

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Şubat 2003

sayı 299



Vehbi Koç 2003.....4

- İlkelerini İnsani Değerler Üzerine Kuran Lider

Küresel Vizyon.....8

- Rahmi M. Koç'tan Koç Topluluğu Çalışanlarına Mesaj
- Dijital Pazarlamanın Platformunun Artık Bir "Paro"lası Var
- MARI@A ile Marka ve İnternet Alanları Koruma Altında

e-dönüşüm.....14

- İhale ve Satınalma Süreçlerine e-çözüm: Promena

Sektörel Vizyon.....16

- Traktörlerimiz Dünya Pazarlarında!

İletişim.....28

- Koç Holding Hizmet Ödülleri Verildi

Hayata Dair.....29

- Damat Traşı
- Sahada ve İş Dünyasında 'Sportif' Mücadele!

Toplum ve Yaşam.....34

- Biletix'te Müşteri Memnuniyeti

BİZDEN HABERLER**KOÇ HOLDİNG A.Ş. AYLIK YAYIN ORGANI**

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

Tel: (0 216) 531 00 00

Fax: (0 216) 343 15 37

İnternet: <http://www.koc.com.tr>

e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr

Şubat 2002 Sayı: 299

Sahibi: **Koç Holding A.Ş. adına**

F. Bülend Özaydınlı

Sorumlu Yönetmen: **Fatma Nur Halil**

Editör: **Ülkü S. Osmanoğlu**

Sanat Yönetmeni: **Nihal Atatepe**

Yayın Kurulu: **Ali Saydam,**

Can Kaya İsen, Şeniz Akan

Yapımcı: **Kesişim Yayıncılık ve İletişim**

Hizmetleri Ltd. Şti. Tel: (0 212) 288 79 70-71

Renk Ayrımı ve Baskı:

Çali Grafik Matbaacılık A.Ş.

Tel: (0 212) 696 52 27 (pbx)

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

Tüketicinin Beklentilerini Anlayabilmek...

Topluluğumuzun kurucusu **Vehbi Koç** yaşasaydı 102 yaşında olacaktı. 25 Şubat'ta O'nu yedinci ölüm yıldönümünde hep birlikte anacağız. "Tüketicie En Yakın Topluluk Olma" hedefine doğru kendi içinde iddialı yöntemlerle hızlı ve büyük adımlar atan **Koç Topluluğu**, tüm çalışanlarıyla, kurucusunu rahmetle anıyor. Türk halkının çok önce sezip, gerçekleştiren bir lider olarak Vehbi Koç, sadece Topluluğumuz'un değil Türk sanayinin de tartışmasız bir "öncüsü" olarak belleklerimizde yaşıyor. Bu ay dergimizde, Vehbi Bey'i "insana verdiği değer"le anmak istedik ve halktan insanlara, önde gelen işadamlarına ve gazetecilere **Vehbi Bey'i** sorduk. Onu tanıyanların anılarını dinledik, tanımayanların da onun hakkındaki görüşlerini aldık.

Yaratıcı Projeler

Dergimizi hazırlarken, bu ayın haberleri arasındaki yaratıcı projelerin birbiri ardına ortaya çıktığını gördük. Marka ve İnternet alan adlarını güvence altına alan ve tamamen Türkiye'ye özgü bir sistem olan **MARI@A** hakkındaki tüm bilgileri Koç Holding İdare Meclisi Üyesi ve Baş Hukuk Müşavirimiz Prof. Dr. **Yavuz Alangoya**'dan dinlerken söz konusu projenin önemini bir kez daha kavradık. Bu sistem, Topluluğumuza bağlı tüm şirketler ve Vehbi Koç Vakfı çatısı altında bulunan tüm kuruluşları kapsayacak biçimde toplam 135 şirket ve kuruluşun bağlanabildiği bir bilgi ağı ve sadece Topluluğumuz için değil, ülkemiz için de bir "ilk uygulama".

Bir başka orijinal sistem olan "Paro", Tani Pazarlama ve İletişim'in 55 milyon dolarlık ilk yatırımı ve bu sistem, sadece Türkiye'de değil, dünyada da "ilk kez" uygulanıyor. 7 Ocak'ta yapılan basın toplantısıyla kamuoyuna tanıtılan Paro, "kişilere özel" kampanyalar yapabilen bir pazarlama sistemi. Artık tüketici, dijital ortamda tüm kampanya ve indirimleri ParoPOD ekranından öğrenebiliyor.

Bu ay, "Hayati kolaylaştıran" bir başka hizmet haberi de **Koç Allianz**'dan geldi. Kısa adıyla "3H" olarak kodlanan ve

"**Hızlı Hasar Hizmet Noktası**" adı verilen bu hizmet, kaza anında veya otomobili park halindeyken zarar görenler için uzmanlar tarafından hasarı saptayan, tazminatı hesaplayan ve ödeyen bir sistem.

