

Ekonomilerin Can Damarı: KOBİ'ler

Kobiline'dan Türkiye'deki KOBİ'lere
Büyük Destek

Koç Holding 40 Yaşında



Koç Holding Yönetim
Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç:
"İddialı Olduğumuz Sektörlere
Odaklanacağız"

Koç Holding'de Yeniden Yapılanma



İçindekiler

Küresel Vizyon

4

- Koç Holding 40 Yaşında
- Ram Dış Ticaret ve Koç Topluluğu'nun Irak'taki Yatırımları
- Ekonomilerin Can Damarı: KOBİ'ler

Sektörel Vizyon

16

- Düzey Pazarlama Genel Müdürü Demir Aytaç
- Koç Allianz'da Bireysel Emeklilik
- Koç-Ata-Sancak GAP'ı Beslemeye Devam Ediyor

İnsan Kaynakları

30

- Gelecek Genç Liderlerin

İletişim

34

- Bir Dünya Başkenti: Cenevre

Birlikte Başarmak

36

- Arçelik Konya Bayii İsmail Hakkı Kolat

Hayata Dair

38

- Pakize Suda: "Arçelik Benim İçin Vazgeçilmez Bir Marka"

- Koç Topluluğu

- Başkanları ve Burçları

Serbest Kürsü

42

- Mari@a Bir Yaşında

Yeni yıla yaklaşırken yıllık hedeflerine doğru hızla yol alan Topluluk şirketlerimiz, yoğun bir çalışma temposuyla Kasım ayını da geride bıraktılar. Kasım ayı **Koç Holding** açısından da önemli bir aydı. 20 Kasım 1963'te **Vehbi Koç** tarafından kurulan Koç Holding, 40 yaşına bastı. Vehbi Bey'in holdingin ilk toplantısında yapmış olduğu tarihi konuşmayı ve tam 40 yıl sonra Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**'un sorularımıza verdiği yanıtları sayfalarımızda bulabilirsiniz.

Koç Holding yönetimindeki organizasyon, üst yönetimdeki 60 yaş uygulaması nedeniyle yeniden yapılandırıldı. Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanımız **Cengiz Solakoğlu**, Fiat Grubu Başkanımız **Aydın İ. Çubukçu**, Stratejik Planlama ve İnsan Kaynakları Başkanımız **Mehmet Ali Berkman** ve Denetim ve Mali Grup Başkanımız **Nadir Özşahin**, 31 Aralık 2003 tarihinde hizmet bayrağını devredecekler. Topluluğumuza uzun yıllar başarılı hizmetleriyle büyük katkılar sağlayan, 4 değerli başkanımıza sağlık ve mutluluk dileriz. Göreve yeni gelecek olan isimler ise arkalarındaki 55 bin Koç Topluluğu çalışanının gücünü hissedecekler. Nöbet değişimiyle birlikte 1 Ocak 2004 tarihinden itibaren geçerli olacak yeni organizasyonla ilgili bilgiler de sizinle paylaşmak isterim:

- Turizm ve İnşaat Grubu ikiye ayrılarak, turizm şirketleri Tüketim Grubu Başkanlığı'na, inşaat şirketleri Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanlığı'na bağlanıyor.
- Bu değişiklikle birlikte Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanlığı'nın adı Dayanıklı Tüketim ve İnşaat Grubu Başkanlığı, Tüketim Grubu Başkanlığı'nın adı da Tüketim ve Turizm Grubu Başkanlığı olarak değiştiriliyor. Dayanıklı Tüketim ve İnşaat Grubu Başkanlığı'nı Dr. **Bülent Bulgurlu**, Tüketim ve Turizm Grubu Başkanlığı'nı da **Hasan Yılmaz** yürütecek.

ğ'ını da **Hasan Yılmaz** yürütecek.

- Denetim ve Mali Grup Başkanlığı Denetim Grubu Başkanlığı olarak yeniden yapılıyor; denetim ve vergi dışında kalan fonksiyonlar Finansman Grubu Başkanlığı'na ve Denetim Grubu Başkanlığı da Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanlığı'na bağlandı. Denetim Grubu Başkanlığı'na **Ali Tarık Uzun** atandı.

- Fiat Grubu Başkanlığı'na bağlı bulunan Tofaş AŞ, doğrudan CEO'ya, diğer grup şirketleri ise Yan Sanayi ve Diğer Otomotiv Grubu Başkanlığı'na bağlandı.

Yeni görev ve sorumluluklar üstlenen arkadaşlarımıza başarılar dilerim.

Uluslararası Platformda 30 Yıllık Bir Başarı Öyküsü

Mustafa V. Koç'un deyimiyle "global pazarda hizmet veren bir finansman akrobati" olmasını dilediğimiz **Kofisa**'nın Cenevre'de kutladığı 30. kuruluş yıldönümüyle ilgili haberimizi, dünya ticaret politikalarına yön veren zirvelerle tanıştığımız bir kent olan Cenevre'yi merceğimizin altına alarak oluşturduk.

Ulusumuzun Başı Sağolsun

Geçtiğimiz günlerde İstanbul'da çeşitli yerlere düzenlenen bombalı saldırılar, tüm vatandaşlarımızı derinden üzdü. Bu menfur olayda Topluluğumuzun bir çalışanını kaybetmenin derin üzüntüsünü yaşıyoruz. 15 Kasım'da meydana gelen patlamada hayatını kaybeden Koçbank Nuruosmaniye Şubesi Krediler Müdürü **Ahmet Özdoğan** ve eşi **Berta Özdoğan**'ın şahsında yitirdiğimiz tüm vatandaşlarımızın yakınlarına sabır dileriz. Hepimizin başı sağolsun. 🙏

Hasan Bengü

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı

BİZDEN HABERLER

KOÇ HOLDING A.Ş. AYLIK YAYIN ORGANI

Yazışma Adresi: Bizden Haberler Nakkaştepe, Azizbey Sok. No: 1 81207 Kuzguncuk-İstanbul

Tel: (0 216) 531 03 86

Fax: (0 216) 343 15 37

İnternet: <http://www.koc.com.tr>

e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr

Aralık 2003 Sayı: 309

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına F. Bülend Özyaylı

Genel Yayın Yönetmeni: Hasan Bengü

Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil

Editör: Ülkü S. Osmanoglu

Sanat Yönetmeni: Nihal Atepe

Yayın Kurulu: Can Kaya Isen, Şeniz Akan, Burak Tezcan, Sema Uludağ

Yapımcı: Keşişim 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.

Bizden



Türk Sanayiinin
Gerçek Kilometre Taşı

Koç Holding 40 Yaşında

24 Şubat 1964'te
Koç Holding Birinci
Umum Toplantısı'nda
yaptığı konuşmada
Koç Holding'in kuruluş
sürecini anlatan
Vehbi Koç, şöyle
 demişti: "Koç Holding'i
kurmanın, müesseseyi
şahsımla kaim olmaktan
çıkarmanın en doğru
yol olacağı kanaatine
vardım"

Bu yıl Koç Holding'in kuruluşunun 40. yıldönümü. Bundan 40 yıl önce, 20 Kasım 1963'te Vehbi Koç tarafından kurulan Koç Holding, kurumsallaşma yolunda atılan çok önemli bir adımdı. Vehbi Koç, şirketler daha fazla büyümeden temelini sağlamlaştırmak, şirketlerin birbiriyle bağlantısını güçlendirmek, modern yönetim prensipleriyle yönetilmelerini ve en önemlisi sürekliliklerini sağlamak istiyordu. Aşağıda Vehbi Koç'un, 24 Şubat 1964 tarihinde yapılan Koç Holding Birinci Umum Toplantısı'nda yaptığı konuşmanın tamamını sunuyoruz

Muhterem Hissedarlar;
Bugün 24 Şubat Pazartesi saat 15.00'dır.
Burada 12 Aralık 1963 tarihinde Resmi
Gazete'de ilân edilen, yılbaşına kadar 20
günlük bir tarihi olan Koç Holding şirketi-
mizin normal umumi heyeti olarak toplanmış bulunuyo-
ruz. Bu vesile ile huzurunuzda bir konuşma yapmak üzere
çıkışmış bulunuyorum.

Ticari hayatımın en mühim saatlerini yaşıyorum.

1916 senesi sonbaharında Koçzade Mustafa Rahmi olarak
Ankara'da Karaoğlu Çarşısı'nda, evimizin altında, 120 lira
sermaye ile bakkaliye eşyası satmak üzere babamın namına
başladık. Bu dükkân, seneler geçtikçe işgal mevzuunu de-
ğiştirerek, 1926 senesinde bu işi yapabileceğime inanan mer-
hum pederim tarafından namıma çevrildi. Ticaret Odası'na
tescil edildi ve Koçzade Ahmet Vehbi olarak işe başlandı.

Her sene biraz daha ileri giden işimi bir anonim şirket yap-
maya karar verdim. Mühassıs arkadaşlarla istişare ederek
firmayı üzerime aldıktan 11 sene sonra yani 1937

Temmuz'unda Koç Ticaret Anonim Şirke-

ti'ni kurduk. Faaliyete geçen şirketi-
miz kıymetli mesai arkadaşlarımla
yardımı ile her sene biraz daha
ileri gitti. Aynı zamanda ka-
zandığım bu paralarla ano-
nim ve limited şirketler
kurduk.

Bir taraftan çalışıyor, diğer
taraftan iç ve dış memle-
ketlerde benden evvel ku-
rulmuş firmaların durum-
larını tetkik ediyordum.

Türkiye'de benden evvel ve
benim zamanımda kurulmuş
birçok firmalar, bu arada Ab-
durrahman Naci Demirağ, Bekir
Kara, Avunduk, Ali Albayrak gibi mü-
esseseler kurucularının ölümünden sonra
yıkılıp gitmişlerdir.

Avrupa'nın büyük firmalarının uzun seneler nasıl ayakta
durdıklarını tetkik ettim. Müesseseyi şahsımla kaim olmak-
tan çıkarmanın en doğru yol olacağı kanaatine vardım.
1948'den itibaren mali ve hukuki kanunlarımızı tetkik ettir-
dim. Çift Stopaj, bir holding kurulmasına; holdingi içerisine
alan bir vakıf ise Medeni Kanunumuza uymadığından yıllar-
ca hususi bir kanun çıkarılması için uğraştık, muvaffak ola-
madık. En nihayet 1961 senesinde Çift Stopaj'ın kalkmasıyla
holdingi kurmak teşebbüsünü hızlandırdık ve kurduk.

Düşündüğümüz vakfı ancak hususi bir kanun çıktığı takdir-
de kurabileceğiz. Bu çıkıncaya kadar da şahsıma ait holding
hisselerinden 5 milyon liralık hisse senedi vermek suretiyle,
bunların gelirleri ile hayır işlerine devam edilecektir.

Holdingi kurmaktaki maksatlarımızdan en mühimleri:

- Ölümünden sonra bu kadar emekle meydana gelen bir
teşkilatı yaşatmak,

- Bugün çalışanlara, yarın çalışacaklara hisse senetleri sat-
mak suretiyle müesseseye bağlamak,
- Holding içinde sosyal hususlara ehemmiyet vererek işten
ayrılanların istikballerini temin etmektir.

Şahsen bu Holdingi kurmakla çok meşguldüm. Bugün şu bi-
nada 48 kişilik kurucu ortaklardan teşekkül eden umumi
heyetin yarın binlerce azası olacaktır. Koç Holding çok iler-
leyecek, Türkiye'nin en büyük hususi sektörünü temsil eden
bir müessese olacak, memlekete faydalı olduğunu gören
halk ve hükümet Koç Holding'i tutacak, bunlardan daha
mühimi, bizden sonra geleceklere örnek olacak ve birçok
holdingler kurulacak, bu memleket ileri gidecektir.

İşte dünya çapında Siemens müessesesinin ilk başladığı se-
nenin bilançosu. O da bizim gibi o günün devrine göre ufak
bir sermaye ile işe başlamıştır. Biz de ufak bir sermaye ile işe
başladık; biz de ileri gideceğiz. Holdingin kuruluşunda bir-
kaç arkadaş müstesna büyük ekseriyet bana müzahir olmuş-
lardır. Kendilerine teşekkür ederim.

İnsanlar fani. Ben de bir gün şu veya bu şekilde

bu işin başından ayrılacağım. Bilhassa ku-
ruluşundan on seneye kadar geçecek
müddet zarfında hanıma, ço-
cuklarıma, damatlarıma ve o
günkü idareci arkadaşlarıma
çok mühim vazifeler düş-
mektedir. Ben 17 yaşım-
dan itibaren, 46 sene ge-
celi gündüzlü çalıştım,
bu hale getirdim. Şimdi
sizlere teslim ediyorum.
Eğer bizlerin, benim ile-
lebet huzur içinde kalma-
mızı istiyorsanız bu mües-
seseyi devam ettirirsiniz.

Ufak tefek kaprisler uğruna bu
müesseseye yıkılmasın. Şahsi dü-
şüncelere, kaprislere kapılarak bece-
riksiz, kabiliyetsiz adamları işbaşına getir-

meyiniz. Bütün şirketler kabiliyetli insanların

omuzlarında yükselmektedir. Bugün çalıştığımız Ford, Si-
emens, General Electric gibi müesseseler en büyük misaldir.
Bu gibi müesseselerin gittikleri yoldan gidiniz.

1954 senesinde Yalova toplantısındaki fikirlerimi ancak on
senede tahakkuk ettirebildim. Buna da şükür. Şirket bünye-
sinde yapılması icap eden daha çok iş vardır. Bunları da bir
an evvel tahakkuk ettirmek hepimizin vazifesidir.

Holdingin kurulmasında Genel Koordinatörümüz sayın
Hulki Alisbah başta olmak üzere, baylar **İsak Eskinazi**,
Aydın Ahıska ve bayan **Filiz Ofluoglu**'nun büyük gayret-
leri olmuştur. Bu arkadaşlarıma huzurlarınızda teşekkür et-
meyi bir borç bilirim.

Eğer müsaade buyrulursa bu konuşmamın ve alınan fotoğ-
rafların Holding'in bu tarihi gününde zapta geçmesi için
umumi heyetinizin karar almasını teklif ediyorum. Hepinize
sevgi ve saygılarımı sunarak sözlerime son veriyorum. 🙏



Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç:

“İddialı Olduğumuz Sektörlere Odaklanacağız”

“Gelenekten aldığı gücü, geleceğe taşıyan Koç Holding’in hedefi, iddialı olduğumuz sektörlerle odaklanıp, en güvenilir ve tüketiciye en yakın Topluluk olmaktır...”

Koç Holding’in kuruluş döneminin, 40 yıl önceki yapılanmayı günümüzden bakarak nasıl değerlendirebiliriz? Vehbi Koç, 1963 yılında Türkiye’de ilk kez bir holdingin kuruluşuna ön ayak olarak büyük bir öngörüyü ortaya koymuştu. Bu ileri görüşlülüğü nasıl yorumluyorsunuz? 1963 yılındaki holdingleşmeyi ülkemiz ekonomisi ve Koç Topluluğu açısından bir dönüm noktası olarak görmek gerekir. 1926’dan bu yana var olan Koç Topluluğu, “Türkiye’nin ilk holdingi” olarak kurulduğunda, özel sektörümüzün uluslararası standartlarda rekabet gücünün yok denecek kadar az olduğunu unutmamalıyız. Samimi olmak gerekirse, holdingleşmek 40 yıl önce Türkiye için çok ileri bir adımdı. Bu adımın atılmasını o günün koşulları içinde değerlendirdiğimizde “Koç Holding örnek olacak ve bu memleket ileri gidecek” diyen rahmetli Vehbi Koç’un konuya odaklanışı, içtenlikli ısrarı, yaratıcılığı ve disiplini daha iyi anlaşılabilir.

Koç Holding’in bundan 40 yıl önce kurulmasıyla tohumları atılan başarı, “disiplin ve yaratıcılık” kavramlarının buluşmasıyla ortaya çıkmıştır. Topluluğumuzun bu 40 yılda ulaştığı nokta ise, bu başarının iddialı olunan sektörlerde odaklanarak yoğunlaştırılmasıyla mümkün kılınmıştır.

Geçmiş 40 yıldaki başarımız gelecekteki 40 yılda yaşayacağımız başarıların teminatı olmuştur. Koç Holding’in 40 yıllık öyküsü, bugün önümüze koyduğumuz dünyanın büyük şirketleri arasında yer alma hedefine elverişli bir altyapının hazırlığıdır.

• O dönemde atılan böyle bir adım Türk ekonomisi adına

nasıl bir sonuç ortaya koydu?

O dönemde, holdingleşmenin tüm ekonomik, sosyal ve idari yönleri ile anlaşılmış olduğunu söylemek pek doğru olmaz. Holdingleşme sürecinde Türkiye’de bir ilki gerçekleştiren Koç Holding, yalnız ekonomik yapılanma açısından değil, bürokratik engellerin aşılması ve kurumsallaşma sürecinin ilk kilometre taşı olması itibarı ile Türk sanayiindeki ayrıcalıklı ve özgün yerini koruyacaktır.

• Holding’in kuruluşundan 40 yıl sonra; bugün gelinen noktayı nasıl değerlendirdiğinizi ve gelecekle ilgili düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz? Gelenekten aldığı gücü, geleceğe taşıyan Topluluğumuz, bugün bilgiyi anında paylaşabilen ve küreselleşen bir dünya pazarında söz sahibi olmak için iddialı olduğu sektörlerle odaklanan bir güç olmayı hedeflemektedir. “En güvenilir ve tüketiciye en yakın Topluluk olma” sözümüzü bundan sonra da tutacağız.

Bildiğiniz gibi geçtiğimiz yıllarda geliştirdiğimiz stratejik plan, gelirlerimizin önemli bir bölümünün Türkiye dışından elde edilmesini öngörüyor. Geçtiğimiz iki yılda bu kararımız doğrultusunda önemli adımlar attık. Yurt dışı gelirlerimizi 2002 yılında %46, 2003 yılında da %31 artırdık. İhracat bizim için bundan sonra da esas olacaktır. Bir yandan yurtiçi pazarda rekabetçi avantajımızı sürdürürken diğer yandan da uluslararası faaliyetlerle döviz gelirlerimizi artırmaya devam edeceğiz. 40 yıl içinde geldiğimiz noktayı özetleyebildiğimi saymıyorum.

Koç Holding’in 40 yıl boyunca daima ilerici, örnek ve lider bir kurum olmasında, kamuoyunun gözünde daima lider ve en iyi olan imajını başarı ile koruyabilmesinde temellerinin sağlamlığının çok büyük payı vardır.

Zemin sağlamdır; vizyon sağlıklıdır, hedeflere ve güçlü olduğumuz sektörlerle odaklanılarak, disiplinli bir yaratıcılıkla ve her gün verimliliğimizi artırarak çalışılmaktadır. Önümüzdeki 40 yıl Koç Holding’in ekonomiye damga vuracağı bir dönem olacaktır. 🌟



Ram Dış Ticaret Genel Müdürü Halil Gülçur:

“Türk Sermayesi Irak’a Çok Çabuk Girebilir”



Ram Dış Ticaret Genel Müdürü Halil Gülçur Koç Topluluğu’nun Irak’a yapılan yatırımlarda büyük bir rol oynadığını belirtiyor ve ekliyor: “Koç Grubu olarak, savaş sonrası Irak’a yapılan ihracatta çok büyük bir rol oynadık. Türkiye’nin yapmış olduğu ihracatın yaklaşık %33’ünü Koç Grubu yapmıştır.”

Irak, savaşın ardından yatırımlar açısından da sıkıntılı bir dönem yaşıyor. Ticari standartların henüz oluşmadığı bölgedeki yeniden toparlanma döneminde Koç Topluluğu şirketleri de yatırımlarda dinamo vazifesi görmeye başladılar. Topluluk şirketlerinin Irak’taki faaliyetlerini, bölgedeki son durumu ve bu durumun ekonomiye etkilerini Ram Dış Ticaret Genel Müdürü Halil Gülçur ile konuştuk

Irak’taki mevcut durum, Irak ile olan ticareti nasıl etkiledi?

Irak’taki mevcut durum çok fazla beklemediğimiz bir durum değil. Savaşın hemen sonrasında Amerika’nın çok daha hazırlıklı olacağını ve devlet mekanizmasını çok çabuk devreye sokacağını, ihtiyaç olan altyapıyı çok çabuk oluşturacağını ve halka belirli bir refah getireceğine inanıyorduk. Fakat gelişen günler içinde durum böyle olmadı. Amerika’nın bu konuda çok fazla hazırlıklı olmadığı görüldü. Halkın istediği yaşam standartlarına kavuşamaması tepkilere yol açtı. Dolayısıyla organize direnç daha da büyümeye başladı. Bu durum Irak’ta düzenli bir ortama geçilmesini hem geciktiriyor, hem de sıkıntılar yaratıyor. İşadamları olarak özellikle yabancı bir ülkede iş yapmanın en önemli koşulu, o ülkede belli ticari standartların oturmuş olmasıdır. Ancak bu standartlar Irak’ta kesinlikle oturmamış vaziyette. Geçen günler içinde, yabancı yatırımcılar kanunu ve yabancı sermaye koruma kanunu çıkarttılar. Ama ülkede güvenlik ve güvenilir sigorta olmadığı zaman, mahkemeler istediğiniz gibi işlemiyorsa, alacaklarınızı zamanında tahsil edebilmenizi sağlayan bir mekanizma yoksa, o ülkeye yabancı yatırımcı ya da işadamları olarak gitmek zor. Dolayısıyla savaş sonrasında Irak’taki ticari hayat çok menfi şekilde etkilemiş vaziyette.

• Türkiye Irak’taki kaynağı ve ticaret potansiyelini yeterince değerlendirebiliyor mu?

Irak’taki yatırım imkânlarını Türkiye ne yazık ki hiç kullanmamıştır. Bu imkânları, Irak’ta eşi, dostu, ak-

rabası olan Arap sermayesi halihazırda değerlendiriyor. Bence Türk sermayesi Irak’a çok çabuk girebilir ve çok güzel noktalara gelebilir. Önümüzdeki dönemlerde biz Irak’tan çok ümitliyiz. Irak, Türkiye için büyük bir şanstır ve Türkiye ekonomisi için büyük bir kurtarıcıdır. Irak’ın orta vadede Türkiye ekonomisine katkısı pozitif olacaktır; uzun vadede ise Türkiye ekonomisinin temel taşlarından birisi olacaktır. Dubai’nin 15-20 sene evvelki hali, şimdi ki Bağdat, yani Irak’tır. Ama petrol ve doğal kaynaklar kuvvetli olduğu sürece, hiçbir zaman Batı’nın ilgisi Irak’tan eksilmeyecek, hatta artarak devam edecektir. Batı’nın ilgisi ve amacı olduğu yerde mutlaka kredi kaynakları olacaktır ve Batı sermayesi gelecektir. Her zaman şunu söylüyorum: Bugün hiçbir yabancı ülke, özellikle işgal kuvvetlerini destekleyen yabancı ülkeler, kendi insanını, mühendisini, işadamlarını Irak’a götürüp bir iş yapamaz. Onların oraya varmasına, bir hizmet vermesine, sokakta gezmesine imkân yok. Doğal olarak kullanılacak olan özellikle altyapı ve müteahhitlik hizmetlerinin %80’i Türkiye’den gidecektir. Bugün Irak’ın bütün gıdası Türkiye’den gidiyor. Gıda olarak Irak’ın hemen hemen yaşam kaynağı biziz. Enerji konusunda da OPET ve Aygaz’ın çok önemli çalışmaları var.

• RAM Dış Ticaret’in Irak’taki faaliyetlerinden bahsedebilir misiniz?

Ram Dış Ticaret’in Irak’taki faaliyetleri 1979’lardan başlıyor. O yıldan beri Irak’ta bir ofisimiz var. Savaş öncesi ofisi en son kapatan yabancı şirket bizdik.



Kapattıktan hemen sonra zaten savaş başladı. Savaş sonrası da ilk ofisi açan yabancı şirket biziz. Sadece Türk şirketler için söylemiyorum. Bütün dünyada yabancı şirketler olarak ilk ofisi biz açtık. Koç Grubu olarak, savaş sonrası Irak'a yapılan ihracatta çok büyük bir rol oynadık. Türkiye'nin yapmış olduğu ihracatın yaklaşık %33'ü Koç Grubu'nundur. Bu da Irak'a verdiğimiz önemden ve ciddiyetten kaynaklanmaktadır. Holding, bize, savaş sırasında Irak ile ilgili bir organize ekibin kurulması gerektiğini hissettirdi. Bunun üzerine Irak işleriyle ilgili bir komite kurduk. Bu komite, bütün Irak'ın Koç Grubu adına politikasını çiziyor, şirketlere bilgi veriyor. Her ay toplanıyoruz. Önümüzdeki günlerde hem Irak'taki değişimler hem de Irak'taki imkânlarla ilgili konuları tartışıyoruz. Koç Grubu'nun bu konulardaki yerini tartışıp bunlarla ilgili çalışmaları yürütüyoruz.

• **Bu %33'ün içerisinde hangi sektörler daha ağırlıkta?**
En büyük ağırlık, aşağı yukarı %65-70 ile enerji sektöründe. Bunların içinde **OPET** ilk sırada. Onun hemen arkasından **Aygaz** ve daha sonra diğer Koç Topluluğu şirketleri geliyor.

• **Peki, Irak'ta, Türkiye'den hangi sektörlerle yönelik talep var?**
Irak'ta, enerjiden sonra gıda maddeleri talebi var. Bunlardan sonra, yaşamı daha da kolaylaştıracak dayanıklı tüketim malzemeleri geliyor. **Arçelik** ve **Beko** rekorlar kırıyor. Beklediğimiz çok üzerinde bir satış rakamına ulaştık. Otomotiv şirketlerimizden **Otokar** otobüsleri, **Ford**'dan Ranger ve Explorer araçları Irak'ta satıldı ve halen satılmakta. Bunlar bizim lokomotif sanayilerimiz.

• **Irak halkının Koç Grubu'na ve Koç ürünlerine bakış açısı nasıl?**

Bizim Koç Grubu olarak Irak'ta çok eski bir geçmişimiz var. Devlet bürokratlarının hepsini çok yakından tanıyoruz. Tabii ki Saddam döneminde çalışan üst düzey yöneticilerin hepsi ayrıldı. Ama devlet bürokrasisi hâlâ yerinde. Bir ülkenin bürokrasisi, o ülkenin temel taşıdır. Irak'ta politikacılar değişir ama bürokratlar kalıcıdır. Dolayısıyla bürokratlar ile olan ilişkimiz çok iyiydi. Onlar bizi çok iyi tanıyorlardı. Şimdi de Irak yönetiminin büyük kısmında bürokratlar var. Politika kısmında, geçici hükümet tarafından bakanlar atanmış olsa da, devleti idare edenler bürokratlar. Onlar tarafından çok güvenilir bulunuyoruz. Koç Grubu olarak Irak'ta çok iyi bir konumda bulunuyoruz.

• **Irak özelinden baktığımızda genel olarak Irak ve Orta-doğu ülkelerinin Türkiye ile olan ticari ilişkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Savaş sonrası Irak'a yapılan sevkiyatlar

	Gerçekleştirilen sevkiyat (.000 USD)	31 Aralık 2003 tahmini (.000 USD)	Toplam (.000 USD)
OPET/KBR	110.000	65.000	175.000
Aygaz/KBR	33.424	27.000	60.424
Arçelik/Bayiler	11.500	4.000	15.500
Beko/Bayiler	4.485	1.000	5.485
RAM	3.650	1.250	4.900
TAT	2.000		2.000
Migros	1.700		1.700
Otoyol/Bayiler	632		632
TOPLAM	167.391	98.250	265.641



Ortadoğu dendiği zaman, hâlâ kaynayan bölge, çoğu Batı'nın korkarak yaklaştığı bir bölge akla geliyor. Bir türlü Ortadoğu'dan kriz eksilmedi, problem çözülemedi. Kısa vadede de çözülebileceği yok gibi.

Ticaretimize baktığımız zaman Suriye ile olan ticaretimiz çok küçük. Beklenenin çok altında, fakat, Suriye'deki rejim değişikliğinden sonra ilişkilerimiz gelişiyor. Ticaretimizde de ciddi bir gelişme olacağına inanıyorum. Bunun ilk meyveleri de geçen sene ve bu sene rakamlarda gözüktü zaten. Irak'tan sonra İran var. İran; nüfus, alım gücü ve sanayi açılarından dev bir ülke. Bizim için çok önemli bir komşu. İran ile olan ilişkilerimiz maalesef politik olarak aşırı derecede yıprandı. Dolayısıyla ticari boyutlarda da bu yıpranan ilişki hiçbir zaman istenen noktaya gelemedi. Halbuki bundan 10 sene önce İran ile ticari açıdan çok daha iyi bir noktadaydık. Fakat son zamanlarda Devlet Bakanı **Kürşat Tüzmen** ile İran'a gitme şansı buldum ve orada Türkiye'nin İran ile yapabileceği büyük işler olduğunu gördüm. Bununla ilgili olarak taraflar anladığım kadarıyla bir konsensusa varmış durumdalar. Karşılıklı olarak gümrük duvarları düşürülecek. Bu da her iki ülkeye çok ciddi bir iş imkânı getirecek. İran'ın sanayisi, Türkiye'nin 1970 yılı sonlarındaki sanayisine benziyor. Her şeyi yapı-

yorlar fakat, finishing ve kalite olarak istenen standartlarda değiller. Dolayısıyla geçen 15-20 sene içinde çok güzel bir noktaya gelen kalitemiz ve finishing'imiz, İran'ın sanayi potansiyeli ile birleşirse, İran'da çok güzel işler olabilir. İran'ın bunu en güzel alabileceği yer Türkiye'dir. Bu nedenle, atılan bu güzel adımların devam etmesi durumunda karşılıklı ticaret hacmimizin kısa vadede %100'e, orta vadede de %200'e katlanacağına inanıyorum. Diğer tarafta tabii ki Türkiye Cumhuriyetleri var. Ermenistan ile ilişkilerimiz hemen hemen yok gibi. Aramızdaki hudut kapısı kapalı. Demiryolu hattımız da çalışmıyor. Gürcistan ile olan ilişkimiz artık ticari. Gürcistan topraklarını Orta Asya'ya ulaşımda bir ticari yapı olarak kullanıyoruz ama, bu ticaret de çok düşük boyutlarda. Öbür tarafta Rusya gibi bir dev var. Rusya, bizim hayal ettiğimizden çok daha çabuk gelişti, toparlandı ve dengelerini oturttu. Türkiye olarak bu işte çok öndeydik. Fakat, bunları doğru zamanda, doğru değerlendirmediğimiz için bu ticari yakınlık yavaş yavaş uzaklaşmaya başladı. Şimdi Rusya pazarı bizden bir hayli uzakta. Günümüzde, Rusya'ya daha önce girmiydyseniz, belli bir köşe başını tutmıydysanız, altyapınızı hazırlamıydysanız bu ülkeye girmenin maliyeti artık çok pahalıdır. Ama Rusya dev bir dünya pazarı. Rusya, bizim için hem alım hem satım konusunda her zaman çok önemli bir kaynaktır.

**“Bugün
Suriye de, İran da, Irak da
devletçi düzende. özel sektör ve
kapitalist sistem zaman içinde
oturana kadar devletçi düzen devam
edecek. Bu demektir ki, merkezi
alım teşkilatları, toplu alım
teşkilatları, devlet kararları ve
ilişkileri çok öne
çıkıyor.”**

• Özellikle doğu ve güneydoğu komşuları dışında, yani Irak, İran ve Suriye üçgeni düşünüldüğünde bölgedeki istikrarsızlığın ötesinde, Türkiye'nin politik olarak bölgedeki ticaretin gelişmesi için attığı adımlar var mı?

Ticaret ile politika çok birbirine girmiş durumda. Tabii ki biz siyasetçi değiliz. Ama özellikle bu tip ülkelerde, politika ile ticareti ayırmak o kadar zor ki; birbirine paralel gidiyorlar. Atılan yanlış bir adımın sonucu da o kadar yanlış oluyor. Tersine, doğru adımların gelişimi ve bize getirisi de o kadar güzel oluyor. Daha çok devletçi düzenle yönetilen ülkelerde bu tip politik gelişmeler ticarete bu denli yansıyor. Bugün Suriye de, İran da, Irak da devletçi düzende. Her ne kadar ABD serbest pazar ekonomisini oturtmaya çalışıyorsa da yıllarca sürmüş devletçi zihnin çabucak değişmesi zor. Dolayısıyla özel sektör ve kapitalist sistem zaman içinde oturana kadar devletçi düzen devam edecek. Bu demektir ki, merkezi alım teşkilatları, toplu alım teşkilatları, devlet kararları ve ilişkileri çok öne çıkıyor. Türkiye, Suriye'yle ilişkilerini çok iyi tutmak taraftan ise, Suriye devletinin alımı da o noktalarda olacaktır. Bu Irak ve İran için de geçerlidir. Dolayısıyla diğer komşularımızı bu üç ülkeden biraz soyutlamak lazım. Çünkü hâlâ devletçi düzenin hâkim olduğu rejimin ülkeleridirler. 🇹🇷

Savaş Sonrası Türkiye-Irak Ticareti

- Savaş sonrasında Türkiye ile Irak arasındaki 536 milyon dolar tutarındaki toplam ticaret hacminin yaklaşık %30'u Koç Grubu tarafından gerçekleştirilmiştir.
- Türkiye'den Irak'a yapılan ticaretin yaklaşık %70'ini petrol ve petrol ürünleri oluşturmaktadır.



Ekonomilerin Can Damarı: KOBİ'ler

Günümüzde, dünya işletmelerinin büyük çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturduğu bir gerçek. Büyük ölçekli işletmelere oranla, daha dinamik bir yapıyla, esnek karar alma mekanizmasına sahip olan KOBİ'ler, istihdam yaratma potansiyelini en iyi değerlendirebilecek işletmeler olarak dikkat çekiyor

Tablo 1:
2003 Yılı Ocak-Ekim
Aylarında KOBİ
Yatırım Teşvik
Belgelerine
Öngörülen Yatırım
ve İşletme
Kredilerinin
Bölgesel Dağılımı

Kısaca KOBİ olarak ifade edilen küçük ve orta büyüklükteki işletmeler, tüm dünyada, ülke ekonomilerine bağlı olarak farklı tanımlarla karşımıza çıkıyor. Gelişmekte olan ülkelerde KOBİ tanımında sadece çalışan sayısı belirleyiciyken, gelişmiş ülkelerde ise ciro, bağımsızlık gibi özellikler belirleyici kriterler arasında yer alıyor.

Türkiye ve Avrupa Birliği'nde KOBİ tanımları

Türkiye'de, farklı kuruluşların farklı KOBİ tanımları var. Kimi sermayesi, kimi çalışan sayısına bağlı olarak bir tanım getiriyor. Ancak özellikle ülke olarak içinde bulunduğumuz süreç göz önüne alındığında AB'nin KOBİ tanımı daha fazla önem kazanıyor. AB'ye göre KOBİ'lerin tanımı şöyle:

- 250 kişiden az işçi çalıştıran,
- Yıllık satış cirosu 40 milyon EURO'yu, arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı 27 milyon EURO'yu geçmeyen,
- Sermayesinin ya da hisse senetlerinin %25 veya daha fazlası küçük ve orta ölçekli işletmeler dışında bir işletme tarafından üstlenilmemiş olan (bağımsız) işletmelerdir.

Günümüzde, dünya işletmelerinin büyük çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturduğu bir gerçek. Büyük ölçekli işletmelere oranla, daha dinamik bir yapıyla esnek karar alma mekanizmasına sahip olan KOBİ'ler, istihdam yaratma potansiyelini en iyi değerlendirebilecek işletmeler olarak dikkat çekiyor.

KOBİ'lerin Tarihsel Önemi

Tarih boyunca da KOBİ'lerin kalkınma ve gelişme

hareketinde önemli roller üstlenmeleri, kriz ortamından kolaylıkla sıyrılabilmesi büyük işletmeler için de bir uyarıcı olmuş. Uluslararası rekabetin şiddetlenmesiyle büyük şirketlerin zarar eden yapıları, küçülmenin ve büyümeyi yavaşlatmanın daha iyi olacağı konusundaki fikirleri yaygınlaştırmış.

Japonya'da, II. Dünya Savaşı'ndan sonra başlayan ekonomik kalkınma hareketinin motor gücünü KOBİ'ler oluşturdu. 1970'li yıllardaki kriz sonrasında yapılan bilimsel çalışmalar, ABD'nin krizden daha az etkilenmesinde, ticaret ve sanayide KOBİ'lere verdiği önemin büyük etkisini ortaya çıkardı. Böylelikle, 1960'lı yılların sonuna dek devam eden büyük şirket eğilimi, bu yıllardan sonra, küçük işletme sayılarındaki artışla yer değiştirdi. 10 yılda, Japonya ve ABD gibi ekonomisinde daha fazla sayıda KOBİ'nin yer aldığı ülkelerde, örneğin İngiltere gibi sınırlı sayıda KOBİ'nin bulunduğu ülkelere oranla görülen hızlı büyüme, günümüzde de bu işletmelerin ekonomilere can verdiğini gözler önüne seriyor.

Demokrasinin Sağ Kolu

Gelişen teknolojinin de etkisiyle tüketicilerin sürekli değişen ve yenilenen ihtiyaçlarına hızla cevap verebilmek, günümüz ekonomisinin baş unsurunu oluşturuyor. Bu nedenle, geleneksel ve kalıplaşmış yapılar yerine, esnek ve dinamik üretim işleyişi önem kazanıyor. Bunun da ancak; optimum üretim ölçeği küçültülmüş, yönetim ve denetim işlevleri etkinleştirilmiş, pazara uyum kabiliyetleri artırılmış KOBİ'lerle mümkün olabileceği açıkça ortada. KOBİ'ler ekonominin yanı sıra sosyal hayatın da önemli bir unsurunu oluşturuyor. Yayıldıkları geniş alan itibarıyla bölgesel gelişmişlik farklarını

Bölge	Belge Sayısı	Yatırım Kredisi (milyon TL)	İşletme Kredisi (milyon TL)	Sabit Yatırım (milyon TL)	İstihdam (kişi)
Marmara	58	4.167.383	1.624.976	17.337.524	269
İç Anadolu	76	5.864.834	1.928.036	18.124.607	212
Ege	56	5.697.350	955.825	15.948.095	226
Akdeniz	42	2.919.515	1.214.613	10.559.049	156
Karadeniz	85	5.472.942	1.921.300	14.366.991	454
Doğu Anadolu	18	2.035.700	474.900	4.549.575	131
Güneydoğu Anadolu	41	3.534.047	1.056.573	9.919.096	275
Toplam	376	29.691.771	9.176.223	90.804.938	1.723



gidermede, mülkiyeti yaymada, istihdam olanağı sağlayıp sürdürmedeki rolleriyle KOBİ'ler, demokratik hayatı canlı tutmada büyük rol oynuyor.

AB Ekonomisinin Belkemiği: KOBİ'ler

KOBİ'ler tüm bu tanımlar ışığında sadece ülkemiz için değil, özellikle AB için de büyük önem taşıyor. Avrupa Birliği'nin

büyük önem verdiği sanayileşme, stratejisinin temelinde; küçük, seri, özel nitelikli mal üretimi; hızlı teslimat ve esneklik yer alıyor. Bu niteliklerin KOBİ'lerin özünü oluşturması nedeniyle, Avrupa Birliği çerçevesinde KOBİ'lere verilen önem gün geçtikçe artıyor. Avrupa ekonomisinin belkemiğini oluşturan KOBİ'ler, özel sektörde istihdam edilen işgücünün %66'sını ve toplam özel sektör cirosunun %60'ını temsil ediyor. Tablo

kobiline: KOBİ'lerin Online Desteği

Kobiline, 2001 yılının Haziran ayında, **Koç Holding** ve **Microsoft Türkiye**'nin liderliğinde KOBİ'lere hizmet vermeye başladı. **Koç.net**, Microsoft Türkiye, **Koçbank**, **Ernst&Young**, **Dünya Gazetesi**, **Koç Bryce**, **Logo Business Solutions** ve **HP Türkiye** olmak üzere sekiz stratejik ortakla küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik oluşturulan Kobiline, Türkiye'de "içerik ve servisler bütünü" olarak faaliyet gösteren ilk iş portalı olma özelliğini taşıyor. Türkiye'deki KOBİ'lerin mevcut durumuna bakıldığında ekonomiye katkılarının çok yüksek olmasına rağmen bilişim teknolojileri kullanımlarının yeterince yaygın olmadığı ortaya çıkıyor. Bunun başlıca sebebi bilişimin işlerine yaratacağı katma değer konusunda KOBİ'lerin yeterince bilinçli olmamalarıdır. Bu bilince sahip olsalar bile bilişim araçlarını kullanmak üzere yapılacak yatırım maliyetlerinin yüksek olması yine caydırıcı bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Öte yandan bilişim sektörü hala KOBİ'lere son derece yabancı. Yapılan BT yatırımının bir firmanın maliyetlerine veya verimine ne şekilde yansıtacağını çok net ortaya koymak gerekiyor. KOBİ'ler maliyetler konusunda son derece hassas ve yatırımın geri dönüşü onlara son derece iyi anlatılmalı. Bugüne kadar bilişim çözümleri sunan kampanyalar sadece satış hedefi taşıdığından neyi niye aldığının bilincinde olmayan KOBİ'ler bu konuda kendilerini sömürülmüş hissediyor. Kobiline'in kurulduğu 2001 yılından itibaren KOBİ'ler tarafından bu derece yoğun ilgi görmesinin nedeni KOBİ'lere sunduğu hizmetleri tamamen sosyal sorumluluğunun bir parçası olarak görmesidir. Kobiline'in sunduğu avantajlı çözümlerle bu güvensizliği kırma gibi bir misyonu da bu-

lunuyor. Kobiline hem KOBİ'lerin iş kültüründeki değişimi sağlamak üzere bu vizyonu yaygınlaştırmak, hem de vizyoner KOBİ'lere e-iş çözümlerini en hesaplı şekilde sağlamak misyonuyla hareket etmektedir.

Yaklaşık 40 Bin Üye

Kobiline platformu, KOBİ'lerin e-iş kültürüne adaptasyon hızı dikkate alınarak geliştirilmiştir. Bu süreç içerisinde Kobiline, yeni bilgi ve iletişim çağının getirdiği avantajlarla ilgili vizyonunu, Anadolu'nun dört bir yanında "Yerel Açılımlar", "Global Fırsatlar" konulu toplantılar düzenleyerek KOBİ'lere tanıtmıştır. Bu toplantıların ana faydalarından biri de, KOBİ'lerle birebir buluşup mevcut ekonomik yapı içerisindeki ihtiyaç ve talepleri saptamak ve buna yönelik çözümler üretmek olmuştur. KOBİ'lerin birbirleriyle iletişim kurmaları ve işbirliği sinerjisinden yararlanmalarını sağlayan Kobiline, yaklaşık 40 binin üzerindeki üyesi ve Kobiline üzerinden açılan 10 binlerce web sitesi ve sunduğu hizmet, içerik ve servisler bütünüyle Kobiline, e-iş'e geçişte bir köprü misyonunu üstleniyor. Türkiye'nin ve dünyanın en uzman kurumlarının KOBİ'lerle buluşma noktası olan Kobiline, güncel haberler, iş ve yönetim, mevzuat, uzaktan eğitim, yazılım kiralama, uzmanlara danışma ve Web sitesi oluşturma gibi bilgi ve hizmetler veriyor. KOBİ'leri yeni ekonomik düzenin nimetleriyle tanıştırmaya dönük hizmetlerini tümüyle ücretsiz sunan Kobiline, onların bilinçli yatırım yapmalarını sağlayacak çözümlere de kolay ve en uygun fiyatlarla ulaşmalarını sağlıyor.

Aylin M. Sönmez (Kobiline Proje Yöneticisi)



KOBİ'lerin Temel Özellikleri

- Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlaması,
- Daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam imkânı yaratması,
- Yapıları itibarıyla ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmesi,
- Talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum gösterebilmesi,
- Teknolojik yeniliklere daha yatkın olması,
- Bölgeler arası dengeli kalkınmayı sağlaması,
- Gelir dağılımındaki çarpıklıkları asgariye indirmesi,
- Ferdi tasarrufları teşvik etmesi, yönlendirmesi ve hareketlendirmesi,
- Büyük sanayi işletmelerinin destekleyicisi ve tamamlayıcısı olması,
- Politik ve sosyal sistemlerin denge ve istikrar unsuru olması
- Demokratik toplumun ve liberal ekonominin ana sigortalarından biri olması



2'de, AB'deki KOBİ'lerle ilgili değerler yer alıyor. AB ülkeleri, 2000 yılında düzenlenen Fiera Zirvesi'nde, KOBİ'lere yönelik ortak bir bakış açısı geliştirebilmek amacıyla, bir sözleşme yayınladı. Bu sözleşme, işletmelerin yaklaşık %99.78'ini KOBİ'lerin oluşturduğu AB ülkelerinde, bu alanda oluşturulacak politikalar konusunda anayasal bir nitelik taşıyor.

Türk KOBİ'lerinin AB'ye Uyumlu

Türk KOBİ'lerinin birliğe uyumu ve rekabet güçlerinin artırılması için, KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) koordinasyonunda, aday ülke statüsünde, "Çok Yıllı Program-KOBİ Genel Politikaları" belirlendi.

Çok Yıllı Program'ın öncelikli hedefleri şöyle sıralanabilir:

- KOBİ'lere yönelik yasal ve bürokratik düzenlemelerin sadeleştirilmesi,
- KOBİ'lerin finansal imkânlarının güçlendirilmesi,
- Enformasyon şebekeleriyle KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılımının teşvik edilmesi,
- AR-GE ve eğitim olanaklarının geliştirilmesi,
- Girişimci ruhunun teşviki ve özel hedef kitlelerin belirlenerek desteklenmesi.

KOSGEB'in, "Çok Yıllı Program"a paralel olarak yürüttüğü çalışmalarını ise şunlar oluşturuyor;

- Teknoloji Geliştirme Merkezleri'nin yaygınlaştırılması ve hizmetlerin iyileştirilmesi konusunda verdiği desteklerin çeşitlendirilmesi,
- İşletmelerin, bilgisayar yazılımı kullanımının desteklenmesi,
- Bilgisayar yazılımı geliştiren işletmelerin desteklenmesi, e-ticaretin yaygınlaştırılması,
- İş Geliştirme Merkezleri'nin yaygınlaştırılması,
- KOBİ'ler için yeni finansal araçlar ve modeller geliştirilmesi,
- KOBİ-NET ile yaygın bilgilendirme yapılması.

Üretimin Merkezi

Türkiye'de KOBİ'lere, işyeri-çalışan sayısı ve katma değer göstergelerinden bakıldığında, bu işletmelerin sosyal ve ekonomik dokuda işgal ettikleri önemli yer göze çarıyor.

KOBİ'lerin; ülkemiz işletmelerine oranı oldukça yüksek, istihdama oranı yüksek, toplam yatırım ve toplam üretime oranı orta düzeylerde, ihracata oranı ise kısmen düşük seviyelerde kalıyor.

- KOBİ'ler, imalat sanayiinde yer alan işletmelerin %99.5'ini oluşturuyor.
- İmalat sanayiindeki istihdamın %61.1'i KOBİ'lerde yer alıyor.
- Yaratılan katma değerde KOBİ'lerin payı ise % 27.3.

Son yıllarda tüm dünyada dikkat çekici bir gelişme gösteren KOBİ'ler, Türk ekonomisinde de önemli bir rol oynadı. Özellikle Anadolu'da ortaya çıkarak, birbirini ardına faaliyete geçen ve "Anadolu Kaplanları" olarak tanımlanan KOBİ'ler, ihracat ve üretimde önemli başarılarla imza attı.

İstihdam, üretim ve ihracat açısından ülke ekonomisinde vazgeçilmez bir yeri olan KOBİ'ler, yönetsel ve finansal sorunlarla başa çıkmaya çalışırken; bu sorunların çözülmesi ekonominin geleceği açısından büyük önem taşıyor.

Özellikle, 1997 yılında Güneydoğu Asya'da başlayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan finansal kriz ve sonrasında, 1998 yılında karşılaşılan Rusya krizinin Türk KOBİ'lerini de önemli ölçüde etkilemiş olması, Türk ekonomisinde ciddi bir problem yarattı.

Finansal Yapı

Yapılan çeşitli araştırmalar, Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin finansal yapılarının zayıf olması nedeniyle, sorunlar sıralamasında finansal konuların öncelikli olarak yer aldığını ortaya çıkarıyor. Öz-kaynakları yetersiz olan KOBİ'ler, yabancı kaynağa ihtiyaç duysa da; yabancı kaynak kullanımında da bu kez; ekonomik istikrarsızlık, kurumsallaşamama, bürok-

Temel Sorunlar

Ülkemizin ekonomik ve sosyal yapısında önemli bir yeri olan KOBİ'lerin sorunlarının başlıcaları şöyledir:

- Kredi temininde güçlük çekmeleri,
- Bankaların kredilerinden aldıkları payın düşük olması (yaklaşık % 4),
- Teşviklerden hemen hemen hiç yararlanamamaları,
- Finansman araçlarından yeterince yararlanamamaları,
- Teknoloji düzeylerinin genellikle düşük olması,
- Yurtiçi ve yurtdışı teknik ve ticari gelişmeleri izleyememeleri,
- Kalifiye eleman sıkıntısı çekmeleri,
- Gümrük Birliği şartlarında rekabet güçlerinin geliştirilmesine ihtiyaç duymaları.

ratik engeller ve faiz oranlarının yüksekliği gibi sorunlarla karşılaşılıyor. KOBİ'lerin aynı bir finansman bölümü bulunmaması ve işletmeyle işletme sahibinin bir kader birliğine girmiş olması, kredi şartlarında da etkisini gösteriyor. KOBİ'ler kredilendirilirken, işletmenin performansı ve ödeme gücünden ziyade, işletme sahibinin kişi olarak gösterebileceği teminatlara bakılıyor. Bu durumda, işletmenin iflası halinde küçük işletme sahibi, işletmesindeki varlıklarla birlikte tüm kişisel varlığını da kaybedebiliyor. Bu risk, işletme sahiplerinin kredi almaktan çekinmesine neden oluyor. KOBİ'lerde otofinansman tutarı ise büyük işletmelere göre daha düşük düzeylerde bulunuyor.

Finansal Sorunlara Çözümler, Alternatifler

Finansal sorunların azaltılabilmesi için KOBİ'lerin sermaye piyasalarından daha fazla yararlanmalarına yönelik olası çözümler ve destekler, şu şekilde özetlenebilir;

- KOBİ'lerin yer alacağı ve kotasyon koşullarının esnek olacağı tezgâhüstü piyasaların oluşturulmasını sağlamak,
- Bu piyasaların oluşturulması için yurtdışı piyasalarla stratejik işbirliği yapmak,
- Halka arz yoluyla fon sağlama olanağını tanıtmak,
- Kurumsal yatırımcılara bu şirketlerin hisse senetlerini alma olanağı sağlamak,
- Halka açılan şirketlere vergi avantajı sağlamak,
- Halka arzda bürokratik engelleri azaltmak,
- KOBİ'lerin sermaye piyasasından yararlanmaları ve bankalarla ilişkilerini kolaylaştırmak için birleşmelerini özendiren, sermaye piyasasına girmelerini sağlamak,
- Risk sermayesi yatırım ortaklıklarının gelişmesi için yurtiçi ve yurtdışından gerekli kaynağı sağlamak,
- Girişimcilik kültürünü geliştirerek, aile şirketi bağımlılığını değiştirmek,
- Profesyonel yöneticilerin KOBİ'lerde yer almalarını ve üniversitelerle işbirliğine giderek finansal danışmanlık hizmeti almalarını sağlamak.

	Belge Sayısı	Toplam Kredi	İstihdam
Darbogaz Giderme	2	79.500	6
Entegrasyon	4	812.000	38
Kalite Düzeltme	19	1.724.700	42
Komple Yeni Yatırım	48	9.614.708	783
Modernizasyon	16	2.028.466	51
Tamamlama	23	2.367.050	28
Tevsi	107	13.832.890	613
Ürün Çeşitlendirme	15	1.979.600	60
Yenileme	18	2.688.561	52
Hammadde Temini	124	3.740.520	50
Toplam	376	38.867.995	1.723

Tablo 2: 2003 Yılı Ocak-Ekim Aylarında KOBİ Yatırım Teşvik Belgelerine Öngörülen Yatırım ve İşletme Kredilerinin Mahiyetlerine Göre Dağılımı

	Ölçek	İşletme Sayısı	Çalışan Sayısı	Ortalama İstihdam
MIKRO	0-9	15.210.000	31.450.000	2
KÜÇÜK	10-19	605.000	8.250.000	13
	20-49	370.000	12.250.000	33
ORTA	50-99	70.000	4.950.000	71
	100-249	60.000	10.400.000	173
	250-499	15.000	5.100.000	340
BÜYÜK	500 +	20.000	28.900.000	1445
		16.350.000	101.350.000	

Tablo 3: AB ve KOBİ'ler

Ayrıca, modern finansman tekniklerinden yararlanamayan KOBİ'ler için; leasing, factoring, risk sermayesi gibi yöntemler finansal problemlerinin çözümünde çok iyi birer araç olabilir. Özellikle bu araçların neler olduğunu, avantaj ve dezavantajlarının girişimcilere tanıtılması gerekmektedir. Bu da KOBİ'lerin bir diğer sorunu olan eğitim ile gerçekleştirilebilir.

Ancak, bu önerilenlerin yine işletmelerin yapılarından kaynaklanan nedenlerle gerçekleşmesi güçtür. Küçük ölçekte faaliyet gösteren bu işletmeler, aile şirketi şeklinde kurulmaları nedeniyle, halka açılarak kontrolü kaybetmekten, şeffaflaşmaktan ve mali bilgilerinin kamuya açıklanmasından doğan endişeler taşıyabiliyor. Ayrıca işletme sahipleri, kontrolü bir "profesyonel yabancıya" vermeye istekli olmayabiliyor. 

Kobiline'dan Üyelerine Sınırsız Hizmet

Kobiline, KOBİ'ler için marka, endüstriyel tasarım ve patent başvurularına ilişkin taleplerin yapılmasını birkaç saniyeye indirecek yeni bir işbirliği anlaşması imzalamaya hazırlanıyor. Kobiline ile **Ankara Patent Bürosu** (APB) arasında Ekim ayında imzalanan anlaşmayla Kobiline üyeleri, zaman alan marka, endüstriyel tasarım ve patent başvurusuna ilişkin taleplerin iletilmesini www.kobiline.com adresine

girerek sadece birkaç tık ile çok kısa bir sürede gerçekleştirebilecekler. Kobiline Proje Yöneticisi **Aylin Mit-rani Sönmezer**, bu anlaşma ile KOBİ'lerin iş yapış biçimlerini kolaylaştıracak her türlü konuda hizmet verme misyonuna bir yenisini ekledikle-

rini söyledi. Sönmezer, "Kobiline olarak, kurulduğumuz günden bu yana KOBİ'lerin en kolay ve en hızlı şekilde e-ticaret yapabilmelerini sağlama vizyonuyla hareket ettik. Hayata geçirdiğimiz bu anlaşma ile KOBİ'ler Kobiline sitesi üzerinden ilgili marka

araştırmalarını kolayca yapabilecek ve dilerlerse başvurularına ilişkin taleplerini yine sistemimiz üzerinden gerçekleştirebilecekler" dedi.



Düzy Pazarlama Genel Müdürü Demir Aytaç:

“Dağıtım Uzmanlaşma Gerektirir”

Rekabetin her geçen gün biraz daha zorlaştığı ekonomik koşullarda, firmaların iyi bir dağıtım kanalına sahip olması şart.

Dağıtım kanallarıyla ilgili görüşüne başvurduğumuz Düzy Pazarlama Genel Müdürü Demir Aytaç, “Şikago’da olması gereken buzdolabı, Pitsburg’a giderse, o artık bir buzdolabı değildir” diyerek dağıtım kanallarının önemine dikkat çekti

Küreselleşen ekonomik koşullarda firmalararası rekabeti belirleyen unsurlara kalite ve fiyatın yanı sıra müşteri memnuniyeti de eklendi. Müşteri memnuniyetinin sağlanmasında, talep edilen ürün ya da hizmetin zamanında ve en iyi koşullarda teslim edilmesi ortaya çıkınca dağıtım kanallarının önemi de arttı. **Düzy Pazarlama** Genel Müdürü **Demir Aytaç** ile dağıtım kanallarının rolünü, sistemin yurtiçinde ve yurtdışındaki işleyiş biçimlerini ve Düzy Pazarlama’nın üstlendiği rolünü konuştuk.

• **Rekabetin sadece fiyat ve kalite ile değil, aynı zamanda ürün ve hizmetin istenildiği zaman istenildiği yerde olmasıyla da gerçekleştiği günümüz koşullarında dağıtım kanallarının rolü ve önemi hakkında ne düşünüyorsunuz?**

Dağıtım kanalları ve lojistik işleri bugün iş dünyasında her zamankinden önemli bir konumda. Dedğiniz gibi, siz dünyanın en harika, en cazip fiyatlı ürününü üretin, eğer o ürün tüketici ile istenilen zamanda ve yerde buluşamazsa bir hiçtir. Meşhur bir söz vardır, “Şikago’da olması gereken buzdolabı, Pitsburg’a giderse, o artık bir buzdolabı değildir” diye.

Dağıtım kanalı demek, doğru tespit edilmiş satış noktalarında ürünün yoka düşmeden bulunabilir-

liğini sürekli sağlamak demektir. Tarih, her konuda olduğu gibi, bu konuda da iş yaşamına yol gösterici rol üstlenmiştir. Bağımsızlık savaşlarında, İngiltere’nin Amerika’ya yenilmesinin en önemli nedenlerinden birisi de, 12 bin kişilik İngiliz ordusunun gereksinimi olan tedarikin zamanında ve yerinde yapılamamasıdır. İngiltere’nin bu işi organize etmesi, savaşın ilk altı yılını almış ve tam anlamıyla gerekli tedarikin bulunabilirliğini 1781’de sağlamıştır. O zaman da zaten çok geçti. Körfez savaşı ve bugünkü duruma bakın, Amerika’nın da en öncelikli sorunu, askerine nasıl gerekli malzemeyi ulaştırabileceğidir.

Savaşlarda edinilen bu tecrübeden iş yaşamı çok faydalanmış ve son yetmiş senedir, dağıtım kanalları ve tüketiciye yerinde ve zamanında ulaşabilme konusunda çok mesafe alınmıştır. Bugün artık hepimiz biliyoruz ki, üretim aşamasında yapılabilecek iyileştirmelerden ve verimlilikten sağlanabilecek avantaj alanı çok geniş değil.

• **Düzy Pazarlama Genel Müdürü olarak iyi bir dağıtım kanalı ağının oluşturulmasında üreticiye düşen görevleri nasıl tanımlıyorsunuz?**

Üretici her şeyden evvel, ürününü nasıl konumlandırarak, hangi hedef kitleye hitap edecek ve tüketicinin hangi gereksinimine yanıt verecek, ne tür bir değer katacak ve kendisini pazarda nasıl farklı konuma getirecek çok iyi bilmesi lazım. “Her zaman, her yerde aynı fiyatla olacağım”, “herkese ulaşacağım” gibi genel bir tutum söz konusu olamaz. Aynı zamanda, ürünün yaşam eğrisi, ürün çeşitliliği, pazarın standart olarak kabul ettiği ulaşım zamanı için gerekli hizmet sürecini de çok iyi bilmek gerekir. Bu sorular yanıtlandıktan sonra, dağıtım işini iyi bilen, değişik kanallara aynı anda hizmet verebilen, farklı ürün gruplarını, farklı kitlelere zamanında ulaştırabilen, pazardaki geribildirimini anında üretici ile paylaşabilen bir dağıtım şirketi, üreticiye faydalı olabilecektir.

Burada saydığım özellikler, bugün Düzy Pazarlama’nın gelmiş olduğu noktadır. Başarılı bir dağıtım kanalı ağının oluşturulabilmesi için satış, dağıtım ve üretimi yapan organizasyonların birbirleri ile eşgüdömlü olarak çalışması gerekmektedir.



• **Yurtdışıyla kıyasladığımızda, ülkemizdeki dağıtım kanallarıyla ilgili nasıl bir tablo ile karşılaşıyoruz?**

Gelişmiş ülkelerde altyapı tamam. Nüfus yoğunluğu fazla, alım gücü yüksek. Paletleri de dahil olmak üzere, tedarik zincirinin her halkasında bir standart söz konusu. Tüketim noktalarına, çok fazla kontrol edilemeyen faktörlere zaman harcamadan, önleyici tedbirlerle oyalanmadan hizmet götürebilmek daha kolay. Türkiye’de tabiat şartları, mevsimsel güçlükler, altyapının bilhassa ülkenin doğusunda yeterli olmayışı, alım gücünün düşüklüğü dağıtımın etkin yapılmasında olumsuz neden olmaktadır. Bu arada bizde zincir mağazaların perakende ticarete ağırlığı artarken, bakkal gerçeğinin olması bizim pazarımızı çok farklı kılmaktadır. Zincir mağazaların perakende ticaretteki ağırlıklarının Avrupa’da hatta ABD’de Türkiye’ye göre çok daha yüksek seviyelerde olduğunu görüyoruz. Türkiye’de ise organize perakendeciliğin ivme kazanmış olmasına karşın, önümüzdeki 10-15 yıl bakkal gerçeği de devam edecektir. Türkiye perakende pazarını incelediğimizde; Türkiye’de kişi başına düşen milli gelir 3 bin Dolar seviyelerinden 8-10 bin Dolar seviyelerine ulaşmış, her aileye şehir merkezlerinden uzak noktalarda konumlanmış ulusal zincir mağazalara ulaşmak için bir araç düşmedikçe, bakkal ve market gibi küçük satış noktaları perakende ticaretteki önemlerini koruyacaklardır.

• **Geleneksel ya da klasik olarak adlandırılan ve üreticinin mal ve hizmetlerini aracı ya da dağıtım kanalına vermesiyle sonlanan model ile, dikey bütünleşmiş sistem arasındaki benzer ya da farklı yönler hakkında bilgi verebilir misiniz?**

Geleneksel dediğimiz sistemde, herkes ayrı bir kompartmandır ve kendini düşünür. Sürecin tamamına odaklanmaz. Bu ayrı birimlerden birisinin daha fazla kâr edebilmesi için, ötekenden pay alması lazımdır. Dikey bütünleşmiş sistem ise; dağıtım, satış ve üretici organizasyonların bir sistem dahilinde, eşgüdümlü, entegre bir şekilde çalıştığı, rekabetçi avantaj sağlayabilen, farklı bir hizmet anlayışı olan bir sistemdir. Sürecin tek bir sahibi olabileceği gibi, ayrı ayrı yapılarda bir araya gelmiş olabilir. Burada önemli olan, toplam maliyete bakabilmektir. Ayrıca, bu yapıda bir bütünlük söz konusu olduğu için, üretici, dağıtım yapan ve satış gerçekleştiren ekip ile anında pazardan doğru geribildirim alır.

• **Dikey bütünleşmiş sistemlerde üretici ile dağıtım kanalının “kazan-kazan” sistemiyle çalışması için gerekli olan etkenler hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Öncelikle “kazan-kazan” stratejisinin gerçekleştirilebilmesi için üretici ile dağıtım kanalının birlikte, eşgüdümlü olarak hareket etmesi gereklidir. Dağıtım kanalından alınan en güncel bilgiler süratli bir şekilde üretici tarafına aktarılmalı, üre-



ticiler gerek üretim gerekse pazarlama aşamalarında bu bilgileri esas almalıdır. Daha evvel de ifade ettiğim gibi, üretim, satış, pazarlama ve dağıtım fonksiyonlarından oluşan tedarik zincirinin eşgüdümlü ve bütünleşmiş şekilde çalışması, yoğun rekabetin yaşandığı sektörlerde ciddi rekabetçi avantaj sağlar. Bu da, üzerinde maliyet baskısını hisseden ve kâr marjlarının oldukça dar olduğu sektörlerde büyük önem arz etmektedir. Burada esas olan açıklık ve iletişimdir. Odaklanılan nokta üretimden tüketiciye kadar olan toplam maliyettir. Her aşamada sağlanan iyileştirmenin toplam maliyeti et-

kileyebileceği ve dolayısı ile süreçte yer alan her birime sürdürülebilir bir avantaj getireceğinin bilincinin sağlanmasıdır.

Demir Aytaç: “Dağıtım, üretim, satış ve pazarlama birbirlerinden bağımsız faaliyetler olarak değil, bir eşgüdüm içerisinde, bütünleşmiş toplam maliyete odaklı fonksiyonlar topluluğu olarak algılanmalıdır.”

• **Pazarda daha iyi yer edinmek isteyen üreticiler, dağıtım kanallarını nasıl organize etmeli?**

Pazarda daha iyi yer edinmek isteyen üreticiler, dağıtım kanallarını mutlaka dağıtım konusunda uzmanlaşmış, bu fonksiyona odaklanmış bir ekip tarafından organize edilmesini sağlamalıdır. Ayrıca, dağıtım, üretim, satış ve pazarlama birbirle-

rinden bağımsız faaliyetler olarak değil, bir eşgüdüm içerisinde, bütünleşmiş toplam maliyete odaklı fonksiyonlar topluluğu olarak algılanmalıdır. Dolayısı ile, satış ekibinin piyasadan toplayacağı bilgilere muhakkak kulak asılmalı; üretim, fiyat, dağıtım, alınan geri bildirimler sonucunda güncellenmeli, organize edilmelidir. Özellikle rekabetin yoğun, kâr marjlarının dar olduğu FMCG gibi sektörlerde bu daha da büyük önem arz etmektedir. Burada en önemli husus, bu ekip çalışması içinde dağıtım fonksiyonunu iyi sorgulayabilmektir. Bunun için de, kime ve nasıl ulaşılacağını çok iyi tanımlamak lazım. Kaç noktaya gidilecek, ne sıklıkta gidilecek, dağıtım başladıktan ne süre sonra tespit edilen pazar payına ulaşılacak; dağıtım fonksiyonunu üstlenen ekibin üyesi bunu söylüyor olabilmeli ve elini taşın altına koymalıdır. Dağıtım rafa kadar sorumludur. Çok iyi bir dağıtım, ürünün raftan da çekileceği anlamına gelmez. Markanın da arkasında çok iyi durulması gereği var. 🌟



Koç Allianz'da Bireysel Emeklilik Satışları Başladı “En Büyük Farkımız Güven”

Koç Allianz Hayat ve Emeklilik, bireysel emeklilik alanında pazar payını ilk yıl yüzde 13'e, beşinci yılda ise yüzde 15'e çıkarmayı hedefliyor

Koç Allianz Hayat ve Emeklilik Genel Müdürü M. Kemal Olgaç: “Bireysel Emeklilik Sistemi, pahalı ve yüksek yatırım gerektiren bir sistem. Sisteme yüksek sermaye koymak gerekiyordu; biz de bunu yaptık. Çünkü, bireysel emeklilik adaylarını sisteme alırken topladığımız katkı paylarından çok küçük kesintiler yapmak zarureti var.”

Koç Allianz Hayat ve Emeklilik Genel Müdürü **M. Kemal Olgaç**, 27 Ekim 2003 itibarı ile bireysel emeklilik planlarının satışına başlamaları dolayısıyla düzenlenen basın toplantısında, Bireysel Emeklilik Sistemi'nin (BES) işleyişini, katılımcılara ve ülke ekonomisine getirisini anlattı. Koç Allianz'ın, bireysel emeklilik alanında pazar payını ilk yıl için yüzde 13'e, beşinci yılda ise yüzde 15'e çıkarmayı hedeflediğini açıklayan M. Kemal Olgaç, “Sistem yavaş yavaş yerine oturacak ve Koç Allianz Hayat ve Emeklilik de piyasa liderleri arasında yerini alacaktır” dedi. Koç Allianz Hayat ve Emeklilik'in, toplantısına Genel Müdür M. Kemal Olgaç'ın yanı sıra Genel Müdür Yardımcıları **Ömür Şengün** ve **Semih Yavuz**, Grup Müdürü **Ayşe Sezik Türkölmez** ve Halkla İlişkiler Müdürü **Melda Sa-ya** da katıldı.

Bireysel emeklilik sisteminin uzun dönemli ve bireylere çok iyi tanıtılması gereken bir uygulama olduğunu söyleyen M. Kemal Olgaç şöyle konuştu: “Sistem beş-altı yıl içerisinde rayına oturacak, süreç içinde büyüyecek. Sabırlı olmamız gerekiyor. Bireysel ve kurumsal yatırımcıları hedefliyoruz. Yabancı yatırımcıların da ilgi göstereceğini öngörüyoruz. Emeklilik planları satışımıza 27 Ekim'de başladık. Bir yıl içinde, yaklaşık 13 bini bireysel, 17 bini kurumsal olmak üzere 30 bin ka-

tılımcıya ulaşacağımızı öngörüyoruz. Bireysel emeklilik sistemine katılanların sayısının beş yıl içinde 200 binleri aşacağını bekliyoruz. Bu rakamlar da gösteriyor ki, bireysel emeklilikte piyasada liderlerden birisi biz olacağız.”

Güven Çok Önemli

Toplantıda basın mensuplarının sorularını da yanıtlayan M. Kemal Olgaç, Koç Allianz'ı rakiplerinden farklılaştıran özellikleri de şu şekilde belirtti:

“BES, pahalı ve yüksek yatırım gerektiren bir sistem. Sisteme yüksek sermaye koymak gerekiyordu, biz de bunu yaptık. Çünkü, bireysel emeklilik adaylarını sisteme alırken topladığımız katkı paylarından çok küçük kesintiler yapmak zarureti var. Bu bakımdan önümüzde-

ki beş-altı yıl kâr oluşacağını düşünüyoruz. Bütün ortaklarımız, şirketimizin mali yapısını sürekli desteklemek için hazır. Bu işte biz varız ve liderliğe adayız. Koç Allianz'ın, portföy yönetimi ve yapılanması açısından önemli farkları var. Gerek emeklilik planları, gerekse fon yönetimi bakımından rakiplerimize oranla dünya ölçeğinde ortaklarımızın olması, dünyadaki uygulamaları bire bir Türkiye'ye getirmek bakımından avantajlı olduğumuzu düşünüyorum. Bildiğiniz gibi Koç Allianz'ın ortaklık yapısı, yüzde 51 yerli, yüzde 49'u ise yabancı ortaklardan oluşuyor. Sigorta sektöründe “güven”in en önemli unsur olduğuna inanıyoruz. Koç Allianz, bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da sektörde “güvenin” adresi olmaya devam edecektir. Girdiği her alanda sektörün lideri olan Koç Grubu ile dünyanın lider kuruluşu Allianz'ın güçlerini birleştiren bir şirkettir. Ayrıca yabancı ortağımızın “know-how”ı da gücümüze güç katacaktır. Koç Allianz olarak, bugüne kadar olduğu gibi bireysel emeklilik konusunda da müşteri memnuniyetini ön planda tutan hizmet anlayışımızla şeffaf, doğru ve sürekli bilgi akışının sağlandığı bir mekanizma kuracağız.”



Koç-Ata-Sancak GAP'ı Beslemeye Devam Ediyor

1999 yılında temeli atılan ve 2000 yılında hizmete açılan Koç-Ata-Sancak Besi ve Tarım Ürünleri A.Ş., bugün Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde proje büyüklüğü ve hedefleri itibarı ile Türkiye için öncü ve örnek bir girişim olarak kendini gösteriyor

Güneydoğu Anadolu bölgesinde tarımın bir sanayi haline getirilmesi amacıyla 11 Ekim 2000 tarihinde açılışı yapılan, **Koç Topluluğu, Ata Grubu** ve **Sancak Grubu**'nun Şanlıurfa'daki ortak şirketleri **Koç-Ata-Sancak Besi ve Tarım Ürünleri A.Ş.**'nin, sabit yatırımı 25.5 milyon Dolar ve işletme sermayesi 10.1 milyon Dolar olmak üzere toplam 35.6 milyon Dolar yatırım hacmi bulunuyor. İşletme, 1650 adetlik büyükbaş hayvan ve 9 bin adetlik dana sürüsü ile Türkiye'nin en büyük hayvancılık işleme kapasitesine sahip.

Rekor Verimlilik

500 dönüm arazi üzerine kurulu çiftlikte, hayvanların bilgisayar kontrolü altında bulunması sayesinde en ufak bir olumsuzluk yaşanmıyor ve kullanılan teknoloji ile hayvanlardan en iyi ürünler elde ediliyor. İşletme, çiftlik yönetim programı, modern tarım makineleri, ileri sulama sistemleri ve suni dölleme gibi modern teknoloji yöntemlerini kullanarak rekor derecesinde verimlilik sağlamasının yanı sıra; su tasarrufu, toprak tuzlanması ve erozyonu önleme konularında da önemli başarılarla imza atıyor. Koç-Ata-Sancak Besi ve Tarım Ürünleri İşletmesi, yıllık ortalama 12 bin ham hayvan, 54 bin ton yem, 12 bin kesimlik hayvan ve 10 milyon litre süt üretimiyle de lider konumunu sürdürüyor.

Yeni Pazar Yaratmak

Koç-Ata-Sancak Çiftliği'nin hedefleri arasında, bölgede Süt ve Damızlık Birliği oluşturmanın yanı sıra çiftçiler için bir pazar yaratarak yem bitkisi ekimini cazip kılmak, kullanılmakta olan modern tarım yöntemlerinin tanıtılarak kullanılmasını teşvik etmek ve bu yolla verim artışı ile maliyet avantajı sağlamak yer alıyor. Bunların yanı sıra gıda sanayii oluşmasını cazip hale getirecek miktar ve maliyet seviyelerine ulaşmayı amaçlayan işletme, bunun için ürünlerin pazarlara nakliyesi ile ilgili çözümler

oluşturulması gerektiğini vurguluyor. İşletme, hayvancılığın sürekli yapılan bir işkolu olarak yerleşmesi için, devletin hayvancılık ve yem bitkileri üretimini desteklemek üzere yürürlüğe koyduğu teşvik ve primlerin vatandaşlara anlatılması ve bu teşviklerin zamanında ödenmesi konusu üzerinde önemle duruyor. Bölgede bu ölçekteki tek tesis olan Koç-Ata-Sancak Besi ve Tarım Ürünleri İşletmesi, yurt genelinde salgın hastalık takibinin ve bilgi paylaşımının sektörün geleceği açısından önemini vurguluyor. Devlette 3.9 trilyonluk KDV alacağı bulunduğunu belirten ortaklık, küçük çiftçi için sağlanan imkânların büyük işletmelere de sağlanması ve tarım için kullanılan elektrik, mazot fiyatının makul seviyeye indirilmesi talebinde bulunuyor. İşletme, DSL'den kış ekimi için ihtiyaç duyulan suyu vermesini ve elektrik, su, telefon, internet gibi temel ihtiyaçların düzgün olarak sağlanmasını isterken, kalıcı ve uzun vadeli yatırım yapılabilmesi için tarım politikalarının da uzun vadeli olması gerektiğini belirtiyor. 🌱

Koç-Ata-Sancak Kilometre Taşları

Temel Atıldı
16 Aralık 1999

İlk Ürün Hasadı
15 Mayıs 2000

İlk Süt İneklerinin Gelişi
28 Eylül 2000

Açılış
11 Ekim 2000

İlk Süt
12 Aralık 2000

İlk Besi Satışı
12 Temmuz 2000



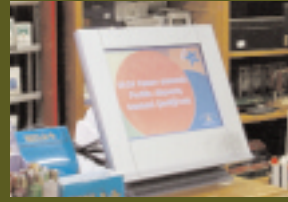
Paro'nun İlk Alışveriş Şenliği

İş modeli ve teknolojiyle dünyada bir "ilk" olan dijital pazarlama platformu **Paro**, 1-24 Kasım tarihleri arasında yaklaşık 100 mağazanın katılımıyla **Türkiye'nin** "tüketiciye kazandıran" en büyük alışveriş şenliklerinden birisini düzenledi. Şenlik "Bizden alışveriş yapın, şenliğe katılın, kazanın" sloganıyla gerçekleşti. Katılımcı mağazalardan alışveriş yaparak çekilişe katılan tüketiciler **Paro'dan**, **Ford Street Ka**, ev sineması, DVD, TV ve cep telefonu gibi birbirinden değerli hediyeler kazanacak. Kazanan talihliler



ise 8 Aralık 2003 tarihli Sabah Gazetesi'nde duyurulacak. Paro Alışveriş Şenliği kapsamında 65 adet mağazaya "ParoEkranlar" kuruldu. Tüketicilerin büyük ilgi gösterdiği bu ekranlar ve basılan kuponlarla alışveriş şenliği tüketicilere duyuruldu. Giyimden gıdaya, kozmetikten ev gereçlerine kadar birbirinden farklı ürünlerin satıldığı 100 mağazanın çeşitli indirim ve promosyonlarla katıldığı ve tüketicilerin büyük ilgi gösterdiği şenlik, 24 gün sürdü. Şenlik süresince alışveriş merkezinde tüketiciler hem Paro sistemine üye oldular, hem şenliğe katılan mağazalardan yüzde 20'ye va-

ran oranlarda indirimli alışveriş yaptılar, hem de yaptıkları her 25 milyon liralık alışveriş için çekilişe katılarak hediyeleri kazanma şansı yakaladılar. Şenlik süresince katılımcı mağazalar Paro sistemi ile tüketicilere nasıl ulaşıldığını, Paro sisteminin özelliklerini deneme ve sunduğu avantajları yaşama fırsatını elde ettiler. Paro sistemine tüketiciler kredi kartları, mağaza kartları ve ATM kartları ile üye olabiliyor. Paro sistemine üye olmak ve Paro fırsatlarından yararlanmak için Paro'nun www.paro.com.tr adresli internet sitesini ziyaret etmek veya (0216) 454 15 15 numaralı "Paro Danışma Hattı"nı aramak gerekiyor.



Apple PowerBook Teknoloji Liderliğine Oynuyor

Apple tarafından 16-20 Eylül tarihleri arasında **Paris Porte de Versailles**'de gerçekleştirilen **Apple Expo**'da Apple'nin yeni ürünleri tanıtıldı. Apple'nin dizüstü pazarındaki en iddialı ürünü PowerBook'lar inanılmaz hızları ile rakiplerinin önünde yer alıyor. Apple Expo'da katılımcılara tanıtılan yeni PowerBook'lar üç yeni modelindeki değişik işlemci seçenekleri ile kullanıcılar benzersiz bir güç ve performans sunuyor. Az yer kaplayan ve gücünü kanıtlayan 12.1 inçlik PowerBook, herkesin gözlerini kamaştıran 15.2 inçlik PowerBook ve dünyanın ilk 17 inçlik PowerBook'u ile birlikte yeni geliştirilmiş olanaklar kullanıcılarla buluşuyor. PowerBook'lar leke ve çiziklere karşı dayanıklı ve pürüzsüz dış yüzeyiyle, hafifliğiyle, modern ve alüminyum kaplamanın sağladığı dayanıklı tasarımıyla herkesin beğenisini topluyor. Apple PowerBook'ların fiyatları 1699 Euro'dan başlıyor.

Profilo Alışveriş Merkezi Şenliği'nde Paro'dan Ford Street KA!



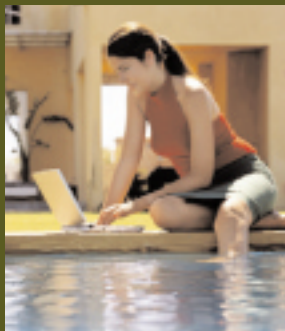
Koç.Net'ten Farklı İnternet Çözümleri

Türkiye'de ilk kez bir siteye LRE teknolojisi ile hızlı internet erişimi uygulamasını gerçekleştiren **Koç.net**, şimdi de **Ağaoğlu My City** sakinlerini 64 KB'tan başlayan hızlarla 24 saat, hızlı, güvenli ve kesintisiz internetle buluşturuyor. Koç.net-Omnitek birlikteliğinin kampüs hizmetleri çerçevesinde Ağaoğlu My City'de kurduğu merkezi internet erişimi hem çok ekonomik hem de kurulumu çok kolay.

Sheraton Ankara'ya "Kablosuz ve Hızlı İnternet"

Koç.net, iş ortağı **Cisco** tarafın-

dan donanım altyapısı sağlanan WLAN hizmeti kapsamında **Sheraton Hotel & Convention Center**'in çalışma alanları ve toplantı odalarında da kablosuz erişimi sağlamak üzere sistem kurulumunu gerçekleştirdi. Sistem, misafirlerin taşınabilir bilgisayarlarına takılan ve kablosuz erişim sağlayan PCMCIA standart kartları ile çalışıyor.



Koç.net'ten National Turizm'e Merkezi İletişim

Koç.net'in bir diğer çalışması da turizm alanında. Koç.net, **National Holding** bünyesinde faaliyet gösteren **National Turizm'e** MPLS-VPN (Multi Protocol Label Switching-Virtual Private Network) hizmeti vermeye başladı. Proje kapsamında National Holding bünyesinde yer alan **Princess Resort Hotels** ve National Turizm'in bölge ofisleri arasındaki muhasebe uygulamaları ile diğer kritik öneme sahip verilerin iletişimi Koç.net omurgası üzerinden sağlanacak.



Otokar'ın Antalya Çıkarması

Otokar, 29 Ekim-2 Kasım tarihleri arasında Antalya'da düzenlenen 3. Akdeniz Otomobil, Ticari Araçlar ve Yan Sanayi Fuarı AUTOSHOW 2003'e katıldı. Otokar, 348 metre karelik standında M-2000 Platinum, Sultan 145S, Sultan 115L ve 2004 yılında pazara sunulacak olan halk otobüsü tipi Sultan 145B sergiledi. Fuarın ilk gününde Otokar standının

onur konugu, Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç idi. Rahmi M. Koç, M-2000 Platinum ve Sultan midibüsler hakkında bilgi alarak, araçları inceledi. Otokar mühendisleri tarafından her detayda kullanıcı ihtiyaçları doğrultusunda tasarlanan Sultan serisine, özellikle turizm sektöründe ve şehirci servis taşımacılığı alanında hizmet verenler büyük ilgi gösterdi.

Hem Aracınız Hem de Sizin İçin Conti-Vitamin C

Hava sıcaklıklarının 7°C'ye düşmesiyle birlikte, normal lastiklerin yolu kavrama yeteneğinde, desen ve kauçuk yapısı nedeniyle gözle görülür bir azalma olur. Bu nedenle, kış lastiklerinin doğru zamanda kullanımı sürücü ve sürüş güvenliği açısından büyük önem taşır. Soğuk ve yağışlı yol koşullarından korunmanın en iyi çözümü olarak, Topluluğumuz şirketlerinden Oltaş, güvenliğinizi için Ulusal Amerikan Karayolları Trafik Güvenliği İdaresi (NHTSA) tarafından ödüllendirilen Continental kış lastikleri serisini öneriyor. Güvenliğiniz kadar sağlığınıza da düşünen Continental, "güvenliğiniz tamam, ya sağlığınız" sloganı ile bir kampanya başlattı. Kampanya kapsamında, Continental yetkili satıcılarından alınacak her iki Continental kış lastiği için,



araç sahiplerine bir kutu ekinezya çayı verilecek. Doğa Bitkisel Ürünler tarafından çay formunda Türk tüketicisi için hazırlanan Ekinezya bitkisi, Amerika'da Şayan ve Siyu kabilelerinin, yaraları iyileştirmeden ateşli hastalıkların tedavisine kadar geniş bir yelpazede kullanılıyor.

TURİZM İNŞAAT

İzocam Yalıtım Yarışması'na Başvurular Başladı!

İzocam, mimarlık ve mühendislik eğitimi alan üniversite öğrencilerine yalıtım sektörünü yakından tanıtmak ve bu sektörde ihtisaslaşmalarını sağlamak amacıyla bu yıl dördüncüsünü düzenlediği Yalıtım Yarışması için başvuruları kabul etmeye başladı. İki aşamalı olarak gerçekleştirilecek yarışmaya katılacak tüm projelerde, "Gürültü Kontrol Yönetmeliği"ne ve "Binaların Yangından Korunması Yönetmeliği"ne uygunluk ve bu detayların gelişti-

rilmesi koşulu aranacak. Birinci olan ekip ve ekipten sorumlu



lu öğretim üyesi dizüstü bilgisayar, ikinci ve üçüncü olan ekip ve sorumlu öğretim üyeleri ise para ödülü kazanacak. Projeler yalıtım alanında uzman kişilerden oluşan jüri tarafından değerlendirilecek ve 19 Nisan'da birinci etabın sonuçlarının duyurulmasıyla finale kalan altı üniversite ekibi İstanbul'a davet edilecek. 14 Mayıs 2004'te yapılacak final etabında dereceye giren ekip-ler belli olacak.



Eğitime Büyük Destek

Otokar, "Üniversite-Sanayi" işbirliği projesinin 2003 mezunlarını verdi. Sakarya Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Otomotiv Bölümü'nden on öğrenci Otokar'da pratik eğitimlerini tamamladı. Öğrenciler, eğitimlerinin sertifikalarını Otokar Genel Müdür Yardımcısı Erdal Akış'tan aldılar. Otokar, 1998'den bu yana, proje kapsamında öğrencilere teorik eğitimin yanı sıra uygulamalı eğitim sağlıyor.



Türk Traktör'e Ankara Sanayi Odası'ndan Ödül

Türk Traktör, 2002 yılında gerçekleştirdiği yüksek düzeyde ihracat ve yüksek düzeyde kurumlar vergisi ödemesi nedeniyle **Ankara Sanayi Odası** tarafından ödüllendirildi. Ankara Sanayi Odası'nın 40. yıldönümünde gerçekleşen geleneksel ödül töreninde, 2002 yılında yüksek düzeyde kurumlar vergisi ödeyen 27 ve en yüksek ihracatı gerçekleştiren 19 şirket başarı plaketine layık görüldü.

Ankara Sanayi Odası tarafından verilen başarı plaketini Türk Traktör Genel Müdürü Hakkı Akkan, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'dan alıyor.

Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş.'nin başarı plaketini, Başbakan **Recep Tayyip Erdoğan**'ın elinden Genel Müdür **Hakkı Akkan** aldı. 40. kuruluş yıldönümünü kutlayan ASO'nun ödül töreni'ne, Başbakan **Recep Tayyip Erdoğan**'ın yanı sıra, bakanlar, ASO Başkanı ve yetkilileri, Ankara sanayi temsilcileri ile çok sayıda basın mensubu katıldı.

Otoyol'dan Motivasyon Çalışmaları

Otoyol, 27 Eylül'de beyaz yakalı çalışanlar için **Koç Üniversitesi**'nde, hemen ardından 29 Eylül'de mavi yakalı çalışanlar için **Adapazarı Otoyol Fabrikası**'nda motivasyon toplantıları düzenledi. Toplantıda ev sahipliğini Otoyol Sanayi Genel Müdürü **Murat Selek** ve Otoyol Pazarlama Genel Müdürü **Cengiz Nayır** yaparken, Koç Holding FIAT Grubu Başkanı **Aydın İ. Çubukçu** ve Iveco Stratejik Gelişim Direktörü **Gianini Cresti** de ortakları temsili

len organizasyona katıldı. 2003 yılının ikinci yarısında Otoyol-Iveco'nun girdiği yeniden yapılandırma süreci dahilinde çizilen stratejik planın özetlendiği toplantıda, stratejik planın ilk aşamasını oluşturan ve şirketin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlendiği Arama Konferansı'na da değinildi. Stratejik planın başlama vuruşu niteliğinde olan bu toplantılarda toplam 1070 kişiden oluşan bir takım kuruldu ve Iveco formasıyla zafer şarkıları söylendi.



Türk Traktör'ün 100 Bininci Gururu

İlk üretimini 2 Ekim 1994 tarihinde gerçekleştiren **Türk Traktör**, 1 Kasım günü öğle saatlerinde banttan çıkan motor ile 100 bininci yerli Türk Traktör motorunun üretimini gerçekleştirdi. Fabrikadaki işçilerin büyük coşkusuyla gerçekleştirilen üretim, tüm çalışanlar için de bir gurur tablosu oldu. Türk Traktör Genel Müdürü **Hakkı Akkan** ise Motor Montaj Hattı'nı ziyaret ederek 100 bininci motorun üretiminin gerçekleşmesi nedeniyle katkısı olan tüm çalışanları kutladı.

Çalışanlar Bir Arada
Türk Traktör İletişim Günleri

kapsamında **Çırağan Oteli** Ankara Balo Salonu'nda gerçekleştirilen eğlenceye Türk Traktör'ün yaklaşık 150 çalışanı ile eşleri katıldı. İnsan Kaynakları ve Kalite Sistemleri'nin organize ettiği gecede, çalışanlar yoğun iş

programının yorgunluğunu **Trio Esinti** grubunun coşkulu melodileri eşliğinde gönüllerince eğlenerek attı. Gece, Türk Traktör çalışanlarının Genel Müdür **Hakkı Akkan**'a armağan sunmasıyla sona erdi.



IVECO Bayileri Buluştu!

Otoyol Pazarlama, 4-5 Ekim 2003 tarihlerinde **Kıbrıs**'ta bir bayi toplantısı düzenledi. Toplantıda, 2003 yılının değerlendirilmesinin ardından, Otoyol'un girdiği yeniden yapılandırma süreci ve bu süreç doğrultusunda bayi yeniden yapılandırma çalışmalarına değinildi. 2003 yılında gerçekleşen Otoyol atılımlarının ve 2004 yılına ilişkin hedeflerin çizildiği toplantı, Iveco İhracat Müdürü **Gianalberto Lupi**'nin **Daily** ürün grubu stratejileri ve Daily'nin dış pazarlardaki üstün performansı konulu sunumu ile devam etti.

İkinci El Araçlar Birmot ve Milpa Güvencesiyle

Birmot A.Ş. ve Milpa işbirliğiyle 14 Kasım 2003 tarihinde başlayan ikinci el otomobil kampanyası, her bütçeye uy-



gun ödeme koşulları ile uzun vadeli, düşük faizli taksit olanakları sunuyor.

İsteğe bağlı, kişiye özel ödeme planları da sunan kampanya, ikinci el araç sahibi olmak isteyenlere taksitle araç satın almanın keyfini yaşatacak. Kampanya bünyesindeki yüzlerce ikinci el araç, Birmot güvencesinde 6 ay/10 bin kilometre garanti kapsamında satılıyor.

Kampanya ile ilgili bilgi almak ve taksitle satılacak olan ikinci el araçları incelemek için Birmot Temsilcilikleri veya www.birmot.com.tr sayfası ziyaret edilebilir.

Birmot'tan Aycell'e Dev Teslimat

Birmot Çankaya temsilciliği tarafından, Aycell Haberleşme ve Pazarlama Hizmetleri A.Ş.'ye 125 araçlık Fiat Doblò teslimatı gerçekleşti. Türkiye genelinde Aycell network'ünü oluşturan tüm bayi teşkilatı ta-

rafından kullanılacak olan toplam 125 araçlık Fiat Doblò filosu, Aycell kurumsal kimlikli (artwork) Fiat Doblò 1.9 JTD Cargo AC (panelvan) ve Fiat Doblò 1.9 JTD Combi AC'lerden oluşuyor.



Otoyol Pazarlama Stajyerlerinden Pratik Çalışmalar



2002-2003 öğretim yılında başlatılan bir uygulama ile Otoyol Pazarlama A.Ş.'de staj yapan ticaret lisesi öğrencilerine, teorik bilgilerini iş hayatındaki pratik uygulamalar ile pekiştiren çalışmalar yaptırılıyor. Ürün Takip Müdürü Oğuz Pircivanoglu'nun organize ettiği ve Finansman Uzmanı Gürkan Konurbay'ın katkıda bulunduğu çalışma ile öğrenciler, okullarının

belirlediği staj programına uygun konularda seçilen uygulamaya ağırlıklı ödevlerini, staj yapmakta olan diğer arkadaşlarına sunuyorlar. Çarşamba günleri organize edilen toplantılarda 2003-2004 öğretim yılı stajyerleri, "serbest meslek makbuzu", "müstahsil makbuzu", "perakende satış fişi" ve "gider pusulası" ile ilgili hazırladıkları çalışmaları sunuyorlar.

Iveco'dan Yeni M14

Iveco'nun yeni minibüs modeli M14 piyasaya sunuluyor. Tamamen klinik testler ve birebir görüşmeler ile belirlenen müşteri ihtiyaçları doğrultusunda yenilenen M14'te iki farklı motor seçeneği sunuluyor.

Ekonomik motoruyla yüksek verimlilik sağlayan M14.9 ve turbo motoruyla her tür yol koşulunda yüksek performans

sunan M14.12 modelleri müşterilerin farklı kullanım amaçlarına hitap ediyor. Yeni dış estetiği ile Yeni Iveco M14 müşterileri memnuniyetini daha da yükseltecek.

Her iki tipte de önemli bir kararlar yerli motora geçen Otoyol-Iveco, bu sayede satış sonrasında da işletme maliyetlerini düşürmeyi hedefliyor.



DAYANIKLI TÜKETİM

Beko Elektronik'te Hedef Yılda 7.5 Milyon Televizyon



2005 yılında sektöründe Avrupa lideri olmayı hedefleyen Beko Elektronik, büyüme hamlesini sürdürüyor. 2001 yılında 2.1 milyon televizyon üretimi gerçekleştiren Beko Elektronik, bunu 2002 yılında 4.2 milyon adede çıkararak, 2003 yılı sonunda ise 5.3 milyon adede çıkarmayı hedefleyerek sektörünün en hızlı büyümesini gerçekleştirdi. Şirket, televizyon üretimini 2004 yılında 7 milyon ade-

Beko Elektronik Genel Müdürü Ali H. Sümervel, dokuz aylık sonuçların açıklandığı toplantıda önümüzdeki dönemin hedeflerini de dile getirdi.

de, 2005 yılında ise 7.5 milyon adede çıkarmayı planlıyor. Şirket 2003 yılı sonunda 4.6 milyon adet TV ihraç ederek, 510 milyon Euro ciro elde etmeyi planlıyor. 2002 yılında 3.7 milyon TV ihraç ederek, 478 milyon Euro ihracat geliri elde eden şirketin, 2004 yılı hedefi ise 6-6.5 milyon TV ihraç ederek, 700-750 milyon Euro

ciroya ulaşmak. Bugün bir satış ve pazarlama şirketine dönüşüklerini vurgulayan Beko Elektronik Genel Müdürü Ali H. Sümervel, değişimi şöyle aktardı: "Beko Elektronik artık kendi markasıyla üretim yapan OEM üretici kimliğinden, komple çözüm üreten ODM kimliğine geçti. Tüm elektronik işini bize emanet eden müşterilerimiz var. Önümüzdeki 10 yılda hedefimiz Beko Elektronik'in dünya liginde üst sıralara yerleşmesidir."

İlk 9 Ayda Yüzde 75 Net Kâr Artışı

2003 yılının ilk dokuz ayında 26 trilyon 340 milyar lira net kâr elde eden Beko Elektronik, geçen yılın aynı döneminde 15 trilyon 43 milyar lira net kâr açıklamıştı. Böylece net kârını geçen yılın aynı dönemine göre ilk dokuz ayda yüzde 75 artırmış oldu. 2002'nin dokuz aylık döneminde 643 trilyon 943 milyar lira olan net satış rakamları, 2003'te 791 trilyon 368 milyar liraya ulaştı. Geçen yılın dokuz aylık döneminde 2 milyon 911 bin adet olan TV üretimini bu yılın aynı döneminde 3 milyon 576 bine çıkaran Beko Elektronik'in satış rakamları da artış gösterdi. Geçen yılın 9 ayında 2 milyon 924 bin adet televizyon satışı gerçekleştiren Beko Elektronik, bu yılın aynı döneminde 3 milyon 551 bin adetlik satış gerçekleştirdi.



Arçelik'te Altı Sigma Yönetim Semineri

2002 yılında Arçelik tarafından satın alınan ve üç Yeşilkuşak projesini aktif olarak sürdüren Arctic, 23-24 Ekim 2003'te gerçekleştirilen yönetim seminerine üretim, pazarlama, satış, satınalma, ihracat, finans, insan kaynakları, mühendislik, servis, bilişim teknolojileri, lojistik ve idari bölümlerden 21 yöneticisi

ile katıldı. Yöneticileri Altı Sigma metodolojisi ve organizasyonu hakkında bilgilendirmenin amaçlandığı seminerde, söz konusu metodoloji içinde kullanılan araçların uygulamaları da yer aldı. Yöneticilerin çoğunun Rumen olduğu seminer, Arçelik çalışanlarının İngilizce olarak verildi.

Arçelik Kalite Yönetim Sisteminde ISO 9001:2000 Standardı

Arçelik A.Ş.'nin tüm birimleri ve işletmeleri, yenilenen ISO 9001 standardına göre belgelendirme çalışmalarını tamamladılar. Bulaşık makinesi, buzdolabı, çamaşır makinesi, çok amaçlı motor, pişirici cihazlar, elektrikli süpürge ve motor, kompresör işletmeleri mevcut TS EN ISO 9001:1994 Kalite Yönetim Sistemi Standardı'na uygunluk belgelerini, başarıyla yenilediler.

ISO 9001 standardı, süreç yönetimi, müşteri odaklılık ve iş süreçlerinin sürekli iyileştirilmesi gibi yaklaşımların yeni ko-

şullar olarak eklenmesiyle 2001 yılı sonunda yeniden yayımlanmış ve yeni versiyona göre düzenlemeler için 2003 yılı sonuna kadar süre tanınmıştır.

Satış-pazarlama süreçlerinin ilk kez kapsama dahil edildiği, süreç yönetimi, müşteri odaklılık ve sürekli iyileştirme yaklaşımlarının yeni şartlar olarak gündeme geldiği denetimlerde herhangi bir uygunsuzluk tespit edilmemiştir. Arçelik genelinde, geçiş sürecinin sıfır uygunsuzlukla ve zamanlanandan önce tamamlanması büyük memnuniyet yaratmıştır.

Arçelik'te Hedef: Avrupa'da İlk Beş

Arçelik'in dokuz aylık bilanço sonuçlarının sunulduğu basın toplantısında Arçelik Genel Müdürü A. Gündüz Özdemir hedeflerinin 2005'te 3 milyar Euro ciroya ulaşmak olduğunu belirtti

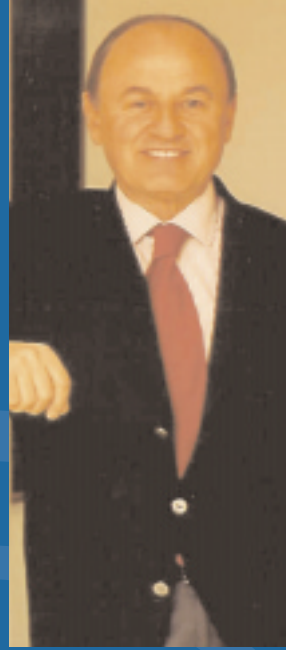
Arçelik Genel Müdürü A. Gündüz Özdemir'in Arçelik'in yurtiçi ve yurtdışı faaliyetlerini ve dokuz aylık bilanço sonuçlarını sunduğu basın toplantısı 28 Ekim günü düzenlendi. Sunulan bilançolara göre Arçelik'in yılın ilk dokuz ayındaki net satışları 1 katrilyon 891 trilyon lira olarak gerçekleşti. Satışların 609 trilyonluk liralık bölümü ihracattan sağlandı. Arçelik'in faaliyet kârı bu dönemde yüzde 22 büyümeye ile 229 trilyon lira, net dönem kârı ise 154 trilyon lira mertebesine ulaştı. 2002 yılını 1 milyar 571 milyon Euro ciro ile kapatan Arçelik, bu yıl yüzde 18 büyümeye ile

1 milyar 850 milyon Euro olarak gerçekleştirmeyi öngörüyor.

Hedef 275 Patent

Arçelik, 2001 yılında 70 ana ürün, 2 bin 400 model ve 165 olan patent sayısını 2004'te bünyesine kattığı markalar ile birlikte 120 ana ürün, 5 bin 50 model ve 275 patent sayısına yükseltmeyi hedefleniyor. Ayrıca 2001'de 4.3 milyon adet olan toplam kurulu kapasitesinin de 2004 yılında 8.2 milyon adede çıkartılması öngörüyor. Arçelik, 2003 yılını 2.5 katrilyon liralık net satışla tamamlamayı hedefleniyor. Arçelik'in

Arçelik Genel Müdürü A. Gündüz Özdemir'in Arçelik'in dokuz aylık bilanço sonuçlarını sunduğu basın toplantısı 28 Ekim'de düzenlendi.



piyasa değeri, **İstanbul Menkul Kıymetler Borsası**'ndaki diğer şirketlerin ortalamasının üzerinde bir artış kaydederek 24 Ekim 2003 itibarıyla 1 milyar 750 milyon Dolar'a ulaşmıştı. Arçelik, kuruluşunun 50. yılı olan 2005'te 3 milyar Euro ciroya ulaşarak, Avrupa'nın ilk beş beyaz eşya şirketinden biri olmayı hedeflemektedir.

Türkiye'nin Patent Zengini: Arçelik

Arçelik, patent konusundaki çalışmaları nedeniyle, **Türk Patent Enstitüsü'nün (TPE)** Cumhuriyet'in 80. yılı için **Ankara'da 6-7 Kasım** tarihlerinde düzenlediği sergiye davet edildi. Yıllık cirosunun yüzde 1,5'ini araştırma ve geliştirmeye yaptığı yatırımlara ayıran ve bu sayede teknoloji alanında önemli gelişmeler kaydeden Arçelik, geniş ürün yelpazesini aldığı patentlerle koruyor.

Farklı Patentler

1990 yılından itibaren kendi teknolojisini yaratan ve AR-GE yatırımlarına hız veren Arçelik, geliştirdiği teknolojileri korumak ve taktit edilmelerini önlemek için fikri haklar konusunda bir grup kurdu. Patent başvuruları ile ilgili tüm işlemleri yürüten **Fikri Haklar Grubu**, 1996 yılından beri 194 patent başvurusunda bulundu. Ayrıca, Türkiye'de son üç senedeki yerli patent başvurularının yüzde 10'u da Arçelik tarafından gerçekleştirildi.

Arçelik, ürünlerdeki komponentler, elektronik kontrol, yıkama, temizleme, pişirme, soğutma işlevlerini yerine getiren sistemler ve üretim yöntemleri gibi konularda patent alıyor. Yüzde 40'ından fazlası mevcut ürünlerde bulunan patentlerin; yüzde 25'i yakın gelecekteki ürünlerde, yüzde 35'i ise gelişmekte olan teknolojilerle ilgili ürünlerde kullanılması planlanıyor.

Bu Yıl Smaçlar Yine Çok Güçlü Vuruyor

Bir süre önce başlayan Türkiye Erkekler Voleybol Ligi'ne Arçelik iyi bir başlangıç yaptı ve Burhan Felek Spor Salonu'nda Rize Fındıklıspor'u ve Beşiktaş'ı aynı sonuçla 3-1 yendi. Ardından Çayyova Tesisleri'nde şampiyonluk yarışının iddialı ekibi Erdemirspor'u çok iyi bir oyun ortaya koyarak 3-0 gibi net bir skorla mağlup etmeyi başardı. Daha sonra da deplasmanda Balıkesir DSİ'yi 3-0 ile geçerek dört maçta dört galibiyet ile lige damgasını vurdu.



Arçelik'in elde ettiği dört galibiyet içinde belki de en önemli şampiyonluğun güçlü adayı Erdemirspor'a karşı alınan 3-0'lık zafer oldu. Şampiyonluk yarışının iddialı ekibi karşısında

müthiş bir mücadele ortaya koyan Arçelik'li voleybolcular maçta 25-17, 25-19 ve 25-22'lik setlerle 3-0 aldılar.

TÜKETİM

Hayallerinizdeki Mutfaklar Koçtaş'ta Sizleri Bekliyor

Mutfak evlerimizin en önemli kullanım alanı. Günümüzde mutfaklarda estetikle birlikte fonksiyonellik de büyük önem taşıyor. **Koçtaş**, tüm bunları içine alacak farklı bir konseptle geliştirdiği mutfak tasarımlarını kullanıcıların beğenisine sunuyor. Ahşabın sıcaklığı ya da çeliğin dinamizmi; hangisini isterseniz Koçtaş'ın kendi markası olan Fantasia mutfaklarında



bulmak mümkün. **İstanbul Kartal, İzmir Bornova ve Balçova** ile **Antalya** marketlerinde yenilenen showroom alanlarında hayallerinizdeki mutfakları yaratmak mümkün. Fantasia mutfaklarda günümüz estetik ve teknolojik yeniliklerinin hepsini bir arada bulmak mümkün. Lake, MDF, suntalam, masif ve profil kapak, MDF veya suntalam üzeri laminat tezgâh seçenekleri olan Fanta-



Fidan ile Keyifli Bir Mola

Tüm ürünlerinde kaliteyi, lezzeti ve ekonomikliği bir arada sunan **Fidan**'ın beş farklı çeşitten oluşan yeni meyve suyu portföyü, lezzetiyle yaşama farklı tatlar katıyor. Fidan; vişne, portakal, kayısı ve şeftali lezzetlerinin yanı sıra, bu dört çeşidin özel bir formül ile birleştirildiği karışık

meyve suyu çeşidiyle de farklı ve özgün bir lezzet seçeneği sunuyor. 1000 ml ve 200 ml'lik tetrapak kutularda sunulan Fidan Meyve Suları, renkli ambalajlarıyla hemen fark ediliyor. 200 ml'lik mini ambalajıyla beslenme çantalarında, arabada, oyunda, her zaman çocukların yanında olmayı hedefleyen Fidan meyve suları, doğadan gelen sağlıklı lezzetiyle, keyifli molalarda her yaştan tüketiciye eşlik ediyor.



Koçtaş'ta Yeni Yıl Heyecanı

Koçtaş yeni yılı keyifle ve umutlarla karşılamak için birbirinden güzel yılbaşı süslerini, çam ağaçlarını ve dekorasyon ürünlerini müşterilerinin beğenisine sundu. Sadece **İstanbul Kartal, İzmir Bornova ve Balçova, Antalya ve Bodrum Koçtaş**'larda satılan yılbaşı ürünlerine çok uygun fiyatlarla sahip olabilirsiniz. Koçtaş'a gelip alışveriş yapmanın yanı sıra istediğiniz ürünü www.koctas.com.tr adresinden ya da (0216) 488 80 00 no'lu Koçtaş Telefonla Sipariş Hattı'nı arayarak sipariş verebilirsiniz. Ödemeyi kredi kartı numaranızı vererek veya verilen hesap numarasına havale ile yapabilirsiniz.

sia mutfaklarda ithal blum menteşe ve ray sistemi kullanılıyor. Mutfaklar, en geç 4 hafta içerisinde teslim ediliyor. Ödemenizi 8 taksitte yapabilir ya da peşin ödemede %15 indirim ile aynı zamanda Bonus Card ya da Koçbank kredi kartına 3 taksit yaptırabilirsiniz.

Koçtaş Mutfakları Fiyat Listesi

- **Milano** (305x150 cm) 461.000.000 x 8 taksit
- **Venezia** (275x175 cm) 568.000.000 x 8 taksit
- **Firenze** (235x181 cm) 494.000.000 x 8 taksit
- **Luca** (302x170 cm) 401.000.000 x 8 taksit
- **Napoli** (230x215 cm) 484.000.000 x 8 taksit
- **Allesia** (210x200 cm) 397.000.000 x 8 taksit

FİNANS

Koç Yatırım'ın İnternet Sitesi Yenilendi

İçerdiği veriler, yorum ve röportajlarla sermaye piyasası yatırımcılarına bilimsel analize dayalı kapsamlı ve doğru bilgi vermeyi amaçlayan www.koc-yatirim.com.tr, yenilendi.

Koç Yatırım'ın yenilenen web sitesinin tüm sayfalarında bulunan "online işlem" başlığını tıklayarak hisse senedi ve yatırım fonu işlemlerinizi hızlı ve güvenilir bir biçimde yapabileceğiniz e-Koçbank'a ulaşabilirsiniz. Koç Yatırım'ın araştırma bölümü tarafından hazırlanan raporlara, hisse senedi tavsiyelerine ve gerçek zamanlı yüzeyel IMKB bilgilerine de dahil olmak üzere çeşitli piyasa verilerine Koç Analist üzerinden ulaşılabilir.



Enerji Sorununun Çözümü İçin Ortak Adım

Türkiye’de enerji sorunun çözümü için gerçekleştirilen çalışmalardan biri olan “Yakıt Pili Teknolojisi Projesi”, Ford Otosan, Tofaş ve Arçelik’le birlikte Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı ve TÜBİTAK’ın katılımıyla imzalandı

Dünyanın artan enerji ihtiyacını, çevre dostu ve yenilenebilir enerji kaynakları kullanarak karşılamak amacıyla geliştirilen projelerden biri olan “Yakıt Pili Teknoloji Projesi” 10 Kasım tarihinde **Divan Oteli’nde** imzalandı. **Tofaş, Ford-Otosan, Arçelik** firmaları ile **Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı** (TTGV) ve **Tübitak-MAM** arasında imzalanan projenin hedefi; rekabet öncesi işbirliğinin geliştirilerek, yakıt pili teknolojisinin öğrenilmesi ve projede çalışacak uzman elemanlar yetiştirilmesi olarak açıklandı.

Türkiye’nin kendi alanlarında öncü bu beş kuruluşunun teknoloji geliştirme çalışmalarında ortak hareket edeceklerinin belirtildiği imza töreninde söz alan Proje Koordinatörü Dr. **Murat Yıldırım** projenin amacını, “dünyada henüz gelişmekte olan bu alternatif enerji teknolojisinin, AR-GE karakterli bu büyük kuruluşlar desteğinde, Türkiye’de de geliştirilmesi için bir başlangıç yapmaktır.” diyerek özetledi. Murat Yıldırım projeyi tanıttığı konuşmasında şunları söyledi: “Yakıt pilleri, üzerinde son yıllarda yoğun olarak çalışılan hidrojeni yakıt olarak kullanan alternatif teknolojilerden biridir. Yakıt pilleri, yüksek verimde çalışan enerji dönüşüm sistemleridir ve bu sistemde hidrojen enerjisinden elektrik enerjisi üretilmektedir. Diğer bir ifadeyle

elektro kimyasal metotla yakıtı yanma işlemi olmadan enerjiye dönüştürürler. Projenin toplam sekiz ay sürmesi planlanmaktadır. Proje kapsamında yakıt pil modülü ve sistem alt bileşenlerinin temin edilmesi, yakıt pil sisteminin kurulması, sistemin performans testlerinin tamamlanması, yakıt pili modül bileşenlerinin kalitatif ve kantitatif analizleri bulunmaktadır.”

Güven Çok Önemli

İmza töreninde yaptığı konuşmada özellikle Ford Otosan’ın yapmış olduğu Ar-Ge çalışmalarına değinen Ford-Otosan Genel Müdür Yardımcısı ve Ürün Geliştirme Müdürü **Ufuk Güçlü** ise şunları söyledi: “Türkiye’de otomotiv sektörünün lideri olma bilinci ile yakaladığımız bu potansiyeli ülke geneline yaymak ve ihracattan rekabet avantajı olarak yararlanmak amacıyla 2010 yılına uzanan bir Ar-Ge perspektifi oluşturduk. Bu amaçla Ford Oto-

san’ın, Ar-Ge kapsamına giren konularda üniversite lisans ve lisans üstü öğrencilere maddi imkan sağlanması yönünde attığımız somut adımlar var.” Tofaş adına söz alan Tofaş Ar-Ge Direktörü **Orhan Alankuş** ise Tofaş Ar-Ge çalışmalarını özetleyerek, “Kuruluş esnasında Türk müşterisinin isteklerine en uygun şekilde cevap verme amacını taşıyan Ar-Ge, şu anda dünya müşterisinin isteklerine en uygun şekilde cevap vermeyi amaçlamaktadır” dedi. Bu kuruluşların beraber çalışmasının Türkiye açısından çok olumlu sonuçlar ortaya koyacağına inandığını belirten Alankuş, “Bunun sinerjiye ışık tutan bir anlaşma olacağını ümit ediyoruz” dedi. Anlaşmayı Türkiye’de endüstrideki bir düşünce değişikliği olarak nitelendiren Arçelik ATGM Yöneticisi Doç. Dr. **Yalçın Tanes** ise şunları söyledi: “Günümüzde bu tür projeler herhangi bir kişi, bir bölüm ya da bir şirket tarafından değil, şirketler tarafından çok yönlü olarak oluşturulabiliyor. Bunun da yolu, bir şekilde beraber çalışmayı öğrenmekten geçiyor. Bunu Türkiye’de bir örnek olarak göstermek ve katkıda bulunan arkadaşları kutlamak istiyorum.”



“Yakıt Pili Teknoloji Projesi” Koordinatörü Dr. Murat Yıldırım



Gelecek Genç Liderlerin

4-30 Temmuz
2003 tarihlerinde
gerçekleşen
GençLider
programının ilk
katılımcıları, 285
kişi içerisinde
seçilen 24 kişilik
bir gruptu. İlk
eğitimi alan grup
eğitim sonrası
geliştirdikleri
iş planları
çerçevesindeki
projelerini
yönetime sunarak
birinci Modülü
başarı ile
tamamladılar

24

Ekim 2003 tarihinde Koç Holding Konferans Salonu'nda düzenlenen toplantıda GençLider Yönetici Geliştirme Programı katılımcıları, eğitim sonrası geliştirdikleri projeleri CEO, Başkanlar ve ilgili Şirket Genel Müdürlerine sundular.

Dörder kişiden oluşan toplam altı grup eğitim sonrası aldıkları eğitime paralel olarak bir iş planı çerçevesinde geliştirdikleri projelerini değerlendirme jürisi ve diğer katılımcılarla paylaştılar. Projeler, Koç Üniversitesi Akademisyenleri ve Koç Holding İş Grubu Başkanlarından oluşan jüri üyeleri tarafından belirli kriterlere göre değerlendirildi. Proje Değerlendirme Jürisi'nde; Koç Holding adına İş Grubu Başkanlarından **Mehmet Ali Berkman**, **Hasan Yılmaz**, **Rüsdü Saracoğlu** ve **Selçuk Gezdir**, Koç Üniversitesi'nden Prof Dr. **Noyan Arsan**, Doç. Dr. **Esra Gençtürk**, Doç. Dr. **Selçuk Karabatı** ve Doç. Dr. **Ayşegül Özsoy** görev aldı.

Jüri üyeleri, her bir projeyi dört farklı kategoride değerlendirdiler. Kategoriler; "iş planlama", "ekonomik olarak gelecek vaat etme", "sunum şekli ve görsel gereçler"den oluşmaktaydı ve ağırlıkları farklıydı. Bu değerlendirmeler sonucunda altı projeden biri "**En Uygulanabilir Proje**" olarak seçildi.

Projelerin uygulanabilirliği üzerinde çalışmak üzere her proje ekibine F. Bülend Özyıldırı tarafından ilgili "Başkan" ve "Genel Müdür"ler atandı. Proje ekipleri ile yapılacak çalışmalar yıl sonunda düzenlenecek Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı'nda F. Bülend Özyıldırı tarafından sunulacak. Programın ilk modülü bu proje sunuşlarıyla tamamlanmış oldu ve tüm katılımcılar sertifikalarını aldılar.

GençLider Yönetici Geliştirme Programı'nda Bundan Sonra Neler Yapılacak?

4-30 Temmuz 2003 tarihlerinde gerçekleşen GençLider Programı'nın ilk katılımcıları, 285 kişi içerisinde seçilen 24 kişilik bir gruptu ve bu grup 285 kişi içerisinde İş Grubu Başkanları ve Genel Mü-

dürlerin işbirliği ile seçilmişti.

İlk eğitimi alan grup eğitim sonrası geliştirdikleri iş planları çerçevesindeki projelerini yönetime sunarak birinci Modülü başarı ile tamamladılar. Önümüzdeki yılın ilk altı ayında bu grubun gelişim programı ikinci modül ile birlikte devam ederken, yılın ikinci yarısında ise 72 kişinin (3 grup x 24 kişi) "Modül I" kapsamında eğitimleri başlayacak. Bu programı KÜMPEM (Koç Üniversitesi-Migros Perakendecilik Eğitim Merkezi) işbirliği ile yılda üç kez tekrarlayabilme imkânları üzerinde çalışıyoruz. Böylece zaman içerisinde, her yıl belirli sayıda Koç Topluluğu potansiyel yöneticisinin eğitimi mümkün olacaktır. Potansiyel tespit sistemimize göre, yöneticinin bir üst pozisyona 5 yıl içerisinde hazırlanabileceğini dikkate alırsak, potansiyel yöneticilerin tamamının bu eğitimden geçme durumu söz konusu olabilecektir. Dolayısıyla program tüm potansiyel yöneticilerin geliştirilmesi amacını gerçekleştirecektir.

İki Modüllü Gelişim Programı

İnsanı Tanımak ve Anlamak:

Bu başlık altında insanın doğası, düşünme becerileri; kişi olarak lider, stres ve kriz yönetimi konuları üzerinde durulacaktır.

İnsan Yönetimi:

Yönetici-çalışan ilişkisi içerisinde yer alan öğrenme stili, motivasyon, hatırlama, duygusal zekâ, kişilik ve iş davranışları, delege etme/yetkileendirme, inisiyatif kullanma ve baskınlık, krizle mücadeleyle çalışanın katılımının sağlanması, rol-model olma, mentorluk gibi konuları kapsayacak ve bunların uygulama ile desteklenen çalışmaları yapılacaktır.

İlişki Yönetimi: Gelecekte daha büyük sorumlulukların alınmasında gerekli olan ilişki yönetimi önemli yetkinliklerden biridir. Burada dinleme becerisi kazanma, empati geliştirme, düşünceleri etkili bir biçimde ifade edebilme, duyguları ifade ve





Koç Üniversitesi akademisyenleri, genç liderler ve Holding İnsan Kaynakları, proje sunuşu sonrası bir arada.

kontrol edebilme, yazı ve söz ile etkili olabilme gibi konuların gelişimi üzerinde durulacaktır. Planlanan bu iki modülün dışında gelişimin sürekli kılması ana hedeflerimizden birisidir.

Sürekli Gelişimin Araçları Programı

Potansiyel olan veya GençLider Programı'na katılan yöneticileri farklı ortamlarda, değişik faaliyetler kapsamında bir araya getirmeye çalışacağız. Kasım ayında Serdar Erener'in katılımı ile düzenlediğimiz Yaratıcı Düşünme Paneli, Aralık ayında Doğan Medya Grubu tarafından düzenlenen "Morinek Farklılaşma Konferansı"na katılım bunlara verebileceğimiz örnekler. Bunun yanında halen altyapı çalışmaları süren "Koç Akademi Portalı" içerisinde yer alacak olan e-egitimler, örnek olaylar, okumalar, tartışma ortamları, panel, proje platformları da sürekli gelişimin önemli bir aracı olacaktır. Koç Topluluğu'na özel bir yönetici ge-

liştirme programı olan GençLider ile, Topluluk kültür ve ortak değerleri çerçevesinde yetiştirilmiş, geleceğe yön verecek, vizyon sahibi yöneticilerin eksikleri tamamlanacak ve gelişmeleri sağlanacaktır. 

GençLider Programı'nın II. Modülü'nde Neler Var?

İnsan ve iletişim yönetimi yetkinliklerinin geliştirilmesi, programın ikinci modülünde ele alınacak biçimde planlanmaktadır. Bu yetkinlikleri şu şekilde sıralayabiliriz;

Yön Birliği Sağlama

- Motivasyon ve Bağlılık Yaratma
- Yetkilendirme
- Tanıma ve Takdir
- Geliştirme ve Yedekleme

Kendini ve Ekibini Geliştirme

- Geribildirimlere Açık Olma
- Sürekli Öğrenme

İletişim ve Etki Yaratma

- Çatışma Yönetimi
- Müzakere Etmek
- Etkili Mesaj İletme
- İletişim Ortamı Yaratmak

Grup İçi/Gruplar Arası İşbirliği

- İlişki Geliştirme ve İşbirliği
- Ortak Yarar Sağlama ve Sinerji Yaratma
- Paylaşma

Farklılıklara Uyum ve Yönetme

- Farklılıkların Yönetimi
- Esneklik ve Uyum Sağlama



GençLider Proje sunuşlarında "En Uygulanabilir Proje" seçilen Kochi Ekibi: (Soldan sağa) Serhat Görgün (GVZ), Ebru Sayılan Nebol (Koçtaş), Özgür Kahramanzade (Koç Holding), Serhan Turfan (Ford Otosan), Koç Holding İnsan Kaynakları Koordinatörü Şerife Füsün Omür (sağdan ikinci) ile birlikte.



1 Ocak 2003 itibarı ile tüm Koç Topluluğu genelinde yürürlüğe giren Koç Holding İş Değerlendirme Sistemi'nin devamı niteliğinde olan “Mavi Yaka Performans Sistemi”, performansların takibi için ideal bir yol olarak kendini gösteriyor...

Mavi Yakalılara Yönelik Performans Sistemi

Koç Topluluğu genelinde mavi yakalı çalışanların bireysel ve ekip performansının takip edilerek, gelişimlerinin sağlanabilmesi için geçerli kayıt ve belge sisteminin oluşturulması amacıyla “**Mavi Yaka Performans Sistemi**” proje çalışmaları Temmuz 2002’de başlatıldı. Proje ekibi; **Nursel Ölmez Ateş** ve **Eda Harmanyerin** (Migros), **Zeki Uğurlu** ve **Bora Alptekin** (Arçelik), **Burtay Koraltan** (Aygaz), **Özlem Sayın** (Divan), **Ünal Çilingir** (Tofaş) ve **Eylem Arsal** (Koç Holding) olarak belirlendi.

Kurulan ekip Koç Holding İş Değerlendirme Sistemi’deki yetkinlik kriterlerini göze alarak (K) kademeleri dışında kalan çalışanlar için gerekli olan yetkinlikleri tespit etti. Bu yetkinlikler ve gerekiyorsa verilen hedeflerin ölçülerek çalışanın performansını geliştirmesine, eğitim planlarının daha kolay şekilde yapılabilmesine olanak sağlayabilecek, grup şirketlerimizde uygulanmakta olan benzer performans sistemlerini de göz önüne alan bir performans değerlendirme sistemi oluşturuldu. Bu sistem 1 Ocak 2003 tarihi itibarı ile Koç Topluluğu genelinde manüel olarak yürürlüğe girdi. 2003 yılı başında sistemin web tabanlı olarak kullanılabilmesi için **KoçSistem**’le çalışmalar başlatıldı. Mart 2003 tarihinde Koç Holding Endüstriyel İlişkiler Koordinatörü **Emre Görgün**’ün başkanlığında **Zeki Uğurlu** ve **Özgür Yücel** (Arçelik), **Burtay Koraltan** (Aygaz), **Kerem**

Fırat (Koç Holding), **Didem Çağlayan** (KoçSistem) tarafından ikinci bir proje ekibi oluşturuldu.

KoçSistem’le Mart ayında başlatılan proje çalışması sonucunda, tüm şirketlerdeki yetkili kişilerin web üzerinden merkezi uygulamaya erişerek mavi yakalı personele ait performans değerlendirme formlarını elektronik ortamda doldurabilecekleri ve istedikleri raporları alabilecekleri tek bir veritabanı sunucusu üzerinde bulunacak sistemin yazılımı geliştirildi. Bu çalışmalar yapılırken uygulamada olan endüstriyel ilişkiler raporlarının da sistem üzerinden veri girişi sağlanarak raporlanabilmesi için çalışmaların yapılması ve oluşturulacak yapının sadece performans sistemi değil bir endüstriyel ilişkiler veritabanı haline getirilmesine karar verildi. Sistemin adı “Koç Holding Endüstriyel İlişkiler” (ENDIS) olarak belirlendi. Tamamlanan bu proje sonucunda; Mavi Yaka Performans Değerlendirme Sistemi’nin web ortamında kullanımının yanında, Topluluk şirketleri mavi yakalı personel ile ilgili çeşitli raporlara baz oluşturacak bilgi girişlerini web üzerinden yapabilecekler ve bunlara ilişkin karar destek amaçlı (ücret, maliyet vs. gibi) şirketlerine ait raporları görebileceklerdir. Sistem; zaman içinde yapılacak iyileştirme çalışmalarının aynı anda tüm şirketlerde geçerli olabileceği, bakımı kolay ve gelecekte mavi yakalı personel ile ilgili düşünülen diğer projeler için de altyapı oluşturacak şekilde tasarlanmıştır. 



Bir Dünya Başkenti: Cenevre

Yaşam kalitesi ve standardıyla efsaneleşen Cenevre, dünya siyasetine, küresel ekonomi ve ticaret politikalarına yön verilen zirvelerin, insan hayatını ilgilendiren her alanda “son durum”ların gözden geçirilip geleceğin yol haritalarının çizildiği benzersiz bir kent

Cenevre, nüfusu ve yüzölçümü dikkate alındığında küçük ama yüklendiği misyonlarla bir çok başkenti gölgede bırakabilecek kadar büyük bir kent.

Refah seviyesi, tarafsızlık ilkesini ısrarla korumasıyla ünlü İsviçre'nin güneybatısında **Leman Gölü** kıyısında kurulu bir kanton Cenevre. 400 bin nüfusu ile mütevazı bir kent görünümü verse de bugün dünyanın kongre merkezi konumundadır. Ekonomiden siyasete, ticaretten finansmana, sağlıktan eğitime, çevreye, bilim ve teknolojiye, yani aklımıza gelebilecek herhangi bir konuda uluslararası toplantı ya da etkinlik düzenleniyor ve siz de katılımcıysanız, biletiniz yüzde yüz Cenevre'ye kesilecektir. Denilebilir ki, yolu Cenevre'den geçmeyen politikacı, devlet yöneticisi, bilim insanı ve işadamı yok gibidir.

İnsan hakları başta olmak üzere evrensel değerlerin yaratıldığı sözleşmeler, devletler arası gerilimlerin ve çatışmaların

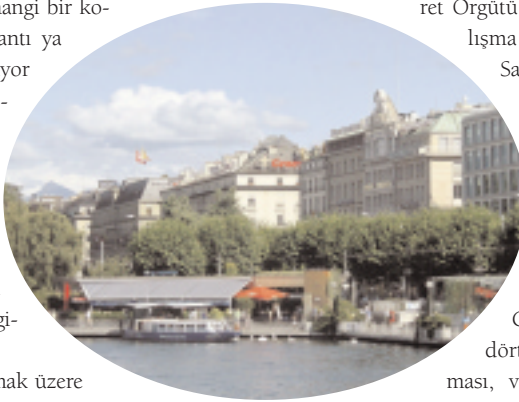
uzlaşmayla sonuçlandırıldığı barış antlaşmaları, hep bu kentin imzasını taşır. Kent tam bir uluslararası kuruluş cennetidir. Sağlık, iş yaşamı, sosyal yardım, insan hakları, ticaret, kalkınma, çevre, bilim, araştırma, spor gibi insan yaşamını ilgilendiren her alanda faaliyet gösteren ve sayıları 300'ü bulan sivil toplum örgütü, uluslararası kuruluş ve dünya- ca ünlü şirketlerin genel merkezleri bu kenttedir. Birleşmiş Milletler'in **New York**'tan sonraki ikinci büyük ofisi Avrupa Merkezi (UNOG), BM Mülteciler Yüksek Komiserliği (UNHCR), Dünya Tica-

ret Örgütü (WTO), Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Avrupa Yayın Birliği (EBU) ve Kızılhaç, ilk anda akla gelen kuruluşlardır.

Bankacılığın Kalbi

Cenevre, kıta Avrupa'sının dörtüylü ağızda konumlanması, vergi avantajları, gelişkin teknolojik altyapısı ile çok sayıda şirket için çok çekici bir iş merkezidir aynı zamanda. Uluslararası iş dünyasının saygın ve ünlü markalarının hemen hepsi, genel merkez, Avrupa-Ortadoğu-Afrika ofisleri için bu kenti tercih ediyorlar. Çoğunluğu ticaret, bankacılık, sigorta, danışmanlık ve otelcilik alanlarında faaliyet gösteren şirket sayısı tam 13 bin 300'e ulaşüyor.

Cenevre'nin tarihi serüveni, bugünkü noktaya ulaşmasında önemli köşe taşlarıyla bezeli. Arkeolojik bulgular ilk kent yerleşimini MÖ 500'e götürürken, tarihi kayıtlarda kente “Genua” ismini ilk kez **Sezar**'ın verdiğine rastlarız. İlk olarak Roma İmparatorluğu sınırlarına dahil edilen Cenevre, 1815'te İsviçre Konfederasyonu'na katılınca dek farklı iktidar odaklarınca işgal ve ilhak edilir. Ve Cenevre'nin kaderi **Jean Calvin**'le beraber değişir. Calvin'in dini otoriteye muhalefetiyle döneme damgasını vuran



Çokuluslu Şirketlerin Merkezi Cenevre

Cenevre'deki şirket sayısı	13,301
Sektörel dağılım	
Toptan ticaret	1,285
İş temsilciliği	317
Perakende ticaret	3,770
Otel ve restaurant	1,365
Onarım hizmetleri	991
Nakliyat ve iletişim	964
Banka, sigorta ve danışmanlık	4,609



KOFISA'NIN

30. Kuruluş Yıldönümü Cenevre'de Kutlandı

Koç Topluluğu'nun köklü şirketlerinden **Kofisa**, 30. kuruluş yıldönümünü 12 Kasım'da **Cenevre**'de düzenlenen bir akşam yemeğiyle kutladı. Yemeğe Koç Holding Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç**, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, Enerji Grubu Başkanı **Ömer M. Koç** ve Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı **Hasan Bengü** de katıldılar.

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, yemekte yaptığı konuşmada Kofisa'nın, grubun finansmanında çok önemli bir rol oynadığını belirterek "Kofisa'nın sadece Koç Grubu'na ve Türk şirketlerine değil, global pazarda hizmet veren bir finansman akrobati olmasını arzu ediyoruz" dedi.

Kofisa'yı iyi günlerde olduğu gibi zor günlerde de grubun yanında görmekten duyduğu memnuniyeti dile getirerek konuşmasına başlayan Mustafa V. Koç, 2000 yılından bu yana yeni iş modeli ve misyonuyla gelişimini hızlandıran şirketin güçlü bir ekip çalışmasıyla etkileyici bir verimliliğe ulaştığını, asgari düzeyde personel artışına rağmen cirosunu üçe katladığına dikkat çekti. Türkiye ihracatındaki artışın son iki ayda tarihi rekorlar kırdığını hatırlatan Mustafa V. Koç, Kofisa'nın Türk ihracat ve ithalat akışında yer edinme kararlılığının grubun vazgeçilmez öncelikleri arasında yer aldığını söyledi. Koç Topluluğu'nun dünya liginde yer alma vizyonunun önemli bir parçası olan Kofisa, 1973 yılında Koç Topluluğu'na bağlı şirketlerin ürün, hammadde, makine, yedek parçalarının tedariki ve finansmanın düzenlenmesi amacıyla kuruldu. Kendisini, "yaratıcı ve profesyonel ticari çözümlerle katmadeger üreten bir finansal mühendislik şirketi" olarak tanımlayan Kofisa'nın genel merkezi, uluslararası iş aleminin nabzının attığı Cenevre'de bulunuyor.

*Koç Holding
Onursal Başkanı
Rahmi M. Koç
(solda), Koç
Holding
Kurumsal
İletişim ve Dış
İlişkiler Başkanı
Hasan Bengü
(sağda) ve
Kofisa Genel
Müdürü
Nicholas
Sanchez
(ortada), plaket
töreninde.*

i letişim



1980 yılından bu yana Konya'da Arçelik bayiliği yapan İsmail Hakkı Kolat, Arçelik'le çalışmasının nedenini şöyle açıklıyor: "Arçelik'in özellikle servis ve müşteri memnuniyeti konusunda gösterdiği hassasiyet bayii olma kararı almamda etkili olmuştur."

Arçelik Konya Bayii İsmail Hakkı Kolat:

"Arçelik ile Çalışmak Bize Güven ve Gurur Veriyor"

Bize kendinizden bahseder misiniz?
1958 yılında Konya'da doğdum. İlk ve orta okulu Konya'da, liseyi Konya Koleji'nde okudum. 1975 yılında Yabancı Diller Yüksek Okulu'na başladım ve 1979'da mezun oldum. Bu süre içerisinde ticaretime ara vermeden devam ettim. 1975 yılında ilk mağazamı Zafer'de Paşabahçe bayii olarak açtım. Daha sonra Siera bayiliği yaptım. 1977 yılında mağazamı Bedesten içine taşıdım ve toptancılığa başladım. Özalpın mamullerinin ve Vega televizyonlarının İç Anadolu dağıtımına başladım. Ardından Grundig ve Schaub Lorenz televizyonlarının dağıtımını üstlendim. Uzun süre toptancılığa devam ettim.

• Arçelik'le çalışmaya nasıl başladınız?

1980 senesinde Arçelik'in bayilik teklif etmesi üzerine, zorlaşan ve riski artan toptancılığı bırakarak Arçelik bayiliğine başladım. Bu teklifi kabul etmemin önemli nedeni, ciddi ve kaliteli bir firmayla çalışmaktı. Özellikle servis ve müşteri memnuniyeti konusunda gösterdikleri hassasiyet bayii olma kararı almamda etkili olmuştur.

• Bir Arçelik bayii olarak müşterilerinizle olan ilişkilerinizi nasıl yürütüyorsunuz?

Farklı bir ticaretle uğraşmak arzumu beni hep diri kılmıştır. Müşteri memnuniyetine verdiğimiz özen, dürüst ticaret geleneği, müşteriye gösterilen saygı ve sevgi mağazamızın bırakmadığı en önemli özelliklerdir. Müşterilerimizi mal alan bir kişi olarak hiç görmedik. Onları velinimetimiz ve aynı zamanda bize güç veren dostlarımız olarak gördük. Bundan da büyük bir haz duyduk. Arçelik, dünyada ve Türkiye'de kendini kabul ettirmiş yegâne dayanıklı tüketim malları imalatçısı. Bu nedenle böyle bir marka ile çalışmak bizlere son derece güven ve gurur veriyor. Kısacası Arçelik demek kalite demek, Arçelik demek güven demek, Arçelik demek dürüstlük demek.

• Sektörün şu anki durumunu değerlendirir misiniz?

Özellikle 2003 yılında sektörümüzdeki satışlar ciddi şekilde arttı. Bunda en önemli etken, fiyatların geriye çekilmesi ve ödeme kolaylıkları olmuştur. Önümüz-



deki günlerin de böyle olacağını tahmin ediyorum.

• Anadolu Buluşmaları'nın ilk ayağı Konya'da idi. Genel olarak tepkiler nasıldı?

"Anadolu Buluşmaları'nın ilki Konya'da oldu. Mustafa V. Koç'un Mevlana sevgisi ile büyüyen, onun hoşgörüsünden istifade eden, onunla yoğrulan bir dedenin torunu olarak yapılması gerekeni yaptığina inanıyorum. Onun için ilk durak olarak Konya'nın seçildiğine inanıyorum. Bundan da hepimiz çok büyük onur duyduk.

• Arçelik bir süre önce logosundan başlayarak ciddi bir değişime gitti. Bu değişim satışlarınızı etkiledi mi?

Dünyadaki değişimin yansımalarını kısa sürede hissedilen Arçelik'in logo değişimiyle başlayan atağını son derece faydalı buluyorum. Sadece logoyla değil, ürün teknolojisindeki yenilikler, özellikle "A Seri" mamullerin çıkması satışlarımızı artırdı. Hele o "Çelik" furçası herkesin Arçelik'e olan sevgisini on kat artırdı. Çocukların dahi beyinlerine yazıldı. Bizce son derece faydalı bir reklam kampanyası oldu. Zirvede olan Arçelik'i zirveye perçinlemek açısından yeniliklere devam edilmesi gerekir. Biz sizlerle övünüyor, gurur duyuyoruz.

Hem kendimiz, hem ülkemiz adına "Yaşasın büyük Türkiye." 🇹🇷

Birlikte başarmak

Hürriyet Gazetesi Yazarı Pakize Suda:

“Arçelik Benim İçin Vazgeçilmez Bir Marka”

2 Kasım’da yayınlanan ve Arçelik’i konu ettiği yazısının ardından Pakize Suda ile Bebek Divan’da buluştuk. Pakize Suda ile Arçelik, müzik yaşamı, yazarlık ve günlük hayatı üzerine konuştuk...

“**O**kusam da anlamadığım için gazetelerin ekonomi sayfalarını hızlı hızlı geçiyorum. Şöyle bir başlıklarına bakarak. İşte o sırada gözüme çarptı **Arçelik**’le ilgili haber.”

Hürriyet gazetesi yazarı **Pakize Suda**’nın 2 Kasım tarihli köşe yazısı işte bu satırlarla başlıyordu ve aynen şöyle devam ediyordu: “Şehirler, evler, işler, eşyalar, arkadaşlar, sevgililer değiştirdim bir o kaldı hayatımda. Biri gitse öteki geliyor yerine. Hiçbir şey, hiç kimse böyle dört koldan, ne dördü kırk dört koldan girmedi hayatıma. Bir tane bile olsun Arçelik ürünü bulunmayan tek hane var mıdır şu topraklarda merak ediyorum? Hem fakirin hem zenginin evine giren tek ortak markadır herhalde. Aynı zamanda hem İzmir’in, hem de Karşının...”

“**Kuşatma**” başlıklı yazının ardından Pakize Suda ile **Bebek Divan Cafe**’de buluşuyoruz. Divan Cafe’nin alt katında, hemen cam kenarında bir masaya yerleşiyoruz. Önümüzde Boğaz. Muhteşem bir manzara. “Sık sık geliyorum buraya” diyor Pakize Suda ve ekliyor: “Bir defa buradaki manzara başka hiçbir yerde yok. Hele yazın doyumsuz. Camın önüne konan kuşları ellerinizle besliyorsunuz. Adeta yaşadığınızı hissediyorsunuz burada.” Pakize Suda olanca sıcak-

lığıyla yanıtlıyor sorularımızı. Aslında bir röportaj için buluşmuştuk ama hoş bir sohbetin içinde buluyoruz kendimizi. Önce “malum” yazıdan konuşalım diyoruz. Suda, kendine has üslubuyla giriyor lafa: “Gerçekten de Arçelik bizim için vazgeçilmez. Gençlerde şöyle bir baktım, evdeki neredeyse bütün eşya Arçelik. Biri gitmiş bir gelmiş. Hayatımın neredeyse tamamında Arçelik var. Yazmış olduğum gibi doğduğum gün hayatıma girmiş Arçelik ve bugün hâlâ burada. Bir marka için bence gurur verici bir durum bu. Bir de çok önemli bir özelliği var Arçelik’in. Zenginlerin olduğu gibi dar gelirlielerin de vazgeçemedikleri bir marka. Bugün Türkiye’de hangi eve gitseniz en az bir Arçelik vardır. Belki buzdolabı, belki su ısıtıcısı, belki çamaşır makinesi. Arçelik’in bence en güçlü yanı servise ve yedek parçaya çok çabuk ulaşabilmeniz.”

“Yazarlığı Çok Seviyorum”

Söz dönüp dolaşıp yazarlığa geliyor. Klasik soru: “Yazarlık nasıl başladı?” Cevap da klasik belki: “Benim babam da gazeteci. Dolayısı ile eğer genlerden gelen bir durum varsa bu tam bana uygun. Ama yazarlık aslında şans eseri başladı. Hiç hesapta yokken. ‘Çok güzel konuşuyorsun. Gel şu anlattıklarını yazsana’ dediler. Ben de gerçekten anlattığım üslupla yazmaya başladım. Kısa sürede yazıları çok sevildi ve okunmaya başladı. Şu anda çok mutluyum bu durumdan. Yazmayı gerçekten de çok seviyorum.” Bir işi severek yapmanın başarının birinci kuralı olduğundan konuşuyoruz Pakize Suda’yla. “Bugüne kadar yaptığım her şeyi severek yaptım. Belki de bunun için hepsi belli bir çizginin üzerindeydi” diyor gururla. Uzun yıllar sahnede de aynı kaliteyi korumuş bir sanatçı. Dile kolay, 30 yıllık bir müzik geçmişi. “Benim özel bir izleyici kitlem var” diyor ve ekliyor: “Bakın dinleyici değil, izleyici diyorum. Çünkü benim sahne çok eğlencelidir. Zaten üç saat program yapıyorsan bunun bir saati mutlaka konuşarak geçer. Espriler yaparım, hikâyeler anlatırım. Uzun yıllar beni izleyen ve daha sonra evlenip eşiyile gelmeye başlayanlar, eşiyile izleyip bugün, bo-



yunca çocuklarıyla gelenler var. Farklı kuşaklara hitap ediyorum.” Her ne kadar uzun yıllarını sahnelerde geçirmiş olsa da yazarlığın yeri bambaşka Pakize Suda için. “Kartvizitiniz olsa, ne yazmasını isterdiniz?” diye sordüğümüzda pek de fazla düşünmeden yanıtıyor: “Köşe yazarı ya da yazar yazmasını isterdim. Çünkü yazarlığın yeri benim için bambaşka. Ben yazarlığın bir yetenek olduğuna inanıyorum. Aksi takdirde, dolu dolu bir yaşam geçirmiş, çok tecrübeli olan herkes iyi yazar olurdu. Ama öyle değil. Önemli olan yaşadıklarımızı farklı bir süzgeçten geçirmek ve üslupla sunmak. Bugün insanlar benim yazılarımı okuyor, takip ediyor, hatta kesip saklıyorlar. Daha çok kadınlar tarafından okunuyorum galiba ama erkeklerden de beni ciddi bir şekilde takip edenler var. Hatta kimileri, kimi yazılarımı çok yerinde buluyorlar, beğeniyorlar ama eşlerine ya da sevgililerine o yazıyı direkt göstermek yerine benim sayfamı açıp gazeteyi masaya bırakıyorlar. Dolaylı bir mesaj gibi. Çok ilginç, beni sadece yazılarımdan tanıyanlar var. Şarkıcılık yaptığımı, şarkıcı olduğumu bilmeyenler var.”

Sokaktan Besleniyorum

Düzenli olarak köşe yazısı yazmak gerçekten zor bir uğraş. Bir yazarın beslendiği kaynaklar yazarın konu çeşitliliğini, çok yönlülüğünü ortaya koyuyor. Pakize Suda bu açıdan çok şanslı bir yazar belki de. Çünkü kendi deyişiyle “sokaklardan besleniyor”. “Ben çok dolaşırım ve herkesle konuşurum” diyor ve ekliyor: “Takside, arabada, kuaförde sürekli olarak konuşurum. Çevremdeki insanların fikirlerine önem veririm ve herkesi dinlemeye gayret gösteririm. Bu konuştuklarımız zaten satırlara da yansıyor. Ama sadece insanlarla bir arada olmak, onlarla konuşmak yeterli olmuyor. Çok okurum. Gazetelere özellikle düşünüyordum. Bazen gazetelerin tümünü kısa bir sürede tüketirim ve tekrar tekrar göz atarak okumadığım bir yer kaldı mı diye bakardım. Kitaplarla da aram çok iyidir. Köşe yazarı olduğum için hemen hemen yeni çıkan kitapların tümü gelir. Ama hepsini okumaya elbette zaman yok. Başucumda duran birkaç kitap vardır. Galiba artık evde oturmayı, evde yaşamayı çok seviyorum ve kitaplar da bu nedenle çok iyi birer arkadaş. Sade yazmak kadar zor bir şey yok. ‘Öykü de yaz’ diyorlar. Öyle bir söz verdim ama bakalım. Zaten yayınevimin de böyle bir isteği var. Bir yerden başlamam da lazım. Bazen ‘küçük küçük notlar alayım’ diyo-



rum. Aslında yaşadıklarımın sadece üç yılını yazsam müthiş bir aşk romanı çıkabilir ortaya.”

Her Şey Çok Çabuk Tükleniyor

Laf lafı açıyor, konu Pakize Suda’nın son aylarda rol aldığı televizyon dizisine geliyor. Pakize Suda, televizyonun tamamen farklı bir uğraş olduğundan bahsediyor. Ama sanatın her alanında olduğu gibi burada da sorun hemen hemen aynı: Çabuk tüketilmek; müzikte, edebiyatta, televizyonda... “Bir çalışma başlayana kadar müthiş bir ilgi var” diyor Pakize Suda ve ekliyor: “İlk bölümlerde el bebek gül bebek; size çok özen gösteriyorlar. Ama reytingler biraz düşsün, hemen yarıdan kaldrınıyorsunuz. Aslında bu her alanda böyle. Her şey çok çabuk tüketiliyor.”

Son olarak okurlarıyla ilişkilerini soruyoruz. Gülümsüyor Pakize Suda ve şöyle konuşuyor: “İnsanlar beni hemen tanıyıp yanıma geliyorlar ama rahatsız etmiyorlar kesinlikle. İlginçtir, çoğu insan, örneğin bir alışveriş merkezinde yanıma geliyor ve ‘sizi sesinizden tanıdık’ diyor. Şarkıcıyken de tanırlardı ve severlerdi. Ama şimdi saygı da duyuyorlar. Ben de yazarlıkla şarkıcılığın en büyük farkı bu. Çok zor elde edilen bir özellik bu, ama harika: Saygı görmek.”

Burak Tezcan

Pakize Suda ile Kısa Kısa...

- Mutfakta çok becerikliyimdir. Hiç yemediğiniz bir yemeği ben yapayım, çok beğenirsiniz.
- Her gazeteyi, her köşe yazarını okurum. Ama kimleri beğeniyorum söylemem.

- Önceleri yazılarıma tepkiler oluyordu. Kabul etmek istemiyorlardı; ama artık herkes kabullendi.
- Geçenlerde Hülya Avşar’a geçmiş olsuna gittim. Bir ziyaretçi cüzdanından çok eski bir yazımı çıkardı ve herkese okudu. Harika bir duyuydu.
- Artık pek fazla müzik dinlemiyorum. Yoruldum. İçinde mesaj olan

sözler beni yoruyor. Ama hoş, hafif müziklere hayır diyemem.

- Sinemaya özel bir merakım yok. Fırsat buldukça gitmeye çalışıyorum. Ama “Godfather” ya da “Love Story” gibi klasik filmleri nasıl unuttabilirim ki?
- Çok e-mail alıyorum ama ne yazık ki yanıt yazamıyorum. Aslında tüm okurlara yanıt vermek isterdim.

Aslında Hepsisi Koç Burcu

Birçoğumuz elimize gazete aldığımızda günlük falımızı okumadan edemeyiz. Bir kişiyle ilgili pek çok şeyi bilmeyebiliriz ama burcunu mutlaka biliriz. Zaman zaman kimi bilimsel araştırmalar dayanaktan yoksun bulsa da, ilgisinin yine de çok olduğundan hareketle “Bizden Haberler”in bu sayısında burçları konu ettik. İşte Koç Topluluğu yöneticilerinin burçları ve burçların özellikleri...

Tarihi çok eskilere dayanan astroloji bugün artık neredeyse bir bilim dalı haline geldi. Yıldız haritaları, gezegenlerin hareketleri bir yana, astrolojinin belki de en basit biçimi olan burçlar hergün binlerce insanın yaşamına yön veriyor. Eski bir ABD Başkanı’nın astrologuna danışmadan önemli anlaşmalar imza atmadığı, çok bilinen bir öykü. Bugün pek çok ünlü isim yıldız hareketleriyle yakından ilgileniyor. Kimi şirketler alacakları elemanları burçlarına, hatta yükselen burçlarına göre belirliyorlar. Biz de Koç Topluluğu Başkanları’nın burçlarını ve bu burçların temel özelliklerini sıraladık. İşte Başkanlarımızı daha yakından tanımamızın “alternatif” bir yöntemi...



Koç (21 Mart-20 Nisan)

Anahtar Kelimeler: Atılganlık, etkinlik, acelecilik ve kendine aşırı güven.

Özellikleri: Serüvenci, atılımcı, cesur, enerjik, özgürlüğüne düşkün, açık sözlü, dürüst.

Koç Zodyak’ın ilk burcudur ve yeni başlangıçları temsil eder. Yaratıcı, tutkulu ve hırslı aynı zamanda egoist ve sabırsızdır. Hep aceleniz varmış gibi bir izlenim bırakırsınız. Ateş elementi olarak enerjik, canlı ve heveslisiniz. Öncü nitelikten olduğunuz için de hareketlisiniz. Öncü ruhlusunuz ve doğuştan lider özelliklerine sahipsiniz. Girişimci, atılımcı ve yeniliklere açıksınız.

Koç burcundan kimler var?

Ali Y. Koç, Ömer M. Koç, Hasan Bengü, Selçuk Gezdur, Dr. Rüştü Saraçoğlu

Boğa (21 Nisan-21 Mayıs)

Anahtar Kelime: Sahip olma
Özellikleri: Güvenilir, sabırlı, dayanıklı, kararlı, iradeli, sevgi dolu, sadık



Boğa burcu toprak elementi olduğu için pratik ve tutucudur. Sabit nitelik taşıdığı için de dikkatli davranır. Burcun yönetici gezegeni Venüs ise uyumluluk verir. Boğa insanı, sabırlı, işini bilen ve kararlı bir tiptir. Zodyak’ın en inatçı ve sabırlı burcudur. Bir şeye karar verdiği zaman onu kararından döndürmek imkansızdır. Programlıdır ve ne zaman ne yapacağı bellidir. Finans konularında, borsacı, bankacı, muhasebeci, ekonomist olabilir.

Boğa burcundan kim var?

F. Bülend Özaydınlı

İkizler (22 Mayıs-21 Haziran)

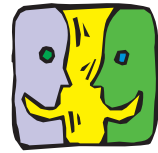
Anahtar Kelime: Düşünüyorum

Özellikleri: Uyumlu, entelektüel, çabuk kavrayan, mantıklı, konuşkan, canlı, sempatik, yeniliklere açık.

İkizler’de hava elementi ile değişken nitelik bir araya gelerek konuşkan, bilgili ve uyumlu özellikler ortaya çıkıyor. İkizler’i haberleşme ve akli temsil eden Merkür yönetir. İkizler çabuk düşünür ve çabuk hareket eder. Değişiklikten büyük zevk alır ama bu yüzden de huzursuzdur. Tartışmalarda zekasını ve yeteneğini gösterir. Muthiş bir konuşma yeteneğine sahiptir ve çok hazırcevaptır. Çabuk heyecanlanan, hareketli bir zihne sahip, yenmesi zor bir tiptir.

İkizler burcundan kim var?

Suna Kıraç



Başak (24 Ağustos-22 Eylül)

Anahtar Kelime: Analiz ederim

Özellikleri: Dürüst, dakik, kibar, çalışkan, düzenli, titiz, analizci, canayakın, esprili konuşma, iyilik isteği, hassas, dikkatli, rafine, kültürlü.

Başak burcu toprak elementi ve değişken nitelik özelliklerini taşır. Yani hareketli, pratik ve sakindir. Yöneticisi Merkür'den akıl, mantık ve analiz özelliklerini almıştır. Güzel konuşur, güzel yazar ve kafası çok hızlı çalışır. Zekasının parlaklığına rağmen geri planda kalmayı, olayları perde arkasından yönetmeyi sever. Başak burcu insanın kafası ayrıntılı işlere uygundur. Pek çok insanın gözünden kaçan detayları görür. Bazen detaylar yüzünden olayları bütün olarak göremeyebilir. Ayrıntıya dikkat etmesi, titizliği ve çalışkanlığı enerjisi ile birleşince çok başarılı olur. Kusursuzluk peşinde koşar, her şeyin, önem verdiği her konunun mükemmel olması için çabalar.

Başak burcundan kimler var?

Semahat Arsel, Temel Atay, İnan Kıracı



Terazi (23 Eylül-23 Ekim)

Anahtar Kelime: Tartarım

Özellikleri: İyi niyetli, büyüleyici, uyumlu, diplomatik, duygusal, zarif, idealist

Terazi burcunda hava elementi ile öncü nitelik birleşmiştir. Onun için Terazi akılcı, bilgili ve dengelidir. Yöneticisi Venüs'ten uyum, güzellik ve zerafet almıştır. Hava elementinin etkisi ile her şeyden önce ortak saydığı kimse ile anlaşmayı arzular. Terazi insanı güçlü bir adalet duygusuna sahiptir. Burcun simgesi terazi adaleti temsil eder. Bu, burcun temel özelliklerini yansıtmaktadır. Eşitlik Terazii'nin temel ilkelerinden biridir. Herkese iyi davranmak ister, kendine davranılmasını istediği gibi davranır. Verdiği kadar almak ister, ilişkileri bu konuda dengeli olursa çok mutlu olur.

Terazi burcundan kimler var?

Rahmi M. Koç, Hasan Subaşı, Nevzat Tüfekçioglu, Aydın I. Çubukçu, Dr. Bülent Bulgurlu



Akrep (24 Ekim-22 Kasım)

Anahtar Kelime: Arzuluyorum

Özellikleri : Güçlü duygular, sezgi, kararlılık, cazibe, ince düşünce, sır saklama, becerikli.

Akrep su elementi ile sabit nitelik özellikleri taşımaktadır. Su gurubundan olduğu için hassas, duygularını gizleyen bir burçtur. Sabit nitelik taşıdığı için de inatçıdır ve yaptığından vaz geçmez. Akrep Zodyak'ta

genel olarak cinsel duyguları temsil eder. Bunlar bir araya geldiğinde ortaya kıskanç, kuşkucu, kinci, duygulara fazla önem veren, inatçı ve hırslı biri çıkar. Akrep duygularında yanılmaz. İçine doğanlar genellikle doğrudur. Karizması ve çekiciliği, önsezilerini kullanma yeteneğinden kaynaklanır. Sezgileri çok güçlüdür, bu yöne ağırlık verirse, medyum bile olabilir. Kafası çok çalışır, olayları küçük detaylarına kadar inceler ve sezgisini de katarak doğru kararlar verir.

Akrep burcundan kimler var?

Mustafa V. Koç, Nadir Özşahin, Mehmet Ali Berkman

Kova (21 Ocak-18 Şubat)

Anahtar Kelime: Biliyorum

Özellikleri: İnsan sevgisi, dost canlısı, iradeli, idealist, yaratıcı, ileri görüşlü, bağımsız

Kova insanı hava elementi ile sabit nitelik özellikleri taşır. Yönetici gezegeni ise özgür ruhlu Uranüs'tür. Bu nedenle Kova, akıllı, bilgili, bağımsız olmakla birlikte zor durumda kaldığı an kendini kurtaracak beceriye sahiptir. Kova insanı insanlığın iyiliği için çalışmaktan zevk alır. Dünyanın geleceği ile ilgilenir, dünyayı daha iyi bir yer haline getirip kendisinden daha kötü durumda olan insanlara yardımcı olmak ister. Balık burcu, insanlara bire bir yardım etmek isterken, Kova genel anlamda insanlığa faydalı olmak ister.

Kova burcundan kimler var?

Cengiz Solakoğlu



Balık (19 Şubat-20 Mart)

Anahtar Kelime: İnaniyorum

Özellikleri: İyi niyetli, duygusal, merhametli, yardım sever, uyumlu, anlayışlı, duyarlı.



Balık burcunda su elementi ile değişken nitelik bir araya gelmiştir. Yöneticisi Neptün ise sezgi, derin duygular verir. Bütün bunların karışımı ile çok hassas bir burç ortaya çıkmıştır. Balık duygu ve hayalleri ile yaşamaktadır. Balık burcunun simgesindeki iki balık çift karakteri simgelemektedir. Bu iki balığın ayrı yönlerde doğru gidiyor olması da Balık insanın kararsızlığını simgeler. Akli ile duyguları devamlı savaş halindedir. Bu yüzden bazen onu anlamak pek kolay değildir.

Balık insanının sezme gücü inanılmaz kadar gelişmiştir. Dış dünyayı duyguları sayesinde hemen algılar. Mistik, doğa üstü, esrarengiz bir burçtur. Hayal gücü çok gelişmiştir. Herkesle iyi geçinen, uyumlu kişilerdir.

Balık burcundan kimler var?

Hasan Yılmaz, Prof. Yavuz Alangoya





Murat
Peksavaş
Koç Holding
Hukuk
Müşavirliği



Markalarımız Koruma Altında

Koç Topluluğu'nun maddi varlığının temelinde kuruluşundan bu yana yarattığı fikri değerler yer almaktadır. Koç Topluluğu'nun 21.yüzyıla girerken karşılaştırmalı üstünlüğünün en çok hissedildiği alan yarattığı markalardır. 80 yıla yaklaşan bir yatırım sonucunda yaratılan markalarımızın hukuki alanda da hak ettikleri şekilde korunabilmeleri büyük önem taşımaktadır.

11 Kasım 2002 Tarihi itibarıyla Koç Holding Hukuk Müşavirliği bünyesinde devreye giren MARI@A Sistemi (Marka ve Internet Alan Adları Merkezi Koordinasyon Sistemi) bu ay itibarıyla birinci yılını tamamlamaktadır. Sistem sayesinde şirketlerimiz ve Vehbi Koç Vakfı kuruluşları dahil 129 kuruluş internet üzerinden ortak bir bilgi ağına bağlanmıştır ve Topluluk içerisinde geçmişte fikri mülkiyet alanında karşılaşılan sorunlar büyük ölçüde giderilmiştir.

MARI@A sistemi sayesinde sağlanan en büyük gelişme şirketlerimizin markalarının eksiksiz tescil edilmesi alanındadır. İşe başlandığı gün Topluluk şirketlerinin üçte ikisinin markası tescilsiz iken bugün bu sayı yok denebilecek kadar azalmıştır. Marka ve internet alan adı veri tabanı üzerine yerleştirilen arama motorları sayesinde portföyün o anki durumu konusunda bilgi almak mümkün hale gelmiştir.

Tamamen internet teknolojisi ile inşa edilen sistemin portaline Koçweb intranet sitesi üzerinden ulaşmak mümkündür. Son 12 ay içerisinde sistem üzerinden şirketlerimiz, 266'sı marka tescilli olmak üzere, toplam 2 bin 400 on-line işlem yapmışlardır. Yine bu zaman süresi içerisinde sistemin yaygınlaştırılması için toplam 150 Topluluk personeline eğitim verilmiştir. Sistem bünyesinde kurulan üç farklı bir takip sisteminin devreye sokulmasıyla bugün itibarıyla ek bir masraf yaratmaksızın Koç markalarının yanı sıra şirketlerin ihtiyaç duyabileceği diğer markaların takibi de mümkün hale gelmiştir. 12 ayda taranan toplam 24 bin 200 marka tescilli

sayesinde şirketlerimizin markaları ile ihlal oluşturan toplam 111 marka tescil müracaatı önlenmiştir. Diğer şirketler tarafından yapılan 1.245 farklı marka tescili konusunda şirketlerimiz bilgilendirilmiştir. Bir yıldır verdiğimiz katma değeri yüksek hizmetler sayesinde şirketlerimizden çok sayıda olumlu geri dönüş aldık.

Marka ve Teknoloji Gücü

Gerek yerine getirdiği işlevler gerekse de kullandığı teknoloji itibarıyla MARI@A projesi Türkiye'de bir ilktir. Tamamen Koç Topluluğunun öz kaynakları ile sadece 15 bin Dolar harcanarak hayata geçirilen sistemin devreye girmesiyle ise doğrudan ve dolaylı olarak yapılan tasarrufun 2004 yılı sonu kadar 500 bin Dolar civarında olacağı tahmin edilmektedir. 20. yüzyıl şartlarında ön planda olan üretim gücü ve kapasitesi iken yeni yüzyılın şartlarında marka ve teknoloji öne çıkmıştır. Bir malı veya hizmeti üretmek kadar, onu daha iyi şartlarda satabilmek de önemlidir. Bu değişimin önceden görerek önlem alan Koç Topluluğu marka ve teknoloji gücü olan konularda odaklanmayı bir portföy yönetim prensibi olarak benimsemiştir. MARI@A Sisteminin Koç Topluluğu'nun bu hedefini hayata geçirilmesinde önemli bir rol oynayacağını düşünmekteyiz. Marka ve teknolojiyi yaratmak kadar koruyabilmek de önem taşımaktadır. Şirketlerin yarattıkları marka ve internet alan adları dışında, patent, endüstriyel tasarım ve yazılımlar, onların fikri sermayesinin bir parçasıdır. Şirketlerimizden gelen talepler doğrultusunda ilerideki dönemde MARI@A sistemini patentleri de kapsayacak şekilde genişletmek arzusundayız. Bir yıl içerisinde marka ve internet alan adları alanında alınan tüm bu mesafeye rağmen şirketlerimizin diğer fikri sermayelerinin halen tam bir koruma altına alındığını düşünmek yanlış olur. Tam korumanın sağlayabilmenin tek yolunun bu kültürün şirket içerisinde yerleşmesinden geçtiği unutulmamalıdır. 

Serbest
kürsü