluşacak.

küresel vizyon

Ford Transit Connect'in Dünya Yolculuğu Başladı

Dünyada sadece, Türkiye'deki **Ford Otosan Kocaeli Fabrikası**'nda üretilen ve Haziran ayında düzenlenen bir tören eşliğinde üretim bandından çıkan **Transit Connect**'i Avrupa'daki ilk durağı olan İngiltere'ye götürecektir olan gemi, 5 Temmuz'da yola çıktı.

Türk mühendisleri ve işçileri tarafından üretilen, **Koç Topluluğu** için bir gurur kaynağı olan Transit Connect'i bu kez, projenin mimarlarından dinleyelim istedik. Ford Otosan Üretimden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı **Ufuk Güçlü** ve Ürün Geliştirme Koordinatörü **Ernur Mutlu**, Transit Connect'in bu çok özel hikâyesini bizlerle paylaştı.

• Transit Connect'in üretim fikri nasıl oluştu?

Ufuk Güçlü: Ford, Escort'u devreden çıkarıp yerine **Focus** modelini üretmeye başladığında, Escort'un kapalı kamyonet tipi **Escort Van**'ın da yerine gelecek yeni bir araç ihtiyacı ortaya çıktı. Ancak, Ford bu yeni aracın üretimi için gerekli olan yatırımı fazla buldu. 1998'de Ford Otosan Genel Müdür Başyardımcısı görevini yürüten **Mark Schulz**, bizlere bu aracı bizim üretmemiz konusunda bir öneride bulundu. Tüm yönetim olarak bu üretimi için gerekli olan yatırımı yapabileceğimiz konusunda fikir birliğine varınca, bu teklifi Ford yönetimine ilettik ve sonuçta Transit Connect'in üretimini yanı sıra, tasarımının oluşturulması çalışmalarını da üstlendik.

Başlangıçta otomobil platformu üzerine oturtulmuş bir ticari araç üretimi planlasak da, çok kısa bir

sürede bu planımızı bir kenara bırakıp iki farklı uzunlukta ve iki farklı gövde yüksekliğinde ticari bir araç üretme kararı aldık.

Ernur Mutlu: Bugüne kadar bu segmentte yer alan üreticiler hep otomobil platformu üzerine ticari araç özelliklerini geliştirerek ticari araç ürettik. Bir başka deyişle, bu segmentteki araçlar, yük taşıma kapasitesi artırılmış bir otomobil olarak karşımıza çıkıyor. Ancak, biz işe koyulduğumuz zaman Ford'un Transit'le elde ettiği itibarı da sürdürebilmek için tamamıyla ticari amaçlara yönelik bir araç ürettik.

• Transit Connect'in tasarım ve üretim sürecinde görev alan ekip hakkında neler söyleyeceksiniz?

Ufuk Güçlü: Ekibimiz, adeta çok uluslu bir devlet gibiydi. Aralarında Amerikalı, Fransız, Yunan, Japon olmak üzere 350'ye yakın mühendisle birlikte çalıştık. Projenin belirli aşamasında ekibimiz Amerika'ya yerleşti. Amerikalı mühendislerle anlaşamadığımız tek konu, sıcaklarda kullandığımız klimanın ısı ayarı idi. Onlar ısrarla dereceyi 18'e ayarlamaya çalışıyor, bizse klima ayarını sürekli olarak 21 dereceye getirme konusunda mücadele ediyorduk.

Ernur Mutlu: Çok iyi bir ekip çalışması yürüttük ve planlandığı gibi ekip ABD'nin ardından Türkiye'ye geldi. 300'e yakın prototip yapıldı. 100'e yakın workstation kullandık. Şu anda da 100'ü aşkın ve tamamen Türk mühendislerden oluşan ekibimiz geliştirme çalışmalarını sürdürüyor.

Bu projeye, Türk mühendislerimizin bir ilke imza attığını belirtmek

5 Temmuz'da İngiltere'deki müşterilerle buluşmak üzere ilk yolculuğuna çıkan Transit Connect'i bu kez, projenin mimarlarından dinledik

Ford Otosan Üretimden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ufuk Güçlü: Yeni ticari araç projelerinde de vazgeçilmez olmak için çalışıyoruz.





isterim. Bu aracın geliştirme çalışmasında yer alan ekibin %90'ını bizim ekibimiz oluşturdu. Koç Topluluğu açısından da bakıldığında, Türk mühendislerinin katkısıyla ticari araç geliştiren ve dışarıya açılan ilk şirket biz olduk. Bu başarının örnek teşkil etmeye başladığını görüyoruz. Zira, yan sanayilerimiz de yavaş yavaş üretimi ve tasarımı da kendileri yapmaya başladılar. Aynı zamanda, eğitilmiş mühendisimizin bu dev projeye daha fazla katkıda bulunması Ford Otosan'ın tanıtımı ve itibarı açısından çok olumlu oldu. Bizim iyi eğitim gör-

müş mühendislerimizin yurt dışındaki mühendislerle eş değer ve hatta çok daha iyi olduğunu gördük.

• **Transit Connect'in üretim bandından ilk çıkışını gördüğünüzde neler hissettiniz?**

Ufuk Güçlü: Transit Connect'in üretim bandından ilk çıkışı bizi çok sevindirdi. Çok özel bir duygu bu aslında... Yıllarca süren bir emeğin realize edilmesi sizi müthiş heyecanlandırıyor. Ancak bu bizim için bir son değil, bir başlangıç aslında... Transit Connect doğru, dünyaya

"Hoş geldim" dedi. Artık müşterisiyle tanışacak ve onunla birlikte siz de yeni müşterilerle tanışacaksınız. İlk tanışma İngiltere ile başladı. Ardından, İspanya, Portekiz, Almanya, Türkiye ve diğer ülkelerde yeni müşterilerle buluşacak. Gelen yollar doğruğusunda yenilikler ve yeni düzenlemeler yapma ihtiyacı duyacaksınız. Projeyi gerçekleştirmekten öte, asıl işimiz şimdi başlıyor. Transit üretimi Belçika'daki fabrikadan buraya aktarılıyor. Ford tarafından **'Ticari Araç Mükemmeliyet Merkezi'** olarak adlandırılan Ford Otosan olarak, bu hedef doğruğusunda yeni projelerde de vazgeçilmez olmak için çalışıyoruz.

Çocuğunuz Sahiplenmek Gibi...

Ernur Mutlu: Tıpkı çocuğunuzun doğruğusunda hissettiğiniz o çok özel duygular gibi! Bir ebeveynin çocuğuna sahiplendiği gibi ortaya koyduğunuz ürününüzü sahipleniyorsunuz. Bundan sonraki gelişimini de tıpkı bir çocuğun gelişimini izler gibi izliyorsunuz. Onun büyüme sürecinde yaşadığı sancılarla, sorunlarla karşılaşılıyor ve onları çözümlenmeye çalışıyorsunuz.

• **Transit Connect'in tasarım aşamasında ne tür kriterleri temel aldınız?**

Ufuk Güçlü: Ford'un "Ürün Geliştirme Sistemi (FPDS)" olarak adlandırdığı bir metod var. En başta bu metodun formatına uygun bir hedef kitle belirledik. Ford'un marka imajının o kitleye göre nasıl konumlandırılacağını belirledikten sonra, aracın özelliklerini tanımladık. Bu özellikler belirlendikten sonra da parçaların tasarımına geçtik.

Ernur Mutlu: Yaptığımız pazar araştırmalarında, ticari araç müşterisinin neler beklediğini belirledik ve belirlenen ortak parametrelere baktığımızda ise sürücülerin öncelikli

Ürün Geliştirme Koordinatörü Ennur Mutlu: Rakiplerimiz arasında, frenler, direksiyon, sürüş rahatlığı ve yol tutuş alanında çok farklı bir ürün ortaya koyduğumuzu düşünüyoruz.



küresel vizyon

olarak yük hacmini ve işlevselliğini ön planda tuttuklarını gördük. Bu kriterlerin ardından da hayatlarının büyük bir kısmını geçirdikleri ve adeta evleri haline gelen araçlarının konforlu olmasını talep ettiklerini saptadık. Bu yüzden de tasarımda, iki temel kriteri ön planda tutmaya çalıştık: Konfor ve hacim...

• **Transit Connect'in sizin açınızdan temel farklılığı nedir?**

Ufuk Güçlü: Benim için Transit Connect'in Türk otomotiv sanayiinde çok önemli bir yeri var. Bu sanayide bugüne kadar lisans altında üretim yapılmadı. Bir başka deyişle, sektördeki üretim aracı bir firmanın lisansı altında gerçekleştirildi. Ancak, hiçbir firma ortağı olduğu diğer firma ile birlikte ortak bir lisansa sahip olarak üretim yapmadı.

Oysa, Transit Connect'in mülkiyetinin yarısı Ford'a, yarısı ise bize ait... Bu doğrultuda, Ford bu aracı başka bir ülkede üretme kararı aldığı anda bize lisans için ödeme yapacak. Sahip olduğumuz bu lisansın Ford'la yapacağımız diğer ortak çalışmalar için de yeni bir adım olacağına inanıyorum.

Ernur Mutlu: Bir de biraz tasarım özelliklerinden bahsetmek istiyorum. Transit Connect'i daha test aşamasında iken bildiğiniz gibi birçok teste tabi tuttuk.

Bu segmentte yer alan tüm ticari araçlar otomobil platformu üzerinden geliştirildikleri için, dayanıklılık ömrü olarak ortalama 160 bin km üzerine test edilirler. Biz ise bu değerleri 240 bin km'ye çıkardık. Örneğin, kendi aracımızı test etmeden önce pazarda yer alan en dayanıklı araç olarak bilinen rakip bir aracı test ettik. Bizim testimizin daha yarısına bile gelmeden önce araçta çeşitli hasarlar meydana geldi. Transit Connect ise bu testlerden sıfır hasar ile çıktı. Dolayısıyla, ömür ve dayanıklılık açısından rakiplerin çok üzerinde bir kaliteye sahip.



Transit Connect'in tasarımı sırasında görev alan Türk ekip, aralarında Amerikalı, Fransız, Yunan, Japon olmak üzere 350'ye yakın mübendisle birlikte çalıştı.

2003 İhracat Hedefi: 100 Bin Transit Connect!

Ford Otosan mühendisleri tarafından üretilen **Transit Connect**'ler, 5 Temmuz Cuma günü düzenlenen özel bir törenle İngiltere'ye uğurlandı. İki Ro-Ro gemisiyle yola çıkan 1000 adet Transit Connect için gerçekleştirilen törene, 9. Cumhurbaşkanı **Süleyman Demirel**, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Rahmi M. Koç**, Ford of Europe Başkanı **Martin Leach**'in yanı sıra, Bakanlar, Koç Ailesi ve çok sayıda davetli katıldı.

1.6 Milyar Dolar İhracat Hedefleniyor!

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç törende yaptığı konuşmada, sadece Koçeli Fabrikası'nda üretilen Transit Connect ve Transit ile 2004 yılının ikinci çeyreğinden itibaren,

yılda 1.6 milyar dolarlık ihracat geliri sağlanacağını ifade ederek, ortakları Ford ile yakın ve uyumlu çalışmalar sonucunda ulaşılan noktadan duydukları gurur ve memnuniyeti ifade etti. Ford of Europe Başkanı Martin Leach de Türkiye'deki ekonomik sıkıntının, yatırımlarını etkilemeyeceğini dile getirerek, "Koçeli'de yapılan Transit Connect'in birçok ülkede ses getiren bir başarı olacağına inanıyoruz. Bugünkü kutlama, bir ekip olarak birçok başarıya imza atıldığını gösteriyor" dedi.

9. Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel ise "Türkiye'nin krizden kurtulması ve refah düzeyini yükseltmek için en önemli sorun ihracattır.

Türkiye keşke bu törenleri günde 3 kere yapabilse; işte o zaman kurtulur" dedi.

**İstanbul Sanayi Odası'nın "Türkiye'nin
En Büyük Sanayi Kuruluşu" Araştırmasının Sonuçları Açıklandı:**

Özel Sektörün En Büyüğü Koç Topluluğu!

**İstanbul Sanayi Odası (İSO)
tarafından gerçekleştirilen
Türkiye'nin En Büyük Sanayi
Kuruluşu araştırmasında,
2001 yılının en başarılı
şirketleri sıralamasında,
Tofaş birinci, Arçelik ise
ikinci olarak yer aldı**

İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) gerçekleştirdiği 2001 yılı "Türkiye'nin En Büyük Sanayi Kuruluşu" araştırmasında, özel sektörde **Tofaş Türk Otomobil Fabrikası** birinci, **Arçelik** ise ikinci sırada yer aldı. Araştırma sonuçlarına göre **Koç Topluluğu**, 19 şirketi ile 'ciro', 'kâr', 'ihracat' ve 'çalışan sayısı' olarak geçen yıllarda olduğu gibi Türkiye'nin en büyük sanayi grubu olma başarısını sürdürdü.

Koç Topluluğu şirketleri 4.4 katrilyon TL ciro ile 500 Büyük Sanayi Kuruluşu arasında, özel sektörün %11'ini temsil eden en büyük sanayi grubu oldu. Listeye giren 19 Koç Topluluğu şirketi, toplam 25.717 çalışan sayısı ile de ilk sırayı aldı. Sıralamaya giren Koç Topluluğu şirketlerinin toplam ihracatı, geçen yılla göre yaklaşık 592 milyon dolar artarak 1.4 milyar dolar ile toplam özel sektör ihracatının %10'unu oluşturuyor.

ÖZEL SEKTÖR SIRASI			MİLYAR TL		BİN \$
2000	2001	ŞİRKET ADI	Satışlar (KDV Hariç)	Brüt Katma Değer	İhracat
3	1	Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.	1.072.833	167.520	686.343
2	2	Arçelik A.Ş.	946.195	235.218	250.950
7	5	Aygaz A.Ş.	818.778	177.438	8.547
8	9	Beko Elektronik A.Ş.	404.032	29.710	197.663
5	21	Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.	260.862	3.008	70.700
81	88	Türk Demir Döküm Fabrikaları A.Ş.	125.896	11.862	36.111
101	108	Döktaş Dökümcülük San. ve Tic. A.Ş.	102.864	47.3606	1.161
167	113	Mogaz Petrol Gazları A.Ş.	100.192	11.490	401
70	179	Otoyol Sanayi A.Ş.	67.250	15.122	24.855
93	181	Otokar Otobüs Karoseri A.Ş.	67.032	16.970	10.537
188	205	Tat Konserve San. A.Ş.	62.009	27.676	16.80
61	217	Türk Traktör ve Ziraat Makinaları A.Ş.	60.783	22.017	8.793
181	231	Mako Elektrik San. ve Tic. A.Ş.	56.282	10.392	6.300
-	236	Entek Elektrik Üretimi Otoprodüktör Grubu A.Ş.	55.338	21.793	0
191	259	Maret Marmara Besicilik ve Et San. ve Tic. A.Ş.	51.476	8.302 0	
279	274	İzocam Tic.ve San. A.Ş.	48.561	22.347	10.074
-	279	Lipet Likit Petrol Gazı ve Yakıt Tic. A.Ş.	48.314	8.507	0
259	295	Sek Süt Endüstrisi Kurumu San. Tic. A.Ş.	45.277	2.356	71
245	332	Demir Export A.Ş.	40.539	16.277	0
		Koç Topluluğu Toplamı	4.434.512	855.366	1.389.311
		Özel Sektör Toplamı	42.432.611	11.468.958	13.618.454
		Koç / Özel (%)	10,5	7,5	10,2
		500 Büyük Firma	58.377.591	19.139.029	14.811.787
		Koç / 500 Büyük Firma (%)	7,6	4,5	9,4



Koç Holding Bilişim Hizmetleri Koordinatörü Alper Göğüş: "2002 yılının Şubat ayında start verdiğimiz projede, 15 Topluluk şirketinden toplam 35 BT çalışanı aktif olarak görev aldı..."

Koç Topluluğu Şirketlerinin Yeni Ortak Paydası: Bilişim Teknolojileri Standartları

Dijitalleşen dünyada artık bir çok iş yapış biçimi de sanal ortama taşınıyor, bilişim teknolojilerinin kurumlar için önemi daha da artıyor. Bu gerçekten hareket eden Koç Topluluğu da yeni bin yıla ilerlerken başlattığı e-dönüşüm projesiyle, bu yeni iş yapma biçimlerini tüm Topluluk genelinde yaygınlaştırmayı ve bunun tüm avantajlarından yararlanmayı amaçlıyor. e-dönüşüm çatısı altında ele alınan en önemli konulardan birisi de, Topluluk şirketleri arasında BT birliği sağlaması ve şirketler arasındaki bilişim farklılıklarını ortadan kaldırması planlanan **BT Standartları Projesi**... 8 Temmuz 2002 günü düzenlenen bir toplantı ile tanıtılan bu projenin amaçları ve kapsamı hakkında ayrıntılı bilgi almak üzere Proje Lideri **Alper Göğüş** ile söyleştik.

Koç Topluluğu'nu yeni binyıla taşıyan e-dönüşüm Projesi'nin önemli alt başlıklarından birisi de bilişim teknolojilerinin Topluluk şirketleri genelinde ortak bir dile ve standarda kavuşturulmasıydı. Bu amaçla yürütülen Bilişim Teknolojileri Standartları Projesi, 8 Temmuz 2002 günü düzenlenen BT Günleri'nin ilki ile tanıtıldı

- **Bilişim Teknolojileri Standartları Projesi'nin temel amaçlarını açıklayınız?**

Bilişim Teknolojileri (BT) Standartları Projesi, **e-dönüşüm** projemiz kapsamında gerçekleştirdiğimiz bir çalışma. Bu projenin amacı, bütün Koç Topluluğu şirketlerindeki bilişim teknolojileri uygulamalarına bir standart getirmek ve böylece şirketlerimizin bilişim teknolojileri alanında uyumlu bir biçimde çalışma-

larını sağlamak.

- **Projenin içeriği hakkında bilgi alabilir miyiz?**

BT Standartları projemizin çatısı altında birbirine paralel yedi ayrı proje yürüttük. Bunlar; **BT Standartlarının Personel Yönetmeliğine Entegrasyonu, BT Güvenlik Standartları, BT Süreç Standartları, Maliyet Avantajlarının Sağlanması, BT Donanım Standart-**



www.kocbt.com adresi, tüm topluluk şirketlerinin BT standartlarına ayrıntıları ile ulaşabilecekleri bir bilişim kılavuzu niteliğinde...

“e-pazaryeri uygulamaları sayesinde operasyonel verimlilik artışı sağlayacak ve fiyat avantajları elde edeceğiz”

ları, **BT Yazılım Standartları** ve **Şirket İçi Geliştirilen Uygulama Veritabanı Oluşturulması ve Paylaşılması** projeleri...

• Bu yedi projenin hedefleri ve belirlediği standartları özetler misiniz?

Tek tek açıklamaya çalışayım... Proje Liderliği'ni KoçSistem'den **Mete Türkyılmaz**'ın üstlendiği BT Standartlarının Personel Yönetmeliğine Entegrasyonu projemiz, BT kullanıcılarına yönelik standartların oluşturulmasını ve bu standartların Personel Yönetmeliği'ne entegrasyonun sağlanmasını amaçlıyor. Proje kapsamında, **Bilgi Koruma Taahhünamesi, Şirket BT Kaynaklarının Kullanım Kuralları (Code of Ethics), İnternet Kullanım Politikası, BT Personeli BT Kaynakları Kullanım Kuralları, Mail Footer Standardı, İşten Çı-**

karımında kullanılacak belgeler ve kurallar ve Güvenlik Matrisi Örnekleri üzerinde çalışıldı. KoçSistem'den **Erhan Görmen**'in Proje Liderliği'ni yürüttüğü BT Güvenlik Standartları projemizde ise şirketimizin en değerli varlıkları olan bilginin korunması ve kullanımı ile iş sürekliliğinin sağlanması amacıyla güvenlik çözümleri, uygulama ve yönetimine ilişkin standartların belirlenmesi amacı ile çalışmalar yapıldı.

Çalışmalar sonunda tüm topluluk şirketlerimizin, belirlediğimiz güvenlik düzeylerinden en düşüğü olan **'Seviye 1'** standartlarını yakalaması için çalışmalar başladı. Bu güvenlik seviyeleri, Topluluk şirketlerinin riskleri ve güvenlik ihtiyaçları göz önüne alınarak belirlendi. Bu proje ile bir uygulama planı hazırlandı ve güvenlik konusunda çok büyük önem taşıyan eğitim malzemeleri hazırlandı.

Arçelik'ten **Erhan Yılmazel**'in liderliğinde gerçekleştirilen BT Süreç Standartları projemizde BT süreç ve politikalarını genel olarak tanımlamayı amaçladık.

Maliyet Avantajı Sağlanması projemiz de Arçelik'ten **Reyhan Tam-söz**'ün liderliği ile yürütüldü. Bu

önemli projenin amacı, Koç Topluluğu şirketlerine BT yatırım ve harcamalarında maliyet avantajı sağlamak... Proje kapsamında bir model oluşturduk. **Koç Bilgi Grubu**'nun bir üyesi olan **Promena**'nın web tabanlı **e-pazaryeri** uygulamaları sayesinde mal ya da hizmet satın alımları için tüm Topluluk şirketleri web tabanlı tedarikçi havuzuna erişebilecek. Bu da operasyonel verimlilik artışları yaratacak ve fiyat avantajları şirketlerimizi net kârlarına birebir yansıyacak.

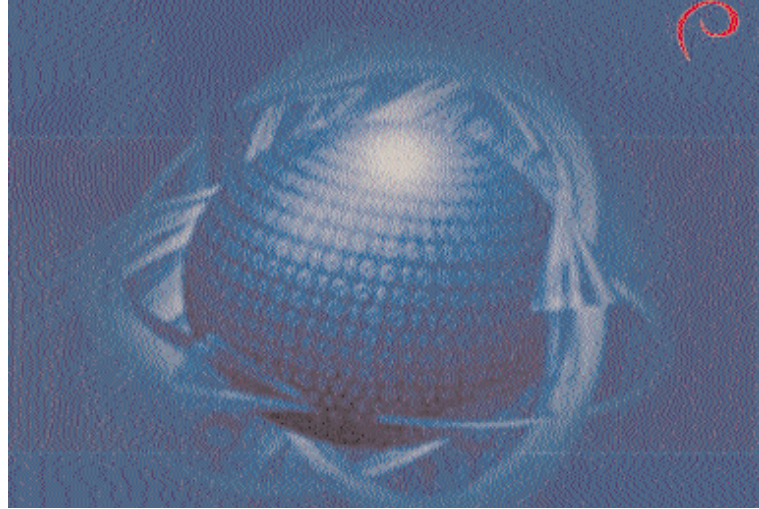
BT Donanım Standartları projemize ise Arçelik'ten **Ahmet İhsan Ceylan** liderlik yaptı. Bu proje ile oluşan standartlarımız, bilgisayar odasından yerel ağlara, sunuculardan PC'lere kadar tüm donanım ihtiyaçlarımızın karşılanması konusunda Topluluk şirketlerine rehberlik edecek niteliktedir. Bu standartlarda, çeşitli seviyelerdeki ihtiyaçlar için konfigürasyon önerileri de mevcut. Bu standartlar ile birlikte şirketlerimiz aynı düzeyde BT donanımına kavuşacak. Migros'tan **Şeyda Oğuz** liderliğinde yürütülen BT Yazılım standartları da bu uyumluluğu yazılım alanında sağlamayı amaçlıyor. Bilginin paylaşılmasının önemi dolayısıyla bu konuda belli standartların belirlenmesi gerekiyordu. BT Yazılım Standartları ile artık Topluluk şirketleri her türlü veri ve bilgiyi sorunsuz biçimde paylaşabilecekler. Bu standartlar, şirketlerimizin web sayfalarında yer alan içerik ile ilgili talimatları da barındırıyor. BT Yazılım Standartları sitelerin tasarımına müdahale etmiyor ama içinde yer alması gereken bilgileri de net olarak belirtiyor...

Son olarak; Şirket İçi Geliştirilen Uygulama (inhouse) Veritabanı Oluşturulması ve Paylaşılması projemiz de DemirDöküm'den **Basri Bahtiyar**'ın liderliğinde gerçekleştirildi. Bilindiği gibi bugün yazılımlar donanımlardan daha pahalı durumda. Bu noktada yazılım maliyetlerimiz de artıyor. Bu maliyetle-

ri daha aşığıya çekebilmek için, Topluluk şirketlerinin kendi bün-yelerinde ürettikleri yazılım ve uygulamaları birbirleriyle paylaşmalarını sağlamayı amaçladık. Artık Topluluk şirketleri belki küçük de-ğişikliklerle, belki de hiç değıştir-medey bu uygulamaları kendileri için kullanabilecekler...

• **BT Standartları projesi çerçevesinde bir de BT Kurulu oluş-turdunuz. Bu kurul kimlerden oluşuyor ve görevleri neler?**

BT Kurulu ben, **Hishem Laroussi** (Koçbank), **İsmail Çetintaş** (Ford-Otosan), **Levent Kızıltan** (Koç Sistem), **Melih Efe** (Aygaz), **Şeyda Oğuz** (Migros), **Ünsal Akkaya** (Tofaş) ve **Ahmet İhsan Ceylan**'dan (Arçelik) oluşuyor. Kurulumuzun görev sorumlulukları arasında maliyet avantajı sağlanması konusunda denetim, BT politika ve standartlarının güncellenmesi ve uygulanması konusunda denetim, İK politikaları ile entegrasyon, şir-



"Şu anda tamamlanma aşamasında olan www.kocbt.com adresindeki site, tüm şirketlerimiz için, BT standartlarının tüm ayrıntılarıyla bir arada bulunduğu bir başvuru kaynağı olacak..."

ketlerin BT standart ve uygulamalarına uyumunun takibi gibi kalemler yer alıyor.

• **Topluluk şirketleri bu standartlara hangi kaynaktan ulaşabilecekler?**

www.kocbt.com adında bir web sitesi oluşturuyoruz.

Şu anda tamamlanma aşamasında olan site, tüm şirketlerimiz için, BT standartlarının tüm ayrıntılarıyla bir arada olduğu bir kılavuz niteliği taşıyacak.

Koç Bilgi Grubu Stratejik Planlama Yöneticisi Tunç Berkman: "BT Standartları, Şirketler Arası Dijital Uyumu Sağlayacak"

E-dönüşüm kapsamında yürütülen **BT Standartları Projesi** hakkında Koç Bilgi Grubu Stratejik Planlama Yöneticisi **Tunç Berkman** ise görüşlerini şu sözlerle ifade etti:

"Bu proje ile bilişim teknolojilerinin Topluluk genelinde, belli standartlar çerçevesinde uygulanmasını sağlayacağız. Bu standartların devreye girmesi, kimi Topluluk şirketleri arasında var olan dijital uçurumları da ortadan kaldıracak."

Bu standartlarla devreye girecek satın alma modelinin de Topluluk'a büyük kazanç sağlayacağını belirten Berkman, bu model ile tüm şirketlerin ihtiyaçlarının toplu

alışmlarla karşılanacağını ve böylece Topluluğun da pazarlık gücünü daha etkin bir biçimde kullanabileceğine dikkat çekti...

Tunç Berkman, BT Standartları'nın avantajlarını da şöyle sıraladı: "Topluluk şirketlerinin bilişim altyapılarının aynı seviyeye gelmesi ile e-dönüşüm kapsamında uygulanan projelere uyumluluğun daha kolay gerçekleşmesi olacak. Bu uyumluluk, rotasyon modeliyle şirket değiştiren Topluluk çalışanlarının da yeni ortamlarına daha hızlı adapte olmalarını sağlayacak."

Berkman, projenin önemli getirilerinden

birisinin de, belirlenen performans değerlendirme kriterleri sayesinde BT çalışanlarının verimliliklerinin artması olduğunu altını çizdi.

BT Kurulu'na Önemli Sorumluluklar Düşüyor

Berkman, BT Standartları'nın önümüzdeki 6 ay içinde yaygın olarak yerleşmesi planladıklarını belirterek, bu noktada doğrudan **e-Dönüşüm Yürütme Komitesi**'ne bağlı olarak çalışan **BT Kurulu**'na önemli sorumluluklar düştüğünün de altını çizdi.





Soldan Sağa: Promena'nın %50 ortağı olan Carlyle Group Başkan Yardımcısı Robert Dunn, Koç Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç ve Promena Genel Müdürü Levent Zağra...

Promena'yla e-ihale ve e-satın alma Dönemi Başlıyor

Koç Bilgi Grubu şirketlerinden **Promena**, elektronik satın alma ve elektronik ihale uygulamaları ile Türkiye e-dönüşümünde bir devrime imza attı.

İş süreçlerini hızlandıran, çalışanların verimliliğini artıran ve kârı maksimize ederek şirketlere yüzde 50'nin üzerinde verimlilik ve maliyet tasarrufu sağlayan Promena'nın geliştirdiği e-satın alma platformu ve e-ihale uygulamaları, şirketlerin ulusal ve uluslararası rekabet güçlerini artırmalarına yardımcı oluyor. Türkiye'de internet tabanlı e-satın alma çözümlerinin öncü şirketi Promena, kuruluşların tüm satın alma işlemlerini en uygun koşullarda gerçekleştirmeleri amacıyla, alıcı ve satıcıları aynı platformda buluşturuyor.

İnternet bağlantısı, şifre ve kimlik numarası olan her şirket, elektronik

Koç Bilgi Grubu'nun en genç şirketi Promena, elektronik ortamda e-ihale ve e-satın alma projeleri ile şirketlere %50'nin üzerinde verimlilik ve maliyet tasarrufu sağlıyor

satınalma sistemini kullanabiliyor. Promena'nın sunduğu bu çok özel çözümleri tanıtmak amacıyla düzenlenen basın toplantısında Koç Bilgi Grubu Başkanı **Ali Y. Koç**, Promena'nın %50 ortağı olan **Carlyle Group** Başkan Yardımcısı **Robert Dunn** ve Promena Genel Müdürü **Levent Zağra**, Promena hakkında ayrıntılı bilgi verdiler.

Toplantıda bir konuşma yapan Ali Y. Koç, Türkiye'nin siyasi ve ekonomik krizler yaşadığı böyle bir ortamda da Koç Bilgi Grubu'nun teknoloji yatırımlarına devam edeceğini belirtti.

Ali Koç, e-dönüşüm kapsamında incelenen potansiyel projeler arasında, satınalma süreçlerinin değiştirilmesi ve geliştirilmesinin en fazla verimlilik ve değer yaratan alan olduğuna da işaret etti.

Koç Topluluğu'na 360 Milyon Dolar Tasarruf Sağlayacak

Sadece Koç Topluluğu'nun değil, müşterilerinin ve tüm Türkiye'nin e-dönüşümünü sağlamak vizyonuyla Türkiye pazarı ve bölge ülkelerini hedeflediklerini söyleyen Ali Koç, "e-Dönüşüm projemizin ana felsefe-

si bir işletmenin her sürecinde internet teknolojilerini kullanarak, verimlilik ve tasarrufu ülke çapında yaygınlaştırmaktır” dedi. Ali Koç, sözlerine şöyle devam etti:

“Koç Grubu olarak her sene yaklaşık 8 milyar dolar ciro yaratıyoruz. Bu rakamın 1.2 milyar dolarlık kısmını endirekt alımlar oluşturuyor. Biz bu alımların tamamını elektronik ortamda, Promena’nın sunduğu satınalma platformundan yapabileceğimize inanıyoruz. Tasarruf hedefimiz ise hem maliyet avantajı hem de operasyonel verimlilik avantajı olarak %30. Rakamları çarptığınızda kabaca 360 milyon dolarlık bir tasarruf hedefimiz olduğunu göreceksiniz.”

Bu hedef için de ilk olarak Koç Topluluğu şirketlerini elektronik satın almadan faydalandırmayı amaçlıyoruz. Hem alınan ürünün maliyetinde hem de operasyonel verimlilik artışı anlamında oldukça büyük kazanımlar elde edeceğimize inanıyoruz. İkinci amacımız bir ticaret platformu kurmak... Kurduğumuz elektronik platformu sadece bir satın alma ortamı olarak düşünmüyoruz. Üçüncü amacımız ise Koç Bilgi Grubu’nun sadece Koç Topluluğu’nun değil müşterilerimizin ve Türkiye’nin ed-dönüşümünü sağlamak vizyonu doğrultusunda, diğer şirketlere de aynı hizmetleri vermek. Bu konuda hem Türkiye pazarı hem de bölge ülkeleri hedeflerimiz arasında.”

Ortalama yüzde 15 Fiyat Avantajı

Promena’nın hedefleri ile elektronik satınalma uygulamalarına ilişkin Türkiye örneklerini anlatan Promena Genel Müdürü Levent Zağra ise 2005 yılına kadar firmalar arası ticaretin yüzde 35’inin elektronik ortama taşınacağını belirtti.

Promena’nın Türkiye ve bölge ülkelerde elektronik ticaret ve satınalma konularında hizmet sunduğunu söyleyen Levent Zağra, konuşmasını şöyle sürdürdü:

“İnternet ortamında, gerçek zamanlı ihaleler düzenleyerek, firmaların piyasalardan en uygun fiyat ve şartlarda alım yapmalarını sağlayan e-ihale, e-ticaret uygulamaları arasında en kısa sürede yatırım geri dönüşü sağlayan enstrüman. Mal ve hizmet alımlarında, internet üzerinden açık eksiltme yöntemiyle şirketler, ortalama yüzde 15’e varan fiyat avantajları elde edebiliyor. Bir şirketin kâr etmesinde büyük öneme sahip olan satın alma fonksiyonu ile tasarruf edilen her lira doğrudan mali yıl kârına yansıyor. Promena’nın e-ihale kullanıcıları, yaptıkları ihalelerde yüzde 10 ile yüzde 30 arasında kâr elde ediyorlar.”

Mal ve hizmet alımlarında, internet üzerinden açık eksiltme yöntemiyle şirketler, ortalama yüzde 15’e varan fiyat avantajları elde edebiliyor. Bir şirketin kâr etmesinde büyük öneme sahip olan satın alma fonksiyonu ile tasarruf edilen her lira doğrudan mali yıl kârına yansıyor.

“Dış Kaynak Kullanımı, Rekabet Gücünü Artırıyor!”

KoçSistem, Koç Topluluğu şirketlerine yönelik olarak düzenlediği “Dışkaynak Kullanımı Semineri”nde, yeni ekonomik düzende rekabetçi ve verimli olmanın en temel araçlarından biri olan dış kaynak kullanımı modeli ve uygulamaları hakkında ayrıntılı bilgi verdi. 3 Temmuz 2002’de Lütfi Kırdar Kongre ve Seminer Merkezi’nde düzenlenen seminerde, dış kaynak kullanımına yönelik çeşitli sunumlar yapıldı ve başarı hikâyeleri anlatıldı. Toplantıda, Koç Bilgi Grubu Başkanı **Ali Y. Koç**’un yanı sıra, KoçSistem Hizmet Satış Grup Yöneticisi, **Barış Öztok** dış kaynak kullanımına yönelik yeni iş modelleri hakkında bilgi verdi.

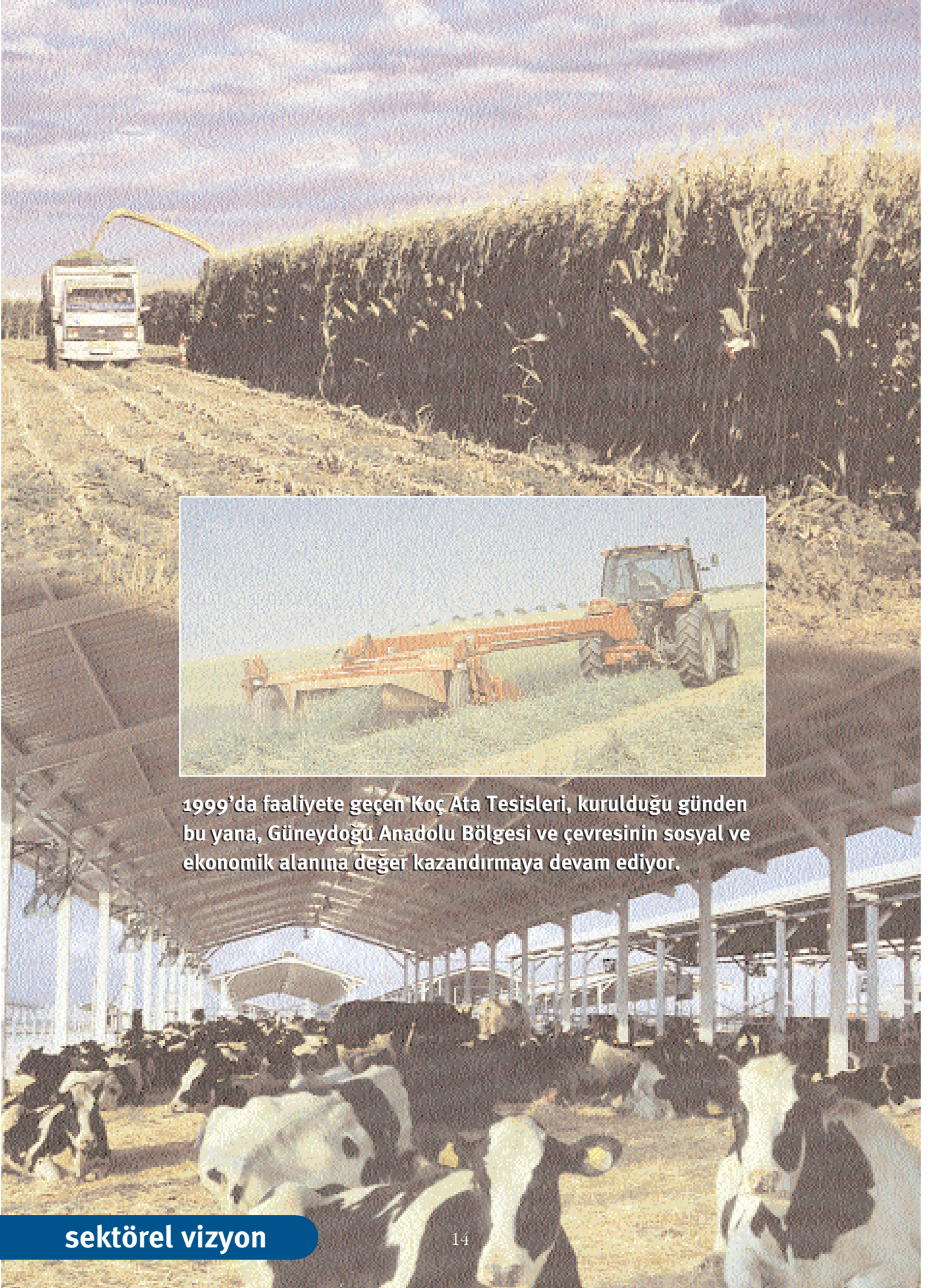
Dış kaynak kullanımı, iş, mali, teknolojik ve insan kaynakları açısından firmalara birçok avantaj sunuyor. Ana işe odaklanma, katma değere odaklan-

KoçSistem

ma ve teknolojinin getirdiği yeni iş fırsatlarını hızlı ve etkin kullanma en önemli avantajlar arasında yer alıyor.

Dış Kaynak Hizmetleri

KoçSistem’in firmalara sunduğu dış kaynak kullanımı hizmetlerini şu şekilde özetlemek mümkün: “Geniş Alan Ağı Yönetimi”, “Yazılım Geliştirme ve İşletim”, “Sistem Merkezi Hizmetleri-Sistem Merkezi Hizmetleri”, “Uygulama İşletimi”, “Toplam Dışkaynak Hizmeti”, “Çağrı Merkezi Hizmetleri”, “Uygulama Yardım Masası Hizmetleri”, “İş Sürekliliği ve Olağanüstü Durum Hizmetleri”, “Yerinde Eleman Sağlama, Yerinde Sistem Desteği”, “Masaüstü Sistemler ve Yerel Ağ Desteği”, “Yerinde Sunucu Sağlama, kirlama, bakım, işletim”, “Ortak kullanım-Yazıcı, POS, ATM”...



1999'da faaliyete geçen Koç Ata Tesisleri, kurulduğu günden bu yana, Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve çevresinin sosyal ve ekonomik alanına değer kazandırmaya devam ediyor.



2003'te 10 Bin Ton Süt ve Süt Ürünleri Üreteceğiz!

“Yap, İşlet, Örnek Ol” ilkesiyle Şanlıurfa'da hayata geçirilen **Koç Ata Tesisleri**'nin üzerinden neredeyse iki yıl geçti. Şanlıurfa Bölgesi'nin kültürel ve ekonomik vizyonunun gelişmesinde önemli bir katma değer sağlayan Koç Ata Tesisleri'nin bugün geldiği nokta ve geleceğe ilişkin hedefleri hakkında Koç Ata Tesisleri Genel Müdürü **Fazıl Çamdibi**'den bilgi aldık.

Koç Ata Tesisleri, **GAP Projesi**'nin devreye girmesiyle Güneydoğu Anadolu'da oluşan büyük tarımsal sanayi potansiyelini en iyi şekilde değerlendirecek projeler arasında yer alıyor. Aynı zamanda, oluşturulan bu dev yatırımın GAP Bölgesine istihdam ve ek gelir sağlaması ve hayvan varlığıyla dünyada ilk sıralarda yer alan Türkiye'de ilgili teknoloji ve yenilikleri uygulayarak süt ve et verimine büyük bir ivme kazandırması hedefleniyor.

Bu çerçevede, Koç Ata Tesisleri'nde 2001 ve 2002 yılında bir dizi yatırıma imza atıldı. 2001 yılında bir yandan süt ve et üretimi sürerken yeni pa-

Koç Ata Tesisleri'nin bugün geldiği noktayı ve geleceğe ilişkin hedefleri hakkında Koç Ata Tesisleri Genel Müdürü Fazıl Çamdibi'den bilgi aldık.



Koç Ata Tesisleri Genel Müdürü Fazıl Çamdibi: "Günlük toplam süt üretimimiz 14 ton'a ulaştı. Tam kapasite ile verim sağladığımızda, 1000 inekten günde 30 ton süt elde etmeyi hedefliyoruz."

dok (gezinti yerleri) yapımları ve peynir tesisinin yapımı sürdürüldü.

Yüksek Verim!

Koç Ata Tesisleri, tarla ürünlerinde ve silajlık (kışlık yem) mısırdaki dönüm başına 3 ton yaş, 2001 kışında ekilen durum buğdayı dönüm başına 643 kg ve 2002 yılında ekilen ekmeçlik buğdayında ise yine dönüm başına 730 kg verime ulaşıldı.

Çiftliğin süt bölümünde 438 adedi süt vermekte olan toplam 466 inek ve düveleriyle birlikte; toplam 1100 süt sığırı bulunuyor.

Tarla ürünlerinde, 2001 yılı kışında samanlık buğday, yulaf ve fiğ birlikte ekildi ve yaz döneminde de silajlık mısır ve yeni bir bitki olarak ster-ya denemesi yapıldı.

2002 yılında ise sözleşmeli çiftçiliğin



Diğer çiftliklerde, yem maliyeti 1 kg sütün satış fiyatına eşdeğer bir rakama ulaşırken, Koç Ata bu maliyetin %50'si kadar daha düşük bir maliyetle yem üretebiliyor.

ilk adımları atılarak çiftlik yakınındaki tarlalarda kontrollü olarak ekim yaptırılmaya başlandı. Kış ürünü olarak buğday silajı çiftçiden alındı. Tarla ürünlerinde silajlık mısırdaki dönüm başına 3 ton yaş, 2001 kışında ekilen durum buğdayı dönüm başına 643 kg ve 2002 yılında ekilen ekmeklik buğdayda ise yine dönüm başına 730 kg verim elde edildi.

Günde 14 Ton Süt Üretimi!

2001 yılında bir yandan süt ve et üretimi sürerken yeni padok yapımları ve peynir tesisinin yapımı sürdürüldü. Halen çiftliğin süt bölümünde, 438 adedi süt vermekte olan toplam 466 inek ve düveleriyle birlikte toplam

1100 süt sığırları bulunuyor. İkinci yıl itibarıyla inek başına ortalama günlük süt üretimi 30 kg'ın üstünde bulunuyor. Hatta, ineklerden **Emek** 59, **Aysu** 57 (Aysu bir ara 70 kg'a kadar bile çıktı!), **Balım** 56 ve **Milen** 53 kg süt üreterek şampiyon inekler listesine girdi. Şu anda ise, çiftlikteki 51 inek günde 40 kg'ın üzerinde süt veriyor.

Çiftliğin günlük toplam süt üretimi 14 ton'a ulaştı. Tam kapasite ile verim sağlandığında, 1000 inekten günde 30 ton süt elde edilmesi hedefleniyor. 2003 yılı itibarıyla Tesisin, tam kapasite üretim yaparak 10 bin ton süt ve süt ürünleri ve 6500 ton besi satışı gerçekleştirmesi bekleniyor.

Yem Üretiminde Rekor Maliyet!

Besi bölümünde, Temmuz 2002 sonu itibarıyla besi sığırının sayısı 5700'e ulaştı.

Bu sayının yıl sonunda 6700'e çıkması öngörülmüyor. Aynı zamanda, besisi tamamlanmış 7400 adet sığır da yıl sonuna

kadar satılacak.

Koç Ata Tesisleri, yem maliyetlerinde Türkiye'de kullanılan besi yemine oranla gerek kalite gerekse maliyet olarak çok iyi bir konumda bulunuyor. Diğer çiftliklerde, yem maliyeti 1 kg sütün satış fiyatına eşdeğer bir rakama ulaşırken, Koç Ata bu maliyetin %50'si kadar daha düşük bir maliyetle yem üretebiliyor.

16 Milyon USD'lik Ek Yatırım

Koç Ata için 2002 yılı, şirketin üretimde tam kapasiteye geçmesi ve pazarlama faaliyetlerinin tamamlanması için çok önemli bir süreci içeriyor. Koç Ata'nın 2002 yılı itibarıyla start verdiği bir diğer projesi ise **Acıpayam** ve **Göle TİGEM** çiftlik projeleridir... 2001'de teklif verilen ve Yüksek Planlama Kurulu tarafından onaylanan ve her ikisi de toplamda 9000 baş damızlık inek ile safkan besi sürüsü yetiştiriciliğini öngören bu projeler için toplam 16 milyon USD'lik ek bir yatırım yapılacak.

Koç Ata'dan Süt ve Peynir Ürünlerinde Yeni Bir Marka: Harran Ova



Hiçbir katkı maddesi içermeyen Harran Ova'da, normal bir sütün içerdiğinden iki kat fazla kalsiyum, 2.5 kat fazla E vitamini ve 2 kat fazla A vitamini bulunuyor





Süt: Her Yaşın İçeceği

Koç Ata, "Harran Ova" markasıyla ürettiği süt ve peynir ürünlerini tüketicilerin beğenisine sunuyor. Hiçbir katkı maddesi içermeyen Harran Ova'nın içeriğinde %4 yağ, %3.3 protein, %5.18 karbonhidrat ve normal bir sütün içerdiğinden iki kat fazla kalsiyum, 2.5 kat fazla E vitamini ve 2 kat fazla A vitamini bulunuyor.

Her hangi bir sütte bakteri sayısı normalde 100-400 bin birim (Ülkemizde bu sayı milyonlar seviyesine çıkabilmektedir) iken Harran Ova'da bu değer; 10 bin birim seviyesinde bulunuyor. En önemlisi, Harran Ova'da bütün bu yararlı maddelerin tabletler ile değil içilen sütle birlikte doğal olarak sunulması...

Harran Ova ürünleri, **Migros, Gima, Makro, Tansaş ve Kipa** mağazalarında satışa sunuluyor.



Bebekler, gençler ve yaşlılar için 'temel besin' olma özelliğini hiç yitirmeyen süttten gereğince yararlanabiliyor muyuz?

Rüya yorumlayan kitapları karıştırdığınız zaman bile "Süt"le ilgili olarak "hayırlı bir işaret" alıveriyorsunuz. Kahve falı bakmak kadar eğlenceli bir anlam taşıyan rüya yorumlarından biri, "Rüyada Süt İçtiğini gören bir kişi" hakkında şu değerlendirmeyi yapıyor:

"Rüyada süt içmek, mutluluğun ve başarının simgesidir. Böyle bir rüya, aynı zamanda sağlıklı yaşamın habercisidir. Süt dökmek, zarara uğrayacağınız ve yakın arkadaşlarınız yüzünden geçici olarak canınızın sıkılacağı anlamındadır."

Gelin sütü dökmeden içelim ve bir bebeğin gelişiminde tek başına bile yeterli olabilecek olan bu müthiş gücün, hayatımızda oynadığı rol hakkındaki araştırmalara bir göz atalım:

Vitamin ve Mineral Kaynağı

Yapılan araştırmalar, Türkiye'deki süt tüketiminin gelişmiş ülkeler ile kıyaslanamayacak derecede az olduğuna işaret ediyor. Türkiye'de kişi başına yıllık süt tüketimi 34 kg iken, bu miktar İngiltere'de 127 kg, Danimarka'da 130 kg, İrlanda'da 186 kg, Hollanda'da 94 kg, Lüksemburg'ta ise 83.5 kg olarak karşımıza çıkıyor. İçeriğinde önemli yağ asitleri bulunan **süt yağı**, A, D, E, K vitaminlerinin taşıyıcısı olarak beslenmede önemli bir fonksiyonu var. Kemik ve diş yapısında etkili olan **fosfor ve kalsiyum**, süt bileşimindeki başlıca minerallerden. Çocuklar, hamile, emziren ve orta yaşın üzerindeki kadınlar için gerekli kalsiyum kaynağı olarak gösterilen sütün 1 litresinde

bulunan 600 miligram kalsiyum, yetişkin insanın günlük kalsiyum ihtiyacını karşılamaya yetiyor da artıyor bile.

Hücre ve dokuların meydana gelmesinde ve aşınan kısımların yeniden yapılanmasında görev alan sütteki **protein** ise, büyüme ve gelişmeyi sağlıyor, saç ve tırnakların oluşumunda rol oynuyor, kasların kasılmasına yardım ediyor ve vücutta ödem yapan sıvıların toplanmasını önüyor.

Uzmanlar, süt içme alışkanlığının kazanılması için kreş ve anaokulu düzeyinde eğitim verilmesi gerektiğini belirtiyorlar. Şimdi bebekler, gençler ve yaşlıların hayatında sütün oynadığı rol hakkında uzman görüşlerinden derlediğimiz bilgileri sizlerle paylaşalım:

Bebeklerin Temel Besin Kaynağı

Çocukluk döneminin ilk birkaç yılı, bir çocuğun gelecekteki sağlığı üzerinde hayati bir öneme sahip. Bebeklerin günde en az iki kez süt, yoğurt, peynir grubundan gıda almaları büyük bir önem taşıyor. Bir bardak süt, bir

porsiyon muhallebi veya puding, bir kase yoğurt ve bir porsiyon peynir, bebeklerin bu ihtiyacına rahatlıkla cevap verebiliyor. Süt, memeden kesilen çocuğun beslenmesinin önemli bir parçası olmaya devam ediyor. Özellikle, iki yaşın altındaki çocuklara enerji ve A vitamini desteği sağlayabilmek için tam yağlı süt verilmesi büyük önem taşıyor. 2 yaşından sonra ise bebeklere çeşitli gıdalarla beslenmeye başladıklarından yavaş yavaş yarım yağlı süt verilebilir.

Gençlerin Kalsiyum İhtiyacını Karşılayıyor

Ergenlik çağında besinlere duyulan

Günlük Tüketilmesi Gereken Süt Miktarları

Çocukluk Döneminde

1-3 Yaş	4-6 Yaş	7-15 Yaş	15+ Yaş
500 gr	400 gr	400 gr	400 gr

Yaşlılık Döneminde

Kadın	Erkek
45-65 yaş	45-65 yaş
350-400 gr	350-400 gr
	400-500 GR

1 su bardağı süt : 200 gr olarak kabul edilir.

ihtiyaç hızla artıyor. 12.5-15.5 yaş arasında erkek çocuklar daha hızlı büyüyor ve yılda 10 cm'ye kadar boyları uzayabiliyor. Gençler için sağlıklı bir diyet, mümkün olduğunca besleyici değeri yüksek olan çeşitli gıdaları içermeli. Ergenlik çağında kalsiyum ihtiyacı kemiklerin büyüme ve gelişmesine bağlı olarak özellikle çok daha yüksek. Günde 500 ml süt veya eş değer miktarda peynir veya yoğurt, gençlerin kalsiyum ihtiyacını karşılıyor. Küçük bir kase yoğurt veya küçük bir parça peynir bir bardak sütün yerine geçebiliyor.

Yağsız veya yarım yağlı süt, düşük yağ ve kaloriden oluşsa da tüm protein, kalsiyum ve vitaminlerin çoğunu içeriyor. Tüm diğer süt ürünleri gibi düşük yağlı süt ürünleri de (yağsız yoğurt, düşük yağlı peynir gibi) iyi kalsiyum kaynakları arasında yer alıyor. Süt aynı zamanda, gelişme için gerekli olan enerji, protein ve çeşitli vitaminleri de içeriyor ve yemek arası içecek olarak dişleri de koruyor.

Yaşlılarda Kemik Erimesini Önüyor

Süt ve süt ürünlerinin besleyici olması, bu ürünleri yaşlılar için de oldukça değerli kılıyor. Yaşlı kimselerin besin ihtiyaçları genç yetişkinlerin ihtiyaçları ile benzer özellikler taşıyor. Enerji alımı azaldığında, diğer

besinlerin alımı da düşeceği için yetersiz beslenme riski artış gösteriyor. Bu nedenle de, çeşitli besinleri baz alan dengeli bir diyet hayatı bir öneme sahip.

Süt, çeşitli gıdalarda çeşitli pişirme şekilleri ile soslarda, pudinglerde, kahvaltılarda veya soğuk ve sıcak içeceklerde kullanılabilir. Süt ve peynir çorba, püre gibi diğer gıdalara eklenerek besleyici bir öğün oluşturabilir.

Yetişkinlerin günde 700 mg kalsiyum alımı yeterli. Yine de araştırmalar osteoporosis (kemik erimesi) riski yüksek kişilerin kalsiyumca zengin diyet uygulamalarını tavsiye ediyor. Hormonal tedavi görmeyen kadınların menapoz öncesi kalsiyum alımı günlük olarak 1500 mg. olarak öneriliyor.



Koç Topluluğu Lastik Pazarına Güçlü Bir Marka Kazandırıyor: Continental

Dünyanın en çok tercih edilen lastik markalarından Continental, Koç Topluluğu ile anlaştı. Continental lastikleri, Topluluğun lastik pazarlama şirketlerinden Oltaş tarafından satışa sunulacak

Üstün Alman teknolojisi ile dünyaya genelindeki 21 fabrikasında yılda 80 milyondan fazla lastik üreten sanayi devi **Continental**, **Koç Topluluğu**'nun lastik pazarlama şirketlerinden **Oltaş** güvencesiyle satılacak. Bu dev iş birliği ile ilgili olarak 23 Temmuz 2002'de Hyatt Regency Otel'i'nde düzenlenen basın toplantısında, **Koç Holding** Yan Sanayii ve Diğer Otomotiv Şirketleri Grup Başkanı **Selçuk Gezdur**, Oltaş Genel Müdürü **Savaş Özkan** ve Continental Türkiye ve Akdeniz Ülkeleri Satış Müdürü **Julian Alexander** bu dev ortaklık hakkında ayrıntılı bilgi verdiler.

Kalite Vaadediyoruz!

Toplantının açılışını yapan Oltaş Genel Müdürü Savaş Özkan konuşmasında dünyanın en güçlü lastik markalarından Continental hakkında bilgi vererek "Biz Continental markasıyla araç sahiplerine, Türkiye'ye yayılmış seçkin yetkili satıcılarımız ve farklı hizmet anlayışımızla kalite vaadediyoruz. Continental lastikleri binek araç ve ticari araç kategorisindeki geniş ürün gamı ile Türk tüketicisine ayrıcalıklı hizmet vermeyi hedefliyor" dedi.



(Soldan Sağa) Oltaş Genel Müdürü Savaş Özkan, Koç Holding Yan Sanayii ve Diğer Otomotiv Şirketleri Grup Başkanı Selçuk Gezdur, Continental Türkiye ve Akdeniz Ülkeleri Satış Müdürü Julian Alexander.

Continental firması Türkiye ve Akdeniz Ülkeleri Satış Müdürü Julian Alexander "Dünyanın en büyük lastik markalarından biri olan Continental olarak Türkiye pazarına Koç Topluluğu'na bağlı lastik sektörünün önde gelen pazarlama şirketi Oltaş ile girmekten dolayı mutluyuz" dedi.

Geleceğe Taşıyacak Marka

Koç Holding Yan Sanayii ve Diğer

Otomotiv Şirketleri Grup Başkanı Selçuk Gezdur ise "Continental ile ürün gamımızdaki tüm eksiklerimizi ve kalite problemlerimizi ortadan kaldıracığımızı ve Topluluğumuzun büyüme hedeflerine ulaşacağımızı düşünüyoruz. Continental'in Topluluğumuza yakışan, bayilerimizi ve şirketimizi geleceğe taşıyacak bir marka olduğuna inancımız tam" dedi.

Güçler Birleşti!

Avrupa'nın en büyük iki lastik üreticisinden biri olan **Continental**, 1871'de Almanya'da kuruldu. Dünyadaki 4 büyük lastik üreticisinden biri olan Continental 21 fabrikasında 80 milyondan fazla otomobil lastiği, 5 milyon ticari vasıta lastiği ve çok sayıda da iki tekerlekli araç lastiği üretiyor. 1994 yılından itibaren de otomotiv yan sanayi ürünlerini pazarlamaya başlayan **Oltaş**, yaygın bayi ağı ile Türkiye'nin her bölgesinde hizmet veriyor. Oltaş, Continental'in yanı sıra, **Tudor Akü**, **FL Selenia**, **Oz Racing**, **DJ Wheels**, **Sparco Tuning** gibi ünlü markaların satış ve pazarlamasını yürütüyor.

2. TOFAŞBALL Basketbol Şenliği



TofaşBall Basketbol Şenliği'nin ikincisi Karaman'da 22-29 Haziran 2002 tarihleri arasında gerçekleşti

Spordan Sorumlu Devlet Bakanlığı, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü ile Eğitim Gönüllüleri Vakfı ve Tofaş Spor Kulübü işbirliği ile yürütülen **Basketbol Gönüllüleri Projesi** kapsamındaki **TofaşBall Basketbol Şenliği**'nin ikincisi, Karaman'da 22-29 Haziran 2002 tarihleri arasında gerçekleşti. Turnuvada, 29 ilden 13 bayan ve 30 erkek takımının katılımı ile 8 gün boyunca toplam 221 maç yapıldı. Tofaşball için **PİO** (Karaman Pansiyonlu İlköğretim Okulu) açık alanı-

na ve **GSİM Kazım Karabekir Spor Kompleksi**'ne ikiye ayrılmış açık

hava sahası yapıldı. Böylece, Karaman bölgesine, dört adet açık hava basketbol sahası da kazandırılmış oldu.

Turnuvaya katılan antrenörler için de **TBF Eğitim Dairesi**'nden Basketbol Antrenörü **Necati Güler**'in 7-14 yaş grubu sporcuların gelişimine yönelik verdiği seminer ile Tofaş Spor Kulübü Başkanı **Efe Aydan**'ın liderlik konusunda verdiği seminer-



ler büyük ilgi gördü. Turnuva sonunda düzenlenen törende sporcular madalya ve diploma ile ödüllendirildi.

Turnuva sonunda yıldız basketbolcu adayı olarak seçilen farklı takımlardan 14 sporcu, Türkiye Basketbol Federasyonu'nun Bodrum'da düzenleyeceği Basketbol Yaz Kampı'na Tofaş Spor Kulübü misafiri olarak katılmaya hak kazandı.

Enerji

BOS Uluslararası Metalurji Fuar ve Kongresi'ne Katıldı



Birleşik Oksijen Sanayi (BOS), 5-9 Haziran tarihleri arasında, **Uluslararası Metalurji Fuar ve Kongresi**'ne katıldı. Fuarda, BOS uzmanları Türkiye'de ısıtma alanında verimi ve kaliteyi artırmaya yönelik yeni uygu-

lamalar hakkında ziyaretçilere ayrıntılı bilgiler verdi. Uluslararası Kongre'de ise BOS, ortağı **BOC** tarafından geliştirilen ve dünyaya tanıtımı yapılan ısıtma alanında kalite ve verimi artıracak yeni teknoloji hakkında bir sunum yaptı.

Maret, Daha Geniş Kitlelere Ulaşıyor!



Maret çalışanlarından oluşan “Ürün ve Şirket Tanıtım” ekipleri, Migros ve diğer zincir mağazalar ve okullarda tanıtım etkinlikleri düzenledi. Satış Pazarlama ve Halkla İlişkiler Bölümü koordinasyonunda düzenlenen etkinlikler kapsamında, mağazalarda kurulan standlarda müşterilere Maret’in tanıtım ve reklam filmleri gösterildi ve yeni üretilen veya promosyonda olan ürünler tattırıldı. Konusunda

uzman personel ise et ve et ürünleri üretimi, hijyeni, saklanması, pişirilmesi gibi konularda müşterilerin sorularını yanıtladı.

Maret Genel Müdürü **Ali Güler**’in de katıldığı etkinlikler, **Migros Maslak**’ın ardından **Migros Bahçeşehir**, **Yeşilköy Lisesi**, **Anadolu Hisarı Gima**, **Enka Okulları**, **Migros Caddebostan** ve **Silivri Maxi** mağazaları ile devam etti.

Maret Yine Mükemmel!

Maret, uluslararası denetim kuruluşu olan **AIB** tarafından hijyen ve gıda güvenliğini, dökümantasyon, sistem ve uygulama alanlarında denetlendi. Denetçi **John Hug-**

hes’un yaptığı tetkikler sonucunda Maret, 845 puan alarak “Mükemmel” belgesi aldı. 2001 yılında da bu denetimden geçen Maret, yine AIB tarafından denetlenerek 820 toplam puan ile “Mükemmel” derecesi ile belgelenmişti.

Hijyen ve Gıda Güvenliği (HACCP) uygulamaları, tüm personelin gönülden katılımıyla başarıyla uygulanıyor.



Hijyen ve Gıda Güvenliği (HACCP) uygulamalarına, tüm personel gönülden katılıyor.

Maret’in zincir mağazalarda gerçekleştirdiği tanıtım aktivitelerinde, Maret standını ziyaret eden tüketicilere yeni ürünler ikram edildi ve Maret hakkında ayrıntılı bilgiler verildi



Sek’ten Bir İlk Daha: Sek Ev Yapımı Dondurma

SEK; **Sek Hazır Salep**’ten sonra **SEK Sıvı Dondurma Karışımı** ile bir ilke daha imza attı. SEK Sıvı Dondurma Karışımı; yaz sıcaklarını keyifli bir serinliğe dönüştürüyor. SEK Sıvı Dondurma Karışımı ile arzu edildiği takdirde çikolata parçaları, badem, hindistan cevizi, fındık kırığı gibi malzemeler eklenerek özel dondurma spesiyalleri yaratmak da mümkün.



sektörel vizyon

Koç.net, Oracle Tarafından i-hosting Alanında “En İyi İş Ortağı” Seçildi

Koç.net’in paylaşımlı ortamlarında, KOBİ’lere yüksek teknolojiyi ucuza kullanma imkânı sunuluyor.

Oracle, i-hosting hizmetlerini kendi çözümleriyle geliştiren ve müşteri ağı ve i-hosting kapasitesi sürekli büyüyen **Koç.net**’i, müşteri memnuniyeti ve öncü çalışmaları dolayısıyla “Türkiye’deki En İyi i-hosting İş Ortağı” seçti. Özellikle ISV’lerin (Independent Software Vendor) bağımsız yazılım şirketleri)

Oracle platformu üzerinde geliştirdikleri uygulamalarını ASP mantığı ile çalıştırmalarına ve müşterilerine ürünlerini bir servis olarak sunmalarını sağlayan i-hosting projesine Koç.net 2001 yılında başladı. Koç.net’in Oracle işbirliğiyle yaratılan paylaşımlı ortamlarla, özellikle ekonominin dinamosu KOBİ’lere yüksek

teknolojiyi ucuza kullanma imkânı sunuluyor. Koç.net, kurmuş olduğu işletim merkezleri ile, felaket önleme hizmetleri de dahil olmak üzere uçtan uca hosting hizmetleri veriyor ve internet tabanlı uygulamalarının 7x24 kesintisiz olarak ve maksimum güvenlik ortamında çalışmasını sağlıyor.

Yılın En iyi Uzaktan Eğitim Firması Koç Bryce !

Koç Bryce, 12 Haziran’da **Oracle** tarafından düzenlenen Oracle İş Ortakları Günü’nde “**Yılın En İyi Uzaktan Eğitim İş Ortağı**” seçildi.

Finans

Koçbank, İgdaş ve EGO Faturalarını Ödüyor

İstanbul İGDAŞ ve Ankara EGO fatura ödemeleri artık Koçbank şubelerinde gerçekleştiriliyor. Aboneler, bu uygulama çerçevesinde ödemelerini **Fonobank 444 0 555, e-koçbank** internet şubesi üzerinden kolayca yapabiliyor. Otomatik ödeme talimatı veren Koçbank müşterileri ise, faturalarının son ödeme gününü takip etmek zorunda kalmıyor.

Koç Bryce Genel Müdürü **Dilek Günc̈er**, aldıkları bu ödüle ilişkin olarak, “Koç Bryce’in aldığı bu ilk ödül bizim için çok değerli. Bizim hedefimiz e-learning alanında başarılı işlere imza atmak ve doğru işbirlikleriyle global ölçekte rekabete açık tüm şirketlere önemli katkılar sağlamak. Ayrıca kişi ve kurumlara, sadece e-learning değil b-learning mantığını benimsetmeye çalışıyoruz. Bunun öncülüğünü yapıyor olmak da bize ayrıca gurur veriyor” dedi.



Koç Bryce Genel Müdürü Dilek Günc̈er, “Yılın En İyi Eğitim İş Ortağı” ödülünü aldı.

Koç Bryce’tan Dev İşbirliği!



Koç Bryce, **Arena Bilgisayar** ile yaptığı işbirliği ile bir ilke imza attı: Koç Bryce tüm eğitimlerini Arena Bilgisayar’ın web siteleri üzerinden online olarak pazarlamaya başladı. İlk aşamada sadece bayiler aracılığı ile alınması mümkün olan bu hizmetten zaman içerisinde son kullanıcıların da yararlanması hedefleniyor.

Dayanıklı Tüketim

“Yılın Tedarikçisi” Ödülü Arçelik’in

Bridisco Group ve Independent Electrical Retailer Magazine tarafından her yıl verilen ve alanında İngiltere’nin en prestijli ödülü olan “Yılın Tedarikçisi” ödülü, ana ev cihazları kategorisinde bu sene Arçelik’in İngiltere’deki **Beko UK** şirketine verildi.

Bridisco Group ve Electrical Retailer Magazine tarafından her sene verilen ödül, ürün gamı, ürün kalitesi, ürün bulunurluğu, teslim perfor-

mansı, servis ve iade desteği ile satış ve pazarlama desteği alanlarındaki başarılı firmalara veriliyor.

En Prestijli Ödül

Arçelik Genel Müdürü **Nedim Es-gin** yaptığı açıklamada, “Bağımsız Pazarlama Ödülleri, İngiltere’de elektrik endüstrisinin en prestijli ödülüdür. Bu ödülü kazanmak gerçekten özel bir onurdur ve hepimiz bununla çok gurur duyuyoruz” dedi.

Turizm ve İnşaat

DemirDöküm’den Hem Üretim Hem İhracat Hamlesi

DemirDöküm kombinin gerek iç pazar, gerekse ihracata yönelik satışlarını karşılamak amacıyla üretim kapasitesini 100.000 adet/yıl seviyesine çıkardı. Üretim kapasitesindeki bu önemli artış yeni kombi üretim hattının açılışıyla da pekiştirildi. DemirDöküm Bozüyük Tesisleri’nde gerçekleştirilen yeni kombi üretim hattının açılışında Genel Müdür **Melih Batılı**, kombinin DemirDöküm için stratejik

bir ürün olarak kabul edildiğini belirtirken, kapasitelerini 450 bin adete çıkarmak için gerekli yatırımların devam ettiğini vurguladı.



Açılışın ardından İngiltere’ye de ilk kombi ihracatı gerçekleştirildi. Kombi ihracatı için koyduğu hedefleri her geçen gün büyüten DemirDöküm; Rusya, Çin, Romanya ve İspanya gibi ülkelere ihracat için altyapı çalışmalarını da tamamladı.



Setur-Fiat Albea Kampanyası Devam Ediyor

Haziran ayında başlayan ve Eylül ayında sona erecek olan **Setur** Kampanyası tüm hızıyla devam ediyor.

Kampanya kapsamında, **İş Bankası Maksimum** özelliklerine sahip kredi kartı ile 100 milyon TL’lik alışve-

riş yapanlar **Fiat Albea**’ya sahip olma şansı elde edecek. Kampanya armağanları arasında Uzakdoğu seyahati de bulunuyor.



Ayrıca, 15 kişiye **AFM Sinemaları**’na ait ücretsiz giriş kartı olan **Goldkart** verilecek.

Cengiz Solakoğlu, Arçelik Blomberg’i Ziyaret Etti



Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Cengiz Solakoğlu (soldan ikinci) Arçelik Blomberg ziyaretinde fabrika yetkilileriyle birlikte.

Schwaz ve Ahlen’deki Blomberg tesislerini ziyaret eden Solakoğlu’na, üretim hakkında bilgi verildi.

Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı **Cengiz Solakoğlu**, Arçelik’in Avusturya ve Almanya’daki şirketlerini ziyaret etti. Arçelik Üretim-Teknoloji Grup Direktörü **Turgut Soysal** ile Schwaz’daki **Elektra Bregenz** ve Ahlen’deki **Blomberg** tesislerini ziyaret eden Solakoğlu’na, ürünler, üretim ve satış faaliyetleri hakkında bilgi verildi. Toplantılara Elektra Bregenz Üretim Genel Müdürü **Johan Grosset**, Satış Genel Müdürü **Michael Richter**, Blomberg Satış Genel Müdürü ve Ülke Yöneticisi **Uğur Kayalı** ve Blomberg Üretim Genel Müdürü **Karlheinz Hoffacker**, ekipleri ile birlikte katıldılar.

sektörel vizyon

Eğitim Başarı Armağarı'na Başvurular Başladı!

Topluluğumuzun kurucusu ve Şeref Başkanımız **Vehbi Koç**'un isteği ile 1977 yılından bu yana **Bizden Haberler Dergisi** tarafından düzenlenen **Eğitim Başarı Armağarı**'na başvurular başladı.

Eğitim Başarı Armağarı kapsamında, bu yıldan itibaren Koç Topluluğu personelinin yanı sıra, **bayi, yan sanayi, yetkili satıcı/servislerimizin** ilköğretim okulu ve liseyi birincilikle bitiren çocukları da ödüllendiriliyor. Başvuru koşulları ise şöyle:

- 2001-2002 öğretim döneminde ilköğretim okulunu veya liseyi birincilikle bitiren ve bunu belgeleyen Koç Topluluğu personeli, bayi, yan sanayi, yetkili servis/satıcılarının çocukları da katılabiliyor.
- Öğrenci velisinin Koç Topluluğu'nda çalıştığı veya bayi, yan

sanayi, yetkili servis/satıcı olduğu bağlı bulunduğu şirket tarafından belgelenebilir.

• Öğrenci velisi, öğrenci kimlik fotokopisi ile öğrencinin yeni çekilmiş bir adet vesikalık fotoğrafını, okulu birincilikle bitirdiğine dair okuldan alacağı belgeyi, çalıştığı veya işbirliği içinde olduğu şirketin Personel Müdürlüğü'ne iletmesi gerekiyor.

Personel Müdürlüğü tarafından toplanan evraklar, 27 Eylül 2002 Cuma gününe kadar **Koç Holding Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü**'ne gönderecek ve ödüle hak kazanan öğrencilere, tören tarihi Koç Holding Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü tarafından bildirilecek.



Eğitim Başarı Armağarı kapsamında, bu yıldan itibaren Koç Topluluğu personelinin yanı sıra, bayi, yan sanayi, yetkili satıcı/servislerimizin ilköğretim okulu ve liseyi birincilikle bitiren çocukları da ödüllendiriliyor

Dış Ticaret

TNT Cargotech Lojistik Yeni İşbirlikleri İle Çok Daha Güçlü!



TNT Cargotech Lojistik Genel Müdürü Murat Menemenli (soldan birinci) Arena Bilgisayar yetkilileri ile birlikte...

TNT Cargotech, Arena Bilgisayar ve Kodak'la gerçekleştirdiği işbirlikleri ile büyümeye devam ediyor.

Arana Bilgisayar ile yapılan anlaşma çerçevesinde, TNT Cargotech Lojistik'in teknoloji sektöründe ilk kez uygulayacağı cep depo ve tahsilatlı dağıtım ile Arena bayileri ve tüketicileri önemli satış avantajları elde edecek.

Kodak ise, TNT Cargotech ile işbirliğini imzalanan yeni depolama, antrepo ve dağıtım anlaşması ile pekiştirdi. Yeni anlaşma çerçevesinde TNT Cargotech Lojistik, Kodak'ın halen sürdürülen kısmi Anadolu dağıtımını genişleterek tüm İstanbul ve Anadolu dağıtımını gerçekleştirecek.

VEKAM, Dünya Çocuklarını Ağırladı



Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi (VEKAM), 7-14 Temmuz 2002 tarihleri arasında düzenlenen **6. Uluslararası Ankara Halk Oyunları ve Gençlik Festivali** kapsamında, 11 Temmuz 2002 Perşembe günü, çeşitli ülkelerden gelen gençleri ağırladı.



Deneyimli Bir Danışmana mı İhtiyacınız Var?

Şirketinizin organizasyon şemasını değiştirmek istiyorsunuz ama bunu nasıl gerçekleştireceğiniz konusunda endişeleriniz var... Şirket evliliğine imza atmak istiyorsunuz ama bunu en avantajlı bir biçimde gerçekleştirmek için bir yönetim danışmanının katkılarını ihtiyac duyuyorsunuz... Koç Topluluğu'ndan emekli olan üst düzey yöneticilerini tek bir çatı altına toplayan Koç Yönder, çalışmalarına ivme kazandıracak yepyeni bir iş birliğine imza attı... **Uluslararası Profesyonel Yöneticiler Birliği (IESC)** ile yapılan anlaşma doğrultusunda, şirketler yurt içi ve yurt dışından 13 bin üst düzey yöneticinin yer aldığı uzmanlık bankasından yararlanabilecek.

Koç Yönder Yönetim Kurulu Başkanı **Necati Arıkan**, Koç Yönder'in kuru-

luşundan bu yana Koç Topluluğu şirketlerine üyeleri aracılığıyla danışmanlık hizmeti verdiğini belirterek daha profesyonel bir çalışma sistemi kurabilmek amacıyla, yurt dışına açılma ihtiyacı duyduklarını ifade ediyor.

Amerika'da Büyük Bir Vakıf

Amerika'daki profesyonel emekli yöneticilerin kurduğu büyük bir vakıf olan IESC'in de bu hedeflerini gerçekleştirmelerini sağladığını belirten Arıkan; "IESC ile yaptığımız anlaşma doğrultusunda, her iki derneğin üyeleri tek bir portföy altında toplanacak ve böylece tecrübe ve birikimlerimizi ihtiyaç duyan tüm firmalarla paylaşabileceğiz" diyor.

IESC ile yapılan işbirliği çerçevesinde, dört temel alanda danışmanlık hizmet verilecek:

- Kısa, orta ve uzun vadeli planlama

- Kalite uygunluk ve üretim/teslimat
- İş ve pazar geliştirme
- Üretim kalitesi ve etkinliği

Arçelik, Türk DemirDöküm ve **Migros**'un IESC'den danışmanlık desteği aldığını ve bu projelerinde büyük başarılar elde ettiğini vurgulayan Necati Arıkan, "Koç Yönder olarak bu derneğin tecrübesinden faydalanarak Türk ekonomisine bir katma değer getirmek istiyoruz. Şu anda da Türkiye'de bu hizmete ihtiyaç duyan çok fazla şirket bulunuyor. Bu doğrultuda, Topluluk şirketlerinin yurt dışından ihtiyaç duydukları yöneticileri getireceğiz" diyor.

Ayrıntılı Bilgi İçin:

Tel: 0212-230 95 20

Faks: 0212-230 36 17

e-mail: kocyonder@kocyonder.org

*Koç Yönder Yönetim Kurulu Başkanı:
"IESC ile yaptığımız anlaşma doğrultusunda, her iki derneğin üyeleri tek bir portföy altında toplanacak."*



Koç Yönder, çalışmalarına ivme kazandıracak yepyeni bir iş birliğine imza attı... Uluslararası Profesyonel Yöneticiler Birliği (IESC) ile yapılan anlaşma doğrultusunda, şirketler yurt içi ve yurt dışından 13 bin üst düzey yöneticinin yer aldığı uzmanlık bankasından yararlanabilecek

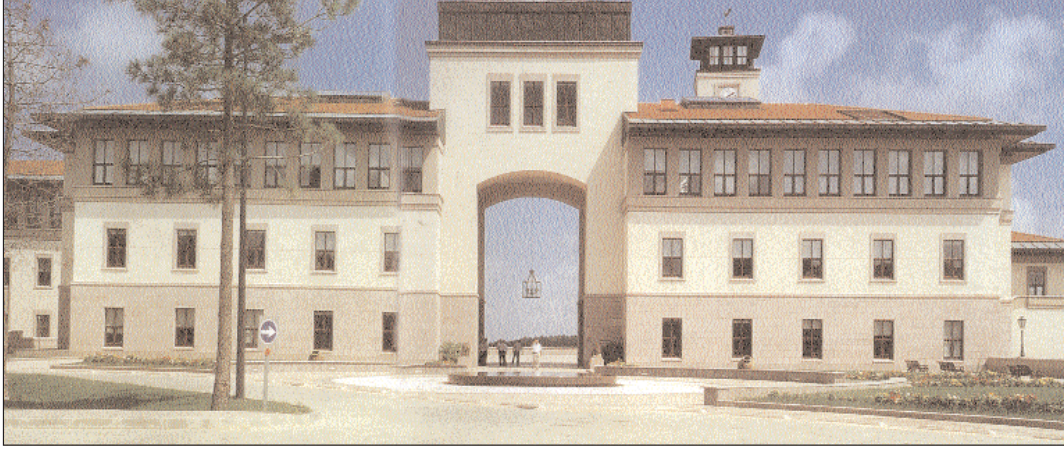
Koç Üniversitesi'nin Kurumsal Tarihinin Öyküsü



*“Ben ölürüm, sen
ölürsün, o çengeli
takanlar ölür...
Fakat bu üniversite
Türkiye’de kahr ve
yaşar...”*

VEHBI KOÇ

Yayımlandı: “Geleceğe Açılan Bilim Kapısı”



Yarım Asırlık Özlem: Koç Üniversitesi

Koç Üniversitesi, Mütevelli Heyeti Başkanı Sayın **Rahmi M. Koç**'un da belirttiği gibi, 15 yıl süren çok yoğun çalışmalar sonucunda gerçekleştirilen bir idealdi. Ulaşılan her ideal, bir yandan geleceğin içinde başarılarla anımlanarak yol alırken, diğer yandan da zorlu mücadelelere dayanan tarihinden onurlanarak güç kazanır. Koç Üniversitesi'nin onurlu kurumsal tarihini tüm cepheleriyle gün ışığına çıkaran kitap, “**Geleceğe Açılan Bilim Kapısı**” adıyla yayımlandı.

Takvim sayfaları 4 Ekim 1993'ü gösterdiği gün, Sayın **Vehbi Koç**'un öğrencilere verdiği ilk ders ile öğretim hayatına başlayan Koç Üniversitesi'nin o güne kadar yaşadığı kuruluş mücadelesini, kitabın “Yarım Asırlık Özlem” başlıklı sunuş yazısının son paragrafı ne de güzel özetliyor:

“Elli yılı aşkın bir zamandır kararlılıkla sürdürülen Eğitim Yatırımları zincirinde son halka olan Koç Üniversitesi'nin kuruluş serüveni, ışıklı bir geleceğe yönelik kutlu ve hayırlı bir girişimin tüm zorluklara rağmen nasıl başarıya ulaştığını anlatan bir belge niteliğinde.

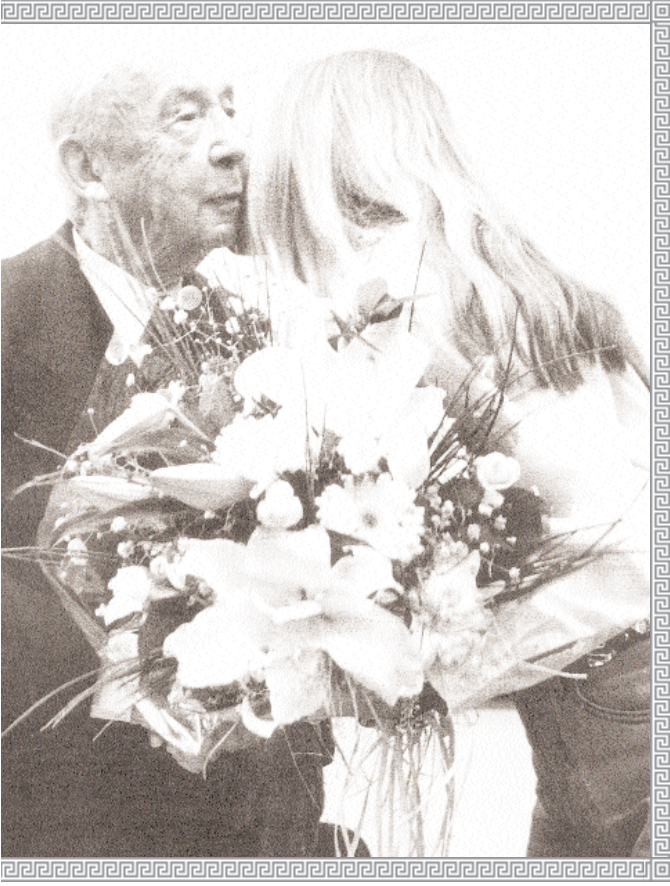
Koç Üniversitesi'nin kuruluş serüveni, ışıklı bir geleceğe yönelik kutlu ve hayırlı bir girişimin tüm zorluklara rağmen nasıl başarıya ulaştığını anlatan bir belge niteliğinde.

İl bir girişimin tüm zorluklara rağmen nasıl başarıya ulaştığını anlatan bir belge olmanın yanı sıra; ül-

kenin ve toplumun yolunu tıkayan katı zihniyetlerin de rol aldığı, heyecanlı ve dramatik bir öyküdür.”

Bürokrasinin Dalgalı Sularında

Koç Üniversitesi Mütevelli Heyeti, bitmek tükenmek bilmeyen “esas arazi” sorunlarıyla üzülüp, “sevinç verici haberler”le tekrar moral kazanırken, farklı mercilerin tutarlı ve ortak bir anlayıştan yoksun olmaları nedeniyle uzayıp giden yazışmalar zincirinin, dolayısıyla bir kaosun içinde bulurlar kendilerini. Hukukla siyasetin birbirinin içine girdiği ve her yandan çeşitlendirilen kavramların bir türlü yerli yerine oturtulmadığı bir zorlu dönemdir. Türkiye’de iddialı bir üniversite kurma idealine ulaşmak ne kadar güçtür. Kitap, otuziki kısım tekmili birden bir filmi hatırlatırcasına uzayıp giden bu traji-komik serüvenin nasıl da yorucu olduğunu anlatan örnek olaylarla doludur. Gülsek mi, ağlasak mı diye şaşırırsınız. Düşünürsünüz, bürokrasinin dalgalı sularında bir inip bir çıkan, sıradan



bir kayık değil; ülkenin en nitelikli üniversitelerinden biridir.

Tüm bu anlamsız tartışmalar sürüp giderken, kocaman bir üniversitenin yoluna engeller döşenirken 25

Şubat 1996 tarihinde Vehbi Bey'i kaybettiğimiz haberi ulaşır dört bir yana.

Vehbi Bey'in, Antalya'da vefat etmeden evvel söylediği şu cümlelerin içine sığmaya çalışan o çok boyutlu anlam, özellikle günümüzden geriye doğru dönüp baktığımız zaman nasıl da derinleşiyor ve o en şaşmaz ölçü olan adalet terazisinde tartılarak değer buluyor:

“Ben ölürüm, sen ölürsün, o çengeli takanlar ölür... Fakat bu üniversite Türkiye’de kalır ve yaşar...”

Bu cümlelerin içine sığamayan çok boyutlu anlamı, Koç Üniversitesi’ni görmüş olup da, ülkesiyle gururlanmadan edemeyen her duyarlı insan,

iliklerinde hissedecektir.

Koç Üniversitesi Kime Ait?

Kanun koyucu bu üniversitenin bir “kamu tüzel kişisi” olduğunu bizzat ve defalarca vurgulamıştır ama her nedense bu üniversitenin “kâr amacı gütmeyen bir vakıf kuruluşu” olduğu gerçeği göz ardı edilmeye çalışılmıştır.

Kitaptan aldığımız şu bölüm, “Koç Üniversitesi Kime ait?” sorusunun yanıtını da tüm açıklığıyla ortaya koyuyor:

“Koç Üniversitesi, tabiidir ki, Vehbi Koç Vakfı’nın önderliğinde Koç ailesinin ve Koç Topluluğu şirketlerinin katkıları ile gerçekleşmiştir. Ancak, Vehbi Koç Vakfı’na maddi destek veren kuruluşların önemli bir kısmı halka açık şirketlerdir; onbinlerce hissedarları vardır. Vakfa yapılan bağışlarda, bütün bu hissedarların mütevazı katkıları da bulunmaktadır. Projelerin gerçekleşmesinde Türk halkının da payı olduğu duygusunu paylaşan Vehbi Koç Vakfı yöneticileri açısından, bu tesisler neticede “topluma ait”tir. Bu anlayışın doğal sonucu ise, bu tür kurumların başarısı için toplum bireylerinin de her fırsatta maddi manevi destek verme bilincine ulaşabilmesi olacaktır.”

Koç Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Rahmi M. Koç:

“Koç Üniversitesi, VKV’nin En Büyük Yatırımıdır”



“Vehbi Koç Vakfı, (VKV) kurulduğu 1969 tarihinden bu yana ülkemiz insanı için Kültür, Eğitim ve Sağlık konularında önemli

çalışmalar yapmıştır. Bunlar kamuoyunun bilgileri önündedir. Ancak Koç Üniversitesi’nin bu çabaları içerisinde çok önemli bir konumu vardır. Şimdiye kadar Vakfı’mızın yapmış olduğu en büyük yatırımdır. 1993 senesinde faaliyete geçişinden bu yana, işletme açığı olarak 65 milyon, fiziki yatırım karşılığı olarak 175 milyon ve ayrıca işletme fonu olarak 85 milyon olmak üzere, bugüne kadar

Koç Üniversitesi’ne Vehbi Koç Vakfı, toplam 325 milyon ABD Doları kaynak tahsis etmiş bulunmaktadır. Amacımız, Türk gençlerini eğitmek ve ülkemizi bu gençlerin gayretleri ile daha da ileri bir noktaya taşımaktır. Sürekli araştırma yaparak Üniversitemizin kalitesini Batı dünyasındaki üniversitelerin seviyesine çıkararak, memlekete teknolojik bakımdan bir katkı sağlamaktır.”

Koç Üniversitesi Öğrencilerinden Gönüllü Hizmet

Koç Üniversitesi Yaz Atölyesi, ilköğretim çağındaki çocuklarla üniversiteli ağabey ve ablalarını **Rumeli Feneri Kampusu**'nda buluşturdu. İki hafta süren, eğitim ve eğlencenin bir arada yaşandığı KUYAT'ta 15 Koç Üniversitesi gönüllü, çevre okullarından **Sarıyer Kocataş Barbaros** ve **Rumeli Feneri İlköğretim Okulları** öğrencisi toplam 32 çocuğa eğitim verdi.

Öğrenci Dekanı **Prof. Meral Serdaroglu**'nun verdiği bilgiye göre, Rumeli Feneri Kampusu'na taşınmadan önceki dönemde de buna benzer çalışmalar yapılmış ancak taşınmayla birlikte bu çalışmalara ara verilmiş. Serdaroglu, Yaz Atölyesi'nin Üniversite için önemini şu şekilde açıklıyor: "Her ne kadar konum olarak yakın çevreden izole olmuş gibi görünsek de bunun böyle olmadığını göstermek, yakın çevre halkına Koç Üniversitesi'ni tanıtmak ve çocuklarımızın vizyonunu geliştirmek açısından KUYAT'ın önemi büyük... Bir üniversite olarak, içinde bulunduğumuz çevreye karşı sorumluluğumuzu biliyoruz..."

Koç Üniversiteli gençler, Sarıyer Kocataş Barbaros ve Rumeli Feneri İlköğretim Okullarından toplam 32 çocuğu düzenledikleri Koç Üniversitesi Yaz Atölyesi'nde (KUYAT) ağırlayarak gönüllü eğitim verdi

Öğrenci Gelişim ve Destek Koordinatörü **Didem Alıcı**, KUYAT'ın içeriği hakkında şu bilgileri veriyor: "Daha çok aktiviteye ve pratik bilgiye dayalı programımıza **TEGV** katkı sağladı. TEGV'in zaten bu yaş grubuna yönelik ders programları vardı. Ayrıca Üniversite bünyesinde de TEGV'in eğitim programlarına aktif katkı sağlamış arkadaşlarımız var. Bilgisayar, Yaratıcı Drama ve Sağlık derslerinde TEGV'in programını aynen kullandık.

Bu noktada gönüllü öğrencilerimiz TEGV'de eğitim aldı. Diğer derslerin içeriğini de biz sağladık.

Müzik, Sanat, Spor,

Yaratıcı Drama, Sağlık, Fen Deneyleri, Bilgisayar gibi derslerin yanında oyunlar da Yaz Atölyesi bünyesinde yer aldı.

KUYAT'a katılan çocuklarımız üç ayrı gruba ayrılarak derslere katıldı. Her grup, iki gönüllü öğrencimizin liderliğinde çalışmalarını sürdürdü..."



Müzik, Sanat, Spor, Yaratıcı Drama, Sağlık, Fen Deneyleri, Bilgisayar gibi derslerin yanında oyunlar da Yaz Atölyesi bünyesinde yer aldı

"Önümüzdeki yıllarda KUYAT nasıl devam edecek?" şeklindeki sorumuza da şöyle yanıtıyor Alıcı: "Bu yıl hem katılımcı çocuk sayısını, hem de KUYAT'ın süresini az tutmaya çalıştık; bu bizim için de bir ısınma oldu. Önümüzdeki yıllarda daha geniş kapsamlı ve daha yüksek katılımın olacağı KUYAT'lar organize etmeyi hedefliyoruz..."

İki hafta süren kursun sonunda, çocuklar çeşitli ürünler de ortaya koydu.



Yakın çevre halkına Koç Üniversitesi'ni tanıtmak ve çocuklarımızın vizyonunu geliştirmek açısından KUYAT'ın önemi büyük..."

iletişim



Yetkili Satıcı ve Servislerimizle



Arçelik İskenderun Yetkili Satıcısı Vicdan Eraslan, babası Mehmet Özkaya ve erkek kardeşleri Melih ve Meriç Özkaya ile birlikte.

Arçelik İskenderun Yetkili Satıcısı Vicdan Özkaya Eraslan: “Oğlumun İlk Söylediği Sözcük; Arçelik Oldu”

“Babam Mehmet Özkaya, 46 yıldır, Arçelik Ailesinin üyesi. Aile olarak sabah 07:30 beraber işimizin başında oluruz ve akşam beraber işimizi kapatırız.”

Vicdan Özkaya Eraslan, dinamik, beyecanlı, umutlu, umut saçan, yaptığı işi çok seven, değişime inanan, kendi tanımı ile “Arçelik Fanatığı” genç bir iş kadını...

“Çocuklarımı büyüttükten sonra, 1992 yılında iş hayatına atıldım. Aile olarak uyumu ve iş bölümünü gerçekleştirmiş olmak bizi başarılı kıldı. İş yaşamımın ilk 5 aylık dönemini öğrenmeye ayırdım. Kurumsallaşmanın, sistem kurmanın ayakta kalabilmek için tek şart olduğunu bilerek, Adana Bölgemizden Muhasebe Müdürü Mustafa Bey’in ve satış temsilcisi arkadaşlarımın desteği ve yardımı

Koç Topluluğu’nun yetkili satıcılarını daha iyi tanımak ve sizlerle buluşturup, iş yaşamlarını, hedeflerini, yaşam felsefelerini paylaşmak amacıyla gerçekleştirdiği söyleşiler dizisinin ilk konuğu bizden biri: Vicdan Özkaya Eraslan...

ile Arçelik finansal sistemini öğrendim ve kendi firmamızın finans sorumlusu olarak, merkezle uyumlu, kendi sistemimizi kurduk.”

Teknoloji ve Biz

İskenderun’un Anadolu’ya göre farklı bir özelliği var.

Kozmopolit bir yapısı var, okuma oranı, özellikle yüksek öğrenim oranı çok yüksek. Bu nedenle, yeniliğe çok açık ve hızlı uyum sağlıyor.

Şu an geliştirerek, kurmuş olduğumuz aynı bilgisayar programını kullanıyoruz.

Her sabah ilk yaptığım iş, www.arcelik.com.tr adresine girip durum değerlendirmesi yapmaktır.

Oğlum ve Arçelik

İş yaşamımdaki başarının en az yüzde ellisini Arçelik’e borçluyum. Arçelik prensiplerine sıkı sıkıya bağlı bir firma, taviz vermez.

Liderlik eğer Arçelik de varsa bu herkese yansımali. Bu nedenle bayiler olarak bizler de fanatik tüketiciler yaratma zorunluluğumuz var.

Geçen yıl Dünya Gazetesi tarafından başarılı iş kadınları ödülünü aldım.

“Dün, Bugün ve Gelecek” Üzerine Sohbetler

Arçelik'ten kutlama geldiğinde cevap olarak şunu yazmıştım: “Bayi /şirket elele her zaman güzel hedeflere”

Değerli üst düzey yöneticilerimiz var, inanılmaz bir satış ağıımız var. Gücümüzü kullanmalıyız.

Biz cephede olanlar yukarıya doğru bilgilendirme yaparsa pazarlama ve satış stratejilerinin oluşması çok daha kolay olur.

Türkiye bir krizler ülkesi, enflasyonist ortamlarda yüksek karlara alışarak bu dönemlere gelen sistemlerin içindeyiz. Enflasyonun tabii ki ortadan kalması gerekiyor.

Bir kere eskiyi unutacağız. Kalıcı ve uzun vadeli iş yapmak, kriz döneminde ayakta kalmak istiyorsak riske girmek zorundayız. Az kâr edip gerekirse hiç kâr etmemeyi göze almalıyız. Müşteri kitlemizi rakiplerimize kaptırmamak adına bunu yapmak zorundayız.

Kriz ortamlarında, duraklama zamanlarında, zamanımızı inceleme, araştırma ve ileriye yönelik planlama yapmak için kullanmak gerekiyor. Neyi daha çok satıyoruz? Nasıl satıyoruz? Tüketici neyi talep ediyor? Ödeme dengemizi nasıl kurarız? Ayakta kalmanın şartları nedir?

Kampanyalar

Tüketicinin ürün talep profili incelendiğinde şu an Türkiye genelinde bölgesel farklılıkların pek kalmadığı görülüyor. Yeni evlenen çiftler, önceki yıllarda, dayanıklı tüketim ihtiyaçlarını hepsini küçük taksitlere bölerek alım gücüne sahiptiler. Şu an geçen yıl artmış olan çamaşır makinası satışları düşmüş durumda, bulaşık makinası satışları çok düşmüş durumda, buzdolabı satışı ise yine ilk sırada yer almakta.

Bu nedenle yürütülen bulaşık makinası kampanyasını çok yerinde buluyorum. Benim düşünceme göre, kampanyalar yanında satış fiyatlarımızı asıl fiyatlara çekmek kazançlı olacaktır.

“Eğitimin Önemi Çok Büyük...”

Eğitime ayrılan bütçenin tasarruf tedbirlerine takılmaması gerektiğini düşünüyorum. Bayilere yönelik eğitim programını başlıkları şöyle olabilir: kurumsallaşma, finans, teknoloji kullanımı, müşteri ve insan ilişkileri, varolan, yeni, ürünlerin özellik ve pazarlama bilgilendirmesi

Duraklama devri bitecek, çok umutluyum.

Anadolu’yu Dinliyorlar

Arçelik kadrolarına baktığımız zaman da inanılmaz beyinler var. Sayın **Cengiz Solakoğlu**, bize “kral çıplak” deme hakkını verdi.

Sayın **Gündüz Özdemir** ve Sayın **Oktay Sokullu** ile de birebir bayi ilişkisi kurmak çok önemli ve istediğim an kendilerine ulaşabiliyorum, her konuda fikir danışabiliyorum. Bizleri dinliyorlar ve önemli saptamaları hemen uygulamaya sokuyorlar.

Sayın **Nedim Esgin**’in farklı bir vizyonu var, genç, dinamik, değişimden yana, yeni şeyler kazandırırken hızlı hareket ediyor ama ayrıntıları çok dikkatli izliyor. Ailemiz Arçelik’teki bu yaklaşım dünyada da uygulanan çağdaş yönetim yaklaşımı, uyumlu bir kadroya, ekip ruhuna, kurum kül-

türüne ve fikir paylaşımına değer veriyor...

Tüm üst yönetimin katıldığı Anadolu’ya açılan bayi toplantıları düzenleniyor. Türkiye sadece İstanbul, Ankara, İzmir’den oluşmuyor. Bizleri, fikirlerimizi, beklentilerimizi dinliyorlar ve böylelikle en verimli yöntemleri yaratacaklarına inanıyorlar.

Dünya değişiyor, yer kabuğu değişiyor sadece geçmişte yaşayanlar ve direnenler değişmiyor. Değişim uzun bir süreç bunu farkındayım ama yıllardır aile olarak sadakatla bağlı olduğumuz Arçelik’in şu anki yöneticileri bizlere değer veriyorlar, takdir ediyorlar ve onurlandırıyorlar. Bu da bizleri çok motive ediyor. Dolayısıyla, değişime uyum sürecini bu motivasyonun kısaltacağına inanıyorum.

Başarının Sırrı

Yüzde yüzü işini severek yapmak, heyecan duymak. En büyük pozitif enerji sevgidir, bu inanılmaz bir güçtür. Birey olarak da pozitif enerji yaymak zorundayız. Hem çevremizi hem de müşterilerimizi başka türlü mutlu edemeyiz. Negatif düşüncelerden sıyrılalım.

Teşekkür ederiz, okuyucularımız adına, verdiğiniz mesajlar, umut için...

Nazlı Çetinok

Vicdan Özkaya Eraslan Kimdir?

- Arçelik İskenderun Yetkili Satıcısı (Özkaya Ltd. Şti.)
- Babası Mehmet Özkaya, 46 yıldır Arçelik Ailesi üyesi
- Erkek kardeşleri Melih ve Meriç Özkaya Arçelik Ailesinin bir parçası
- İskenderun Genç İş Adamları Derneği Başkanı
- Genç İş Adamları Derneği Yönetim Kurulu Üyesi
- Liseyi İstanbul Kadıköy Kız Koleji’nde okudu.
- Adana İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, İşletme Bölümü mezunu.
- 10 yıldır İş Kadını
- 18 ve 15 yaşında iki oğlu var



T F S T K L
F T M L
K SI .S.



Tofaş Satış Sorumlu Direktör Yardımcısı
Hasan Egeli: “Şirketlerin müşteriye yaklaşımı ve
kurdyğu iletişim biçimi, firmaları birbirinden
farklaştıran ve bir adım öne çıkartan bir
unsur haline geliyor.”

“Müşteri Önemsendiğini Hissetmek İstiyor”

**Yetkili satıcılarından, teknik servislerine kadar
müşteri memnuniyeti felsefesini bütüncül olarak
uygulayan Tofaş’ın projelerini Satış Sorumlu
Direktör Yardımcısı Hasan Egeli bizlerle paylaştı**

• **Tüketici memnuniyeti sizin için
ne ifade ediyor?**

Tüketici memnuniyetini, devamlılığı olan bir süreç olarak görüyoruz. Bir başka deyişle, tüketici memnuniyetini, müşterimizin her zaman bizi tercih etmesini sağlayacak seviyede hizmetlerimizden ve ürünlerimizden en üst düzeyde tatminini sağlamak olarak ifade edebiliriz. Şirketimizin devamlılığının koşulu da budur.

Tüketici memnuniyetini, rekabetçi ortamda gittikçe önem kazanan bir olgu olarak görmek gerekiyor. Şu an piyasaya baktığımızda tüm otomobillerin

aslında birbirine yakın kalitede üretildiğini gözlemleyebilirsiniz. Böylesi bir durumda, şirketlerin müşteriye yaklaşımı ve kurduğu iletişim biçimi, firmaları birbirinden farklılaştıran ve bir adım öne çıkartan bir unsur haline geliyor.

• **Bu doğrultuda ne tür
çalışmalar yürütüyorsunuz?**

Müşterilerimizin bizlere her an ulaşabilmesini sağlayabilmek için 7x24 hizmet veren Call Center’ımız var. Bu hizmetle müşteri-

mizin herhangi bir sorunla karşılaştığında Türkiye’nin neresinde olursa olsun bir saatten kısa bir sürede müşteriye ulaşabilmesini hedefliyoruz.

Call Center kapsamında oluşturduğumuz “Acil Servis Sistemimiz”, Call Center’den bize ulaşan bir müşteriye en yakın noktada bulunan servisimiz hizmet vermeye gidiyor. Yolda kalan bir müşteriye yalnız teknik servis hizmeti değil; ulaşım hizmeti de sağlıyoruz. Hatta kimi zaman rakiplerimizin müşterileri herhangi bir yerde arıza yaptıkları zaman “Tofaş’ın nasılsa servis ağı yaygındır” diye bizim Call Center’larımızı aradıkları oluyor. Çünkü o noktada rakiplerin servisleri ulaşılabilir olmadı-

ğından veya o saatlerde çalışmadı-



ğından o araç orada kalıyor. Bizim servislerimiz o yabancı araçlara dahi hizmet vermeyi bir görev biliyorlar. Çünkü o gün o yabancı aracı kullanan kişi bizden bu hizmeti ve yakınlığı gördüğü zaman yarın bizim potansiyel müşterimiz konumuna ge-

E-Randevu @ Tofaş

liyor. Böylece, müşteri açısından da bir farklılık yaratmış durumdayız.

Teknik Servislerimiz Gece Geç Saatlerde de Hizmet Veriyor!

Yeni uygulamamız ile teknik servislerimizin **haftanın 7 günü, gece geç saatlere kadar** hizmet vermesini sağladık. Türkiye’de bir ilki gerçekleştirdiğimiz bu uygulamamızla, taksisi ve okul servisi olan müşterilerimiz gündüz otomobillerini tamir ettirme fırsatı bulamadıklarından, gece geç saatlerde de bizden hizmet alabiliyorlar.

Müşterinin ihtiyacına göre de gece çalışma saatlerimiz uzayabiliyor. Kimi zaman, müşterimizin işini yetiştirmek için sabaha dek çalıştığımız oluyor.

Böylece, onların ihtiyacı olduğu zamanlarda “Biz yanındayız” mesajını veriyoruz. Bu uygulamamız şu anda otomotiv sektörü içindeki en agresif uygulama niteliğine sahip.

İşimiz bununla da bitmiyor. Her satıştan ve teknik servis hizmetinin ardından müşterimizi arayıp aracı kullandığı sürede bir sorunu olup olmadığını öğrenmeye çalışıyoruz. Dolayısıyla da aracı teslim alışından bir sonraki kontrolüne kadar müşterimizle iletişimini sürdürüyoruz.

Bizim için aracı sattıktan sonra müşteri ile olan ilişkimiz son bulmuyor. Otomobili satın alan bir müşterinin yeni bir otomobil alıncaya kadar geçen süre bizim için müşterinin yanın-

da olmamız gereken onu dinlememiz gereken bir süreç... Hatta bu iletişimi bir adım daha ileri götürüp bizim otomobillerimizi kullanmayan kişileri de arıyoruz. Bizle herhangi bir amaçla temasa geçen bir kişiyi, bayimiz kanalıyla arayarak iletişimi sıcak tutuyoruz. Bu iletişim 1.5 yıla kadar bile devam ediyor. Böylece bu müşteri bizim potansiyel müşteri kategorimize girmiş oluyor. Tofaş tarafından takip edildiğini, önemsendiğini hissediyor.

Türkiye’de insanların en önem verdiği olgunun başında önemsendiğini kendisine değer verildiğini hissetmek vardır. Bu diğer ülkelere göre bizde daha fazla önem verilen bir psikolojidir. Avrupa ve Amerika’da müşteri satıktan sonra bayii ya da firmaya ziyaretten sonraki süreçlerde arandığına da memnuniyetsiz olabiliyor.

Ancak Türkiye’de bu iletişim çabalarına çok olumlu geri bildirimler alıyoruz.

Zaman zaman bizim otomobillerimizi kullanan müşterilerimize gruplara, bölgelere ve kişilere özel kampanyalar yapıyoruz. Bu kampanyalarda kişinin servisimize daha sık getirip bilgi almasını sağlamak böylece müşteri sadakati yaratmak hedefleniyor.

Bu anlamda sağladığımız özel koşullar; indirimlerden, bakıma girecek aracı evden alıp gerekli işlemleri yapıp tekrar eve teslimine kadar değişiyor. Müşteri için bu gibi önemsendiğini vurgulayan hizmetler son derece önemli. Biz Tofaş olarak bu önemli noktayı ilke edindik.

• Tofaş’ın “tüketici memnuniyeti” felsefenizin bayilerinize ve teknik servislerinize yansıtılmasını nasıl sağlıyorsunuz?

Müşteri memnuniyetinin ölçülmesi, bu alanda yürüteceğimiz çalışmalarımızı planlamamıza bir temel teşkil et-

tiği gibi, aynı zamanda bayi ve yetkili servislerimizin verdiği hizmet kalitesini de belirliyor.

“**Müşteri Memnuniyeti İndeksi (CSI)**” ile müşterinizin memnuniyet seviyesini, taleplerini ve iyileştirmeniz gereken alanlarını saptayarak tüm planlarımızı bu veriler ışığında yapıyoruz. CSI, gerek merkezi olarak, gerekse tüm saha teşkilatının (satış ve servisiyle beraber) en önemli öncelikleri arasında yer alıyor ve bu konudaki teşvik mekanizmaları çok etkin olarak kullanılıyor. Bu çerçevede, “müşteri tatmin indeksi” olarak adlandırığımız bir indeks oluşturduk. Aracı sattıktan ya da araç servisten çıktıktan sonra müşterilerimize 25 tane soru yöneliyoruz. Bu soruların içinde otomobilin kendisine temiz teslim edilip edilmediğinden tutun da, satıcının gösterdiği ilgiye, aracın probleminin giderilmesinden kendisine yeterli belgeler ve faturaların verilip verilmediğine kadar bir çok kriterle müşterinin bizi puanlamasını istiyoruz. Bu planlamalar bizim saha örgütümüzün ve bayilerimizin başarı göstergesi oluyor. Bu puanlama düzenli olarak her ay takip ediliyor. Gerekli olan iyileştirme faaliyetleri için de her bayide bir kişi görevli olarak belirleniyor. Sorumlu kişi de kurum kültürümüzü ve müşteri memnuniyeti felsefemizi aşılamaya çalışıyor.

“**Tutor**” adında bir sistem kurduk. Bu

E-Satış @ Tofaş

sistemde, aylık sonuçlar bir önceki ayın sonuçları ile karşılaştırılıyor ve mevcut durum analizi yapılıyor. Bu ölçümleme sonucunda hem bayilerin hem Tofaş çalışanlarının performans kriterleri tüketicinin bize verdiği kriterle ölçülüyor. Bu bakımdan kendi içimizde tüketici memnuniyeti felsefesini sadece sözle değil tüketicinin bize verdiği puanlarla tüm örgüte yaymış oluyoruz.



Yarışmak Genlerimizde Var!

Ademoğlu, kendini 'bir yerden bir yere' taşımak için önce 'bacaklarını' kullandı. İçlerinden birisi, bu işi 'koşarak' ve 'çok hızlı' yaptı... Sonra da bir diğeri "Ben daha hızlıyım!" dedi... Ve ilk yarış böyle başladı...

Sonra insan, kendisinden daha hızlı olan, eğitilebilir hayvanlara taşıttı kendisini. Örneğin 'at'a... Yarış, o zaman da 'at binerek' devam etti... Bu hep böyle sürdü, sürdü... İnsan, yaşamak için 'en iyi olmak' zorundaydı. Bunu ispat etmenin yolu da mücadeleden ve yarışmaktan geçti hep. Ve insan, hareket etmek için kullandığı her 'gereç' ile, 'en hızlı' olabilmek adına yarıştı...

Atsız ilerleyen 'canavar makineler' ilk türemeye başladığında, 20. Yüzyıl'a bir kaç adım kalmıştı sadece... Kendi kendine bir işi yapabilmek anlamına gelen Yunanca kökenli 'Auto' ile hareket eden ya da ettirelebilen, taşınabilir anlamındaki Latince 'mobilis'ten türemiş 'Mobile' kelimelerini birlikte kullanarak isim-

insanoğlunun ilk mücadelesi 'hayatta kalabilmek'ti. Daha sonra da 'en iyi' olduğunu ispat için çaba sarf etti; ve bu çabasının adına da 'yarış' dedi. Bugün, motor sporları dalında, dünyanın en çok ilgi gören mücadelelerinden birisi de hiç kuşkusuz Formula 1...

lendirdiğimiz otomobillerin de (**Automobile**) birbirleri ile yarışması kaçınılmazdı... Ve ilk otomobil yarışı **1887**'de, **Fransa**'da, **Paris** ile **Versailles** arasındaki **37** kilometrelik parkurda gerçekleştirildi.

Muhteşem Ödül

İkinci Dünya Savaşı'ndan önce, çeşitli ülkelerde, her birinin ayrı kurallara sahip olduğu yarışlar düzenleniyordu. Bu 'büyük para ödüllü' yarışlar, o günden bugüne, Fransızca'da 'muhteşem ödül' anlamına gelen **'Grand Prix'** adıyla anılıyor...

Önceleri, bu yarışlar arasında bir ilişkilendirme yapılmıyordu. Savaştan

sonra yarış kural ve standartları **FIA (Uluslararası Otomobil Federasyonu)** tarafından düzenlendi ve FIA, takımların yıl boyunca rekabet ederek dünya şampiyonluğuna ulaşacakları formülü buluverdi: **Formula 1** Formula 1'in (**F1**) ilk sezonu **1950** yılında, **İngiltere**'nin efsanevi **Silverstone** pistinde başladı. İngiliz Kraliyet Ailesi'nin de izlediği yarış, pole pozisyonunda yarışan, **Alfa Romeo** takımından **Giuseppe Farina** kazandı. Farina, F1'in 1950'deki o ilk sezonunu da şampiyonlukla tamamladı.

Formula 1, birden çok coğrafyada popüler olmayı başarmış bir motor

spor. Bunun en önemli nedenleri, hiç kuşkusuz, her Grand Prix'nin ayrı ülkelerde düzenlenmesi ve pilotlardan teknik görevlilere, taktisyenlerden mühendislere kadar bu spora emek verenlerin tam bir milletler mozayığı görüntüsü çizmesi...

Takımlar Şampiyonası ve Pilotlar Şampiyonası

F1 Dünya Şampiyonası, her biri farklı bir ülke ve pistte gerçekleştirilen Grand Prix'lerden (GP) oluşan uzun ve zorlu bir maraton. F1, aynı zamanda iki ayrı mücadeleye sahne oluyor: 'Constructor's Championship' ve 'Driver's Championship'...

Takımlar Şampiyonası ve Pilotlar Şampiyonası sıralamaları ile Formula 1'de hem takımlar, hem de pilotlar yarışıyor. Her takım, iki pilotun kullandığı iki araçla GP'lere katılıyor.

Teknoloji Devlerinin İttifakı

GP'lerde amaç, doğal olarak, yarışı üst sıralarda tamamlayarak puan kazanmak... Yarışlarda o sezon mücadele eden takımların sayısına göre 20 ila 24 arasında araç start alıyor. Puan alabilmek için yarışı ilk altı içinde tamamlamak gerekli. F1 puan sisteminde birinci pilot 10, ikinci 6, üçüncü 4, dördüncü 3, beşinci 2 ve altıncı ise 1 puan kazanıyor. Pilotların elde ettiği puanlar **Pilotlar Şampiyonası** için kendi hanelerine, aynı takımdan pilotların elde ettiği puanların toplamı ise **Takımlar Şampiyonası** için takımların hanesine işleniyor. Sezon sonunda da şampiyonlar belli oluyor.

Hem Spor, Hem Tanıtım, Hem Turizm

Bu yıl 52. yaşını kutlayan Formula 1, 2002 sezonunda on bir takımın mücadelesine sahne oluyor:

Ferrari, Williams, McLaren, Renault, Sauber, Arrows, BAR, Minardi, Toyota, Jordan ve Jaguar... Formula 1 bugün hem on binlerce kişinin tribünde, yüz milyonlarca se-

Setur'dan Yarışseverlere F1 Daveti!

Formula 1'in ülkemize gelmesini bekleyecek sabrınız yoksa ve bu sezonun F1 heyecanını kaçırmak istemiyorsanız, Setur'un yarışseverlere davetini değerlendirebilirsiniz. Formula 1'in ülkemize gelmesini bekleyecek sabrınız yoksa ve bu sezonun F1 heyecanını kaçırmak istemiyorsanız, Setur'un yarışseverlere davetini değerlendirebilirsiniz.

Sezonun ilk 12 Grand Prix'si tamamlandı; fakat önümüzde hâlâ tamamlanmayı bekleyen beş heyecanlı yarış daha var:

- 18 Ağustos 2002, Budapeşte /

Macaristan Grand Prix

- 1 Eylül 2002, Spa / **Belçika Grand Prix**

- 15 Eylül 2002 Monza / **İtalya Grand Prix**

- 29 Eylül 2002 Indianapolis / **Amerika Grand Prix**

- 13 Ekim 2002 Suzuka, **Japonya Grand Prix**

Setur'un **Dertour** / Almanya ile ortaklaşa düzenlediği 2002

sezonu Formula 1 turları ile ilgili ayrıntılı bilgiye ulaşmak için ya da rezervasyon yaptırmak için **www.setur.com.tr** adresini ziyaret edebilir ya da **(0216) 474 06 00** numaralı telefondan bilgi alabilirsiniz...

yircinin ise televizyonları başında düzenli olarak takip ettiği bir spor. Hem GP düzenleyen ülkelere her yarışta 50-60 milyon USD döviz kazandıran bir turizm sahası, hem de geniş meraklı kitlesi, dolayısıyla iyi bir tanıtım ve reklâm aracı...

Bu arada bir hatırlatma yapmakta

fayda var: İçinde bulunduğumuz dönemde Türkiye, F1 sezonuna dahil bir Grand Prix organizasyonu yapmaya talip olmuş durumda! Kimbilir, belki de bu heyecanı bir kaç yıl sonra ülkemizde, çok daha yakından izleme fırsatı buluruz!

Fikret Şahin



Grand Prix'lerin sonunda, gelenek haline gelmiş bir zafer gösterisi: Şampanyaya töreni! Ferrari Takımı kaptanı Jean Todt (solda) ve Formula 1'de Fransa Grand Prix'sini kazanarak 5. kez dünya şampiyonluğunu ilan eden efsanevi pilot Michael Schumacher



Güneşle İyi Geçinmenin Yollarını Biliyor muyuz?



Bol yağmurlu, soğuk kış günleri çoktan mazide kaldı... Kimimiz unutulmaz anılarla dolu bir tatili geride bıraktık bile... Kimimiz ise deniz ve güneşle kucaklaşacağımız sahillerle buluşmanın tatlı bir sabırsızlığı içerisindeyiz. Peki, yaz tatillerinin vazgeçilmez unsuru güneşin vücudumuz üzerindeki etkilerinden ne kadar haberdarız? Ya da sağlıklı bir bronzluk için neler yapmamız gerekiyor?

VKV Amerikan Hastanesi Dermatoloji Bölümü'nden Doç. Dr. **Yasemin Oran** güneşin zararlı etkilerinden korunmamız için neler yapmamız gerektiğini Bizden Haberler'e anlattı.

Güneşsiz Bir Hayat Düşünülemez! Ama...

Evet, gerçekten de güneşsiz bir hayat düşünemiyoruz.. Dünyadaki tüm varlıklar için güneş bir hayat kaynağı. Güneşin insanlar üzerinde yarattığı en temel faydalar arasında, birçok hastalığın tedavisinde kullanılan antibakteriyel etkisi yer alıyor. Aynı zamanda vücut üzerinde D vitamini sentezlenmesini gerçekleştirdiği için özellikle çocukların kemik gelişiminde temel bir rol üstleniyor. Sağladığı bronzluk etkisi ile estetik bir öneme sahip olan güneş, akne

Yaz tatillerinin vazgeçilmez unsuru güneşin vücudumuz üzerindeki etkilerinden ne kadar haberdarız? Güneşin zararlı etkilerinden nasıl korunuruz?

ve sivilce tedavisinde de çok işe yarayabiliyor. Ancak, tüm bu faydaları içeren temel hayat kaynağımız güneş, ozon tabakasının inceliğiyle birlikte artık insanlar için bir tehlike unsuru haline gelmeye başladı. Ozon tabakasının inceliğiyle birlikte, yer yüzüne ulaşan ultraviyole radyasyonu miktarında büyük bir artış oldu. Eskiden, yeryüzüne sadece A ve B ultraviyole radyasyonu ulaşırken artık C ultraviyole radyasyonu da ulaşmaya başladı. Peki, ya sonuç? Sonuç hiç de iç açıcı değil.. A ultraviyole radyasyonu cildin erken yaşlanması ve kırışmasına neden olurken, B ve C ultraviyole radyasyonları ise deri kanserleri riskini artırıyor. Bu yüzden de sadece deniz ya da havuz kenarında güneşlenirken değil, günün her saatinde güneşten korunmamız büyük bir önem arz ediyor.

Açık Tenliler ve Kızıllar En Riskli Grubu Oluşturuyor!

Doç. Dr. Yasemin Oran'dan aldığı-

mız bilgilere göre güneşe karşı nasıl korunmamız gerektiğini belirlememizde cilt tipiniz büyük bir önem taşıyor. Güneşin zararları açısından en fazla riski, beyaz tenliler, kızıllar ve hiç bronzlaşmayan ya da güneşe çıktıkça deri yanıklarıyla sonuçlanan cilt tipleri taşıyor... Cildin rengi koyulaştıkça yanma riski de o oranda azalıyor. Ancak, esmer tenlilerde de ozon tabakasının inceliğiyle birlikte güneş yanığı oluşması hiç de az rastlanırlı bir durum değil. O yüzden dikkat!

Ne Zaman Güneşlenmeli?

Yapılan araştırmalar, güneşlenme için en ideal saatlerin sabahları saat 10.00'a kadar, öğleden sonraları ise saat 15.30'dan sonra olduğunu ortaya koyuyor. Bu saatlerin dışında ise, kesinlikle ve kesinlikle gölge yerlere çekilmenizi ve dinlenmenizi öneriyoruz. Bu arada, beton zeminlerin ve deniz suyunun ultraviyole ışınlarını çok iyi yansıttığını da aklınızdan çıkarmayın. Bu yüzden de gölgede

de yanabileceğinizi asla unutmayın!

Nasıl Giyinmeli?

Şapkalar, yüzümüz için tam bir koruma sağlamasa da mutlaka kullanılmalı. Giysilerimiz de güneşin etkilerinin cildimize ulaşmasını engellemiyor. Özellikle, tatil beldelerinde tatil yapanların giysilerini giymeden önce ciltlerine uygun bir koruyucu krem sürmelerinde büyük yarar var. Açık renkli ve pamuklu giysiler, ultraviyole ışınlarını daha fazla geçiriyor. Ancak, koruyucu kremlerle bu etkiyi bertaraf etmek mümkün.

Çalışan kişiler ise, eğer serin bir ortamda çalışıyorsa, koyu renkli giysileri tercih edebilirler. Zira, koyu renkler, ultraviyole ışınlarını yansıttığı için güneşin etkilerini azaltıyor. Ama buna karşılık sıcaklığı absorbe ediyor. Bu yüzden de serin yerlerde çalışan kişiler, koyu renkli giysileri tercih ederek güneşe karşı daha fazla koruma sağlayabilir.

En Uygun Koruyucu Ürünü Nasıl Seçmeliyiz?

- Öncelikle, koruyucu kremlerin güneşe karşı tam bir koruma sağlamadığını unutmayın!
- Güneş kremlerinde yer alan ve SPF olarak adlandırılan farklı derecelerden oluşan koruma faktörlerinden, cilt tipinize en uygun olanını seçmeliyiz. Peki, koruma faktörü ne işe yarıyor? Bunu bir örnekle açıklayalım: Deriniz güneşle buluştuğunda, 15 dakikada kızarıyorsa ve yanma reaksiyonu gösteriyorsa, koruyucu bir kremde yer alan 15 koruma faktörü, sizi güneşe karşı 15x15 dakika koruyacak anlamına geliyor.
- Güneşe en

fazla hassasiyet gösteren yaşlılar ve bebekler 45-50 SPF, çok açık tenliler 60 SPF, esmerler 15-25 SPF içeren ürünleri tercih etmelidir.

- Koruyucu ürün seçerken yüzünüz için krem, vücudunuz için süt formundaki ürünler kullanabilirsiniz. Çok yağlı bir cilde sahip iseniz jel formundaki kremler ile serinletici sprey kullanabilirsiniz.

- Terleme, deniz suyu gibi etkiler koruma faktörünün bir kısmının deriden atılmasını sağlıyor. Bu nedenle de koruyucu kreminizi dört saatte bir yenilenmeniz gerekiyor.

- Güneş koruyucularını deride emilmesi ve etkin bir koruma sağlayabilmesi için de güneşe çıkmadan yarım saat önce sürmeniz gerekiyor. Aksi takdirde, cildiniz direkt olarak güneşin zararlı etkilerine maruz kalıyor.

- İçinde, havuç ya da hindistan cevizi gibi katkı maddeleri içeren koruyucu ürünleri, güneşin etkisini artırdığı ve egzamaya neden olduğu için önerilmiyor.

- Bitkilerle (örneğin havuç) ya da tablet olarak aldığımız betakaroten de deride boyama etkisi yaratarak hoş bir bronzluk yaratıyor ve aynı zamanda derinin güneşe karşı korunmasına yardımcı oluyor. Tatile çıkmadan önce veya tatil sırasında da betakaroten alabilirsiniz.

- Tatile gitme şansı olmayanlar içinse hoş bir müjdemiz var: Piyasada

birçok marka adı altında üretilen self bronzanlar oldukça güvenli bir bronzluk sağladığı gi-



Koruyucu kremlerin kendine özgü dilini anlamak kolay. Örneğin "15 koruma faktörü" sizi güneşe karşı 15x15 dakika koruyacak anlamına geliyor.

bi, koruma faktörü içerdikleri için de oldukça etkililer.

Olan Oldu... Ya Şimdi?

Deniz ve güneş banyosunun ardından cildiniz reaksiyon vermeye başladı. Şimdi neler yapmalısınız?

- Hafif derecede bir yanma ya da kızamıklık oluşmuşsa, soğuk su uygulamasının yanı sıra, uzman tavsiyesiyle anti-alerjik bir ilaç kullanmalısınız. En son olarak da cildinizin rahatlaması ve kaybettiği nemi tekrar kazanabilmesi için nemlendirici bir krem kullanın.

- Yüksek ateş, titreme gibi belirtilerle birlikte, ciltte su toplama, ağrı gibi etkiler görülüyorsa, bu uygulamaların yanı sıra, Aspirin ve uzman tavsiyesiyle antiromatizmal ilaçlar (apranaks) kullanmanızı öneririz.

- Yanma vakalarında asla, sulu pudra kullanmayın. Bu tür ürünler, geçici bir rahatlama hissi yaratsa da, bir süre sonra deriyi gerginleştirir ve daha fazla rahatsızlık verir.

İyi tatiller!



Kısırlık Bir Kader Değil!

1 996 yılından bu yana **VKV Amerikan Hastanesi** bünyesinde hizmet veren **Yardımcı Üreme Teknikleri Merkezi**, İstanbul'un ve ülkemizin "ilk tüp bebek merkezleri" arasında yer alıyor. Geleneksel klinik tedavilerin (aşılama ve yumurtlamanın teşvik edilmesi..vb) etkisiz kaldığı durumlarda çocuk sahibi olamayan çiftlerin başvurduğu merkezde, genetik tanı ile birlikte **"Tüp Bebek"** ve **"Mikroenjeksiyon"** tedavileri gerçekleştiriliyor. Mikroenjeksiyon, kısır erkeklerin çocuk sahibi olabilmelerinde bir zirve olarak kabul ediliyor. Zira, uygulanmaya başladığı 1992 yılından önce, kısır erkeklerin kendi çocuklarına sahip olmaları imkansız görülüyordu. Bu uygulama ile menisinde hiç

VKV Amerikan Hastanesi bünyesinde hizmet veren Yardımcı Üreme Teknikleri Merkezi, tüp bebek ve mikroenjeksiyon tedavileri ile çocuk sahibi olmayan çiftlerin yüzlerini güldürüyor.

sperm bulunmayan erkeklerde cerrahi yöntemler ile sperm aranıyor ve bulunan sperm mikrojeksiyon işlemine kullanılıyor. Böylece, çocuk sahibi olması olanaksız gözüyle bakılan pek çok erkek kendi öz çocuğuna kavuşma fırsatı elde ediyor.

"Preimplantasyon Genetik Tanı (PGT)" ile Sağlıklı Bebekler...

Merkezin bünyesinde yer alan Genetik Merkez ve Laboratuvarı'nda gerçekleştirilen **"Preimplantasyon Genetik Tanı (PGT)"** uygulaması da merkezin sunduğu ilkler arasında yer alıyor. Son yılların en önemli gelişmelerinin yaşandığı genetik alanında bir devrim sayılabilecek olan PGT, tüp bebek uygulamalarında embriyodan alınan hücre örneğinde genetik inceleme yapılması anlamına geliyor. Bu uygulama ile daha önceki tüp bebek denemeleri başarısızlıkla sonuçlanan veya kadın yaşının ileri olduğu çiftlerde gebelik oranlarının artması sağlanıyor. Aynı zamanda, ailesinde genetik bir hastalık geçmişi olan çiftlerde embriyoda hastalığın tanısı konularak hastalıklı embriyo transfer edilmiyor ve sağlıklı olduğundan emin olunan bebeklerin doğması sağlanıyor.

Ayrıca kısırlık sorunu olsun ya da olmasın tüm bireyler bu birime başvurarak genetik danışmanlık alabiliyor. Genetik merkezinin ve laboratuvarının olması çok büyük avantaj.VKV Amerikan Hastanesi Yardımcı Üreme Teknikleri Merkezi **kendi bünyesinde** PGT yapabilecek ekip ve ekipmana sahip olması da bu tedavileri dışarıdan getirilen uzmanlar aracılığıyla sunan diğer merkezler arasında ayrıcalıklı bir konuma sahip.

Akademik Yaklaşım...

VKV Amerikan Hastanesi Yardımcı Üreme Teknikleri Merkezi bilimsel çalışmaları ile de kendisine ayrı bir yer edindi. Bugüne kadar konu ile ilgili dünyanın en prestijli iki bilimsel dergisinde 30'a yakın makale yayınlandı ve ekip üyeleri pek çok ulusal ve uluslararası kongreye konuşmacı olarak davet edildi. Bu sayılar ülkedeki bir çok devlet, üniversite ve özel merkezin toplamından daha fazla... En son olarak klinik direktörü Doç. Dr. **Bülent Urman**, dünyanın üreme sağlığı konusundaki en büyük iki organizasyonundan biri olan **Avrupa Üreme ve Endokrinoloji Cemiyeti (ESHRE)** Danışma Kurulu'na seçilerek merkezin bilim-



Yardımcı Üreme Teknikleri Merkezi ekibi tüp bebek tedavisi gören çiftlerle birlikte...

sel başarılarını taçlandırdı. Türkiye'deki ilk tüp bebek ekiplerinden biri olma özelliğini taşıyan beş kişilik çekirdek kadrosu ile hizmet veren Merkez, çekirdek kadrosu hiç değişmeden, aksine artan hasta sayıları ve başarı oranlarına paralel olarak daha da büyüyerek bugün 10 doktor, 2 embriyolog, 1 psikolog, 2 embriyoloji teknisyeni, 5 genetik teknisyeni, 8 hemşire, 2 hasta bakıcı ile hizmet veren dev bir merkez haline geldi.

Ayrıntılı Bilgi İçin:

Tel: 0212-311 20 00/8760



Ekolojik; Ama Ne Kadar Ekolojik?

*“Tüm yiyecek-
leriniz ilaçlarımız;
tüm ilaçlarımız
yiyecekleriniz
olsun.”*

Hipokrat

Şehirlerin bugünkü kadar kalabalık olmadığı, insanların bahçeli evlerde oturduğu, birçoğunun bahçesine birşeyler ekip biçecek vakti olduğu zamanlarda herşeyi gerçek tadında yiyebiliyorduk. Şimdi ne domates domates gibi kokuyor, ne de mis gibi kokusu üzerinde çilekleri o eski lezzetleriyle afiyetle midemize indiriveriyoruz! Hastalanınca içilen ıhlamurdan, na-

ne-limon kabuğundan; her sabah anemizin bir kaşık yememiz için yalvardığı, balık yağına kadar tüm doğal beslenme alışkanlıkları, hızlı yaşam tempomuza ve beslenme konusunda gösterdiğimiz özensizliğe kurban gidiyor.

Tamamen doğal yollardan üretilen “ekolojik ürün”lere değer biçemiyoruz. “Şu dükkanda ekolojik bal satılıyorymuş, bu manav ekolojik elma satıyormuş”un peşine düşenler, doğal hayata, insan sağlığına herkesten daha çok önem verenler tabii ki.

Geleneksel Üretim Biçimleri

Doğallıktan uzak, katkı maddesi içeren ürünlerin etkisiyle sağlığımızda gözle görülür olumsuzluklar ortaya çıktığı aşikar! Bu nedenle de günümüzde ekolojik ürünlerin tüketimine ve geleneksel üretim biçimlerine doğru hızlı bir geçiş yaşanıyor.

Organik olarak yetiştirilmiş kuruyemiş çeşitleri, ekolojik tahıl çeşitleri, organik zeytin, zeytinyağı, firik, maş fasulyesi, soya ürünleri, saf bal çeşitleri, arı sütü, polen, bitkisel çaylar, baharatlar, sabunlar ve ekmek çeşitleri açılmış özel butik dükkanlarda, marketlerde tüketicinin beğenisine sunuluyor.



hayata dair

Ekoloji; canlı organizmaların birbirleri ve çevreleri ile olan ilişkilerini inceleyen. Ekoloji, bir dizi felsefe, doğal ve toplumsal bilimi bir araya getirerek doğayı bir bütün olarak inceleyen çok geniş bir temayı içeriyor. Bu tema, bütün canlıların birbirleri ile olan bağımlılığı... Bir başka deyişle, canlı yaşamının sağlıklı ve iyi bir şekilde devamlılığı doğal dengeye bağlıdır.

Bu açıdan yaklaşıldığında da doğal dengeyi bozmadan, çevreyi kirletmeden, insanlarda ve diğer canlılarda (zehir) etki yapmayan temiz ürünler üretmeye ve tüketmeye yönelik amaçlar çerçevesinde gerçekleştirilen üretim sistemine ya da üretim sırasında suni gübre ve kimyasal ilaç kullanılmadan üretilen ürünler ekolojik olarak tanımlanıyor.

Ekolojik tarım ve bu tarım tekniği ile üretilen ürünlerin çevreye ve insan sağlığına pek çok faydası bulunuyor:

- Hava, su, toprak kirliliği önlenir.
- Zararlı kimyasal ilaçların ve gübre-

lerin kullanımı sonucunda doğada meydana gelen tahribatı önler

- Eko-tarım sayesinde çiftçinin çevre dostu tekniklerle ilgili bilgisi artar ve bu çerçevede bilinçli tarım uygulamalarında artış görülür.
- Kimyasal ve hormonal ilaç kullanılmadığı için, tüm ürünler aroma yönünden lezzetli ve sağlıklıdır.
- Toprağın bilinçsiz kullanımı sonucu çoraklaşmasını ve erozyona uğramasını önler.

Bunları Biliyor musunuz?

- **Atkuyruğu**'nun akciğeri güçlendirdiğini ve kanı temizleyici etkilere sahip olduğunu,
- **Ayrıkotu Kökü**'nün bronşları rahatlatıldığını,
- **Biberiye**'nin kramp çözücü, anti-depresan ve antiseptik özelliklerini,
- **Civanperçemi**'nin adet kanamalarını dengeleyici ve menapoz sıkıntılarını giderici/azaltıcı etkileriyle özellikle bayanların baştaacı olan bir bitki



olduğunu,

- **Fesleğen**'in mideyi rahatlatıcı ve gaz söktürücü özellikleri sayesinde mide rahatsızlıklarının bir numaralı düşmanı olduğunu,
- **Ihlamur**'un sinir sistemini güçlendirdiğini,
- **Kediotu Kökü**'nün uyku getirici, şişkinlik giderici ve sinir yatıştırıcı etkilere sahip olduğunu,
- **Lavanta Çiçeği**'nin vücuttaki şişkinlikleri giderdiğini, antibakteriyel ve antiseptik olarak kullanıldığını,
- **Sarıkantarın**'un iltihap giderdiğini ve daha birçok yarayı iyileştirdiğini,
- **Zencefil**'in uyarıcı, gaz söktürücü, terletici ve antiseptik özelliklere sahip olduğunu ve aynı zamanda grip ve soğuk algınlığına da iyi geldiğini...

TEMA Vakfı'ndan Ekolojik Ürünler

Koç Holding'in toplumsal sorumluluk anlayışı kapsamında destek verdiği vakıflardan biri olan **TEMA Vakfı**, ekolojik tarım felsefesini yaygınlaştırmak ve ekolojik tarımı desteklemek amacıyla 2000'in ikinci yarısında başlattığı çalışmalarla 19 çeşit kurutulmuş meyve ve bakliyatın oluşan ekolojik ürünü tüketicilerin beğenisine sunuyor. Bu yıl içerisinde ürün gamını zenginleştirmeyi hedefle-



yen Tema, bu yıl içerisinde taze meyve ve sebze ürünlerinin de satışını gerçekleştirecek.

TEMA Vakfı tarafından satışa sunulan ekolojik ürünler, İsviçre, Almanya ve Türkiye'de bağımsız bir kontrol organı olan **IMO** (Institut Für Marktökologie) tarafından sertifikalandırıldı. IMO müfettişleri, ilgili ürünün veya işletmenin üretiminden başlayıp, son aşamasına kadar (paketleme) olan tüm kontrollerini yapıyor ve sertifikalandırıyor. Sanal ortamda, **www.e-bebek.com** adresinden online satın alabileceğiniz Tema ekolojik ürünlerine aynı zamanda, İstanbul genelinde Makro Mağazaları ve 3M Migros'larda da beğeninize sunuluyor.



Kurum Dergisi Ne İşe Yarar?



Ülkü S. Osmanoglu
sadakatının- yaratılmasına katkı sağlamak ve çalışanlarla en sağlam iletişimi kurmanın değerli bir yolu olduğu için.

Eğer kurum içine yönelik olmayan ama bir kurum yayını olma özelliğini taşıyan “müşteri dergileri”nden söz edecek olursak bu kez de yanıt tek olacaktır:

Müşteri bilincinin -dolayısıyla sadakatının- yaratılmasına katkı sağlamak ve müşterilerle en sağlam iletişimi kurmanın değerli bir yolu olduğu için.

Bir İlişki “İnşa Etmek”

Kurumu yönetenler açısından bakıldığında çalışanlarla “bir ilişkiyi inşa etme”nin neleri içerdiği ve inşa edilen bu ilişkinin uzun vadeli yararları üzerine pek çok yaklaşımdan söz etmek mümkün. Eğer iki ayrı mecrada yol alan, çalışanlar ve müşteriler için çıkarılan dergilerden söz ediyorsak, bu “ilişki inşa etme” boyutunu müşteride davranış değişikliği yaratabilme yolundaki en önemli araçlardan biri olarak da görmek mümkün. Bu kez müşteri ile ilişki inşa etmenin uzun vadeli yararlarından söz etmeye başlanır ki, aslına bakarsanız bu hedefe doğru yol alan bir otobüs, pazarlama biliminin şöhret kazanmış, nam salmış tüm duraklarından geçecek demektir. İşte o zaman müşterilere yönelik olarak hazırlanan bir kurum dergisi, stratejik pa-

zarlama iletişiminin en muhteşem araçlarından biri olup çıkacaktır.

Her Üç Tüketiciden Biri

Avrupa Yayın Kuruluşları Birliği’nin (APA) araştırmalarından birinin sonuçları her üç tüketiciden birinin, kurum dergilerini, şirketlerin pazarlama yöntemlerinden daha “sempatik” olarak gördüklerini ifade ettiklerini ortaya koyuyor. Söz konusu araştırmanın başlığı da ilginç: “Müşteri dergilerinin Etkililiğinin Değerlendirilmesi”

İster çalışanlara, ister müşterilere yönelik olarak hazırlansın tüm kurum dergileri, kurumun iş hedeflerine hizmet etmek amacıyla yola çıkarlar ve her ikisinde de dergi yatırımını çalışanlar veya müşteriler açısından anlamlı kılan tek bir ortak duygudan söz etmek mümkündür: Önemsenmek duygusu.

Başlıbaşına Bir Uzmanlık

Hitap edilen kitleyle duygu bağıni kurabilmek başlı başına bir uzmanlık gerektiriyor ve bu uzmanlık özellikle ülkemizde çok yeni gelişen bir disiplin olarak karşımıza çıkıyor. (“Kurum yayıncılığı”, yayıncılık sektörünün bir kolu olarak ülkemizde yeni yeni gelişmeye başlıyor ve bu uzmanlık dalında kendini yetiştirenler, sektörün içinde “çöpe atılan” pek çok kurum dergisine bakarak bugüne kadar yine “çöpe atılan” milyarların tutarı hakkında bir araştırma yapıp yapılmadığını merak ediyor.)

Aileden Biri Olabilmek

Açıp kapattığımız bu çöp parantezinden sonra “önemsenen kişi”nin,

önemsendiğini hissettiği andan itibaren kendisini “aileden biri” olarak gördüğünü rahatlıkla söyleyebiliriz. “Aileden biri” her durumda aidiyet duygusunun samimi yönlendirmesiyle kurumun “elçi”si olacaktır. İster çalışan, isterse de müşteri olsun. Sporda “takımdaş”, dünyada “vatandaş” ve sivil toplum örgütleriyle, iş hayatında “kurumdaş”lık duygusunun özünde yatan “gönüllü elçilik”in stok maliyetini kolay kolay hesaplayamayacağımızı belirtmeden geçmeyelim.

Hayallerimiz ve Beyinlerimiz

Gönüllü elçilik, bireylerin hayallerinde ve beyinlerinde bulunur ve maddi karşılığına değer biçmek zordur; hatta mümkün değildir.

Kurum dergileri, kuruma “değeri” ölçülemeyen bu “değeri” kazandırabilecek, çalışanı veya müşteriye “gönüllü elçi” kılacak olan o uzun yolda, çok şirin ve sempatik bir soluklanma mekânıdır. Sayfalarına yansıyan emeğin sıcaklığını, dokunduğunuzda hissettiğiniz bir soluklanma... Ve elbette okurun, puzzle’in tümünü, o büyük resmi görmesini mümkün kılan muhteşem bir iletişim aracı.

Ülkü S. Osmanoglu

Bizden Haberler Dergisi Editörü