Bizim Traktörlerimiz Dünya Pazarlarında

Vehbi Bey'in izinden yürünüp yürünmediğini ortaya net olarak koyan güzel mi güzel bir kavram var: "Başarı"! Koç Topluluğu, hedeflerine doğru ne kadar hızlı yol alıyorsa, o kadar başarılı. Ne kadar başarılıysa, Vehbi Bey'in izinden o kadar iyi yürümüş olarak addediyoruz kendimizi. Bu sayıda kapağımıza taşıdığımız bir başarı haberini sizlerle paylaşmak bize gurur veriyor. Çünkü Türk traktörleri, "bizim traktörlerimiz", dünya pazarlarında hak ettiği yerlere ulaşabilmek amacıyla yollara çıktı bile. Koç Holding FIAT Grubu Başkanı **Aydın Çubukçu** ile Türk Traktör Fabrikası Genel Müdürü **Hakkı Akkan**, TD serisi traktörlerin dünya çapında gururumuz olacağını ifade ettiler.

Giovanni Agnelli'nin Vefatı

Dünya otomotiv endüstrisinin dev kuruluşlarından, 47 yıllık ortağımız Fiat'ın onursal başkanı Giovanni Agnelli'nin vefat haberini dergimizi baskıya göndermek üzere iken öğrendik. Koç Topluluğu olarak, Agnelli Ailesi'ne ve Fiat camiasına başsağlığı diliyoruz.

"Hazırlıklarımızı Tamamladık"

Yeni yılın ilk aylarında net olarak belirlenmiş hedeflerimize doğru, "Tüketicie En Yakın Topluluk" olma yolunda ilerlerken, CEO'muz Sayın **F. Bülend Özaydınlı**'nın dediği gibi "biz hazırlıklarımızı tamamlamış" durumdayız.

Yeter ki, -yine Sayın Özaydınlı'nın dediği gibi- "ülkemiz iyi yönetilsin." Sayın Özaydınlı ile Topluluğumuz'un geleceğiyle ilgili ve hükümetten beklentilerimizi içeren bir sohbet gerçekleştirdik. Geleceği daha iyi anlayabilmek ve görebilmek için bu röportajı okumanızı salık veriyor. Sağlık ve başarı dileğimizle Kurban Bayramınızı kutlarız.



İlkelerini İnsani Değerler Üzerine Kuran Lider

Ölümünün üzerinden yedi yıl geçti. Yaşasaydı, tam 102 yaşında olacaktı. Geride bıraktığı tüm ilke ve değerlerle sadece günümüzde değil, gelecek yüzyıllarda da adı hiç unutulmayacak. Ondan daima; “Cumhuriyet’in çınarı Vehbi Koç” diye söz edilecek

Bu ülke için yaptıkları yüzlerce metne konu teşkil edebilecek kadar çok olan bir kişilik o. Ancak Vehbi Koç hakkında yazılan tüm metinleri bir araya getirip baksanız ve aralarında ortak bir nokta ararsanız tek bir sözcük ile karşılaşsınız; İNSAN.

İlkelerini ve değerlerini insan üzerine kuran, insanı sermayenin temel taşı olarak gören Vehbi Koç, gerek özel gerekse iş yaşamında insan ilişkilerini ön planda tutarak, bunu başarının bir anahtarı olarak algılayan liderlerin başında gelir. Vehbi Koç için topluma örnek olabilecek insan modeli; “Sağlıklı, kafasını ve beynini çalıştırabilen, düşünen, inanan, sabırlı, inançlı, başarılı olmasını bilen, kazancını paylaşmaya niyetli, yaşam kalite-

Ölüm yıldönümü olan 25 Subat'ta törenle anacağımız Vehbi Koç, insan ilişkilerinin başarı yolunda çok önemli bir anahtar olduğuna inanırdı.

sini yükseltecek yatırımlar yapabilen” bir yapıya sahiptir. O nedenle de bu modeli tüm topluma, ama ille de gençlere benimsetmek için çaba harcamış ve emek sarf etmiştir.

Gençlerden Çok Şey Öğreniyorum

Yukarıdaki satırlarda da belirtildiği gibi Vehbi Koç, insanı en büyük sermaye olarak gören bir yapıya sahiptir. Bu nedenledir ki hem kitaplarında hem de söylemlerinde, yetiştirmiş insan gücünü Koç Topluluğu bünyesine alarak, onun gücünden ve yaratıcılığından fayda sağlamayı, verimliliklerini artırmayı ve gelişmesine katkıda bulunmayı Koç Topluluğu'nun kuşaklar boyu yaşamasının yolu olarak gösterir. Yaşadığı dönemde yeni bir yö-

netim anlayışının da ifadesi olan bu bakış açısı, Vehbi Koç'a “Lider” isadını vasıflarını da kazandırmıştır. Birlikte çalıştığı yönetici ve işçileriyle kurduğu bire bir ilişki, diyalog ve karşılıklı anlayış içinde başanya giden bir sistemin yaratılmasının temelinde, yine bu anlayışın izleri görülmektedir. Fırsat buldukça fabrikaları, bayileri, işyerlerini ziyarete gider, çalışanlarıyla kimi zaman sohbet eder, kimi zaman dert dinler, kimi zaman onların özel sorunlarına ortak olur, tavsiyelerde bulunurdu. Vehbi Koç'un, toplumun çok değişik kesimlerindeki insanlarla iletişim kurmakta özel bir yeteneğe sahip olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. O'nu ölümünün 7. yılında “anılarla” anıyoruz.



Suna Kırac: “Mütevazı Yaşamıyla Halka Mal Olmuştu”

Vehbi Koç içimizden biriydi. Mütevazı yaşamı ile halka mal olmuştu. Mütevazılığı göstermelik değildi. Lüzumsuz masrafa çok kızdı; ancak eğitim için milyarlarca liralık projelere destek verirdi. Kendi ömründen uzun idealleri vardı. Ülkemizde pek çok “ilk”lerin kurucusuydu. Yabancı dil bilmemesini sıra dışı kişiliğiyle kendi lehine çevirirdi. Tercüme zamanını düşünmeye kullanırdı. Bu kubbeye hoş bir seda bıraktı. Gönölünce Hakka yürüdü.

Suna Kırac/Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili

Bülent Eczacıbaşı: “Yetenekli İnsanlara Ne Kadar Önem Verdiğine Tanıyorum”

TÜSİAD’da görev aldığım yıllarda Vehbi Bey’in bu yaklaşımlarını yakından izlemek olanağını buldum. Yetenekli insanları seçmeye, onları kazanmaya ne kadar önem verdiğini gördüm

Vehbi Bey’in kendisini tanımadan önce, onun hakkında babam **Nejat Eczacıbaşı’nın** anlattığı hikâyelerle büyüdüm, diyebilirim. Başarılı bir işadamı olmak konusundaki düşünce ve öğütlerini babam bana Vehbi Bey’le ilgili gözlemlerini anlatarak aktarır, bu yoldan dolaylı olarak işadamlığı dersi verirdi. Vehbi Bey’in insanları nasıl büyük bir dikkatle değerlendirdiğini; tanıdığı ve beğendiği insanlarla ilgili nasıl notlar tuttuğunu; yeni bir işe başlarken o işi en iyi bilen kişileri nasıl özenle seçtiğini; Topluluğun plan ve stratejileri konusunda yöneticilerin görüşlerini nasıl aldığını ve bunlara ne kadar değer verdiğini anlatırdı. TÜSİAD’da görev aldığım yıllarda Vehbi Bey’in bu yaklaşımlarını yakından izlemek olanağını buldum. İş yaşamında, gönüllü kuruluşlarda, siyasette yetenekli insanları seçmeye, onları kazanmaya ve göreve getirmeye ne kadar önem verdiğini gördüm. Birçok işi arasında benimle görüşmeye vakit ayırması beni çok onurlandırır ve mutlu ederdi. Belirli aralıklarla yaptığımız görüşmelerde hep yöneticilerin ve yönetici adaylarının, genç işadamlarının ve siyasette potansiyel taşıdığına inandığı insanların değerlendirilmeleri ön planda olurdu.

**Bülent Eczacıbaşı/Eczacıbaşı Holding
Yönetim Kurulu Başkanı**



Sakıp Sabancı: “Vehbi Bey, Uyarılarını da, Takdirlerini de Esirgemezdi”

Çok saygıdeğer rahmetli **Vehbi Koç** beyefendi, ticarete, ticaretten sanayiye geçen ilk neslin temsilcisidir. Türkiye’de ticaret ve sanayileşmenin tarihini yaşayan kişidir. Sağlığında Vehbi Bey’i her fırsatta ziyaret edip, ülke sorunlarıyla ekonomik konularda görüşlerini almaktan her zaman haz aldım. İleri görüşlü ve medeni bir insan olduğu için, işi ve dostluğu birbirinden çok iyi ayırmasını her zaman başarmıştır. Kendisine olan sonsuz hürmet ve hayranlığımın onda da karşılığını bulduğunu hissetmişimdir her zaman. Zaman zaman bana uyarıcı tenkitlerini ve tavsiyelerini mektup ile yazıp ve şifahi olarak dikkatimi çekmiştir. Tenkit ve uyarıları yanında iltifatlarını, takdirlerini de esirgemiştir. “Benim elli yılda yürüdüğüm yolu siz yirmi-otuz yılda

koştunuz..” şeklinde teşvik edici sözler söylemiştir. Son kitabım olan “**Sakıpname**”de de, rahmetlinin “Sen ne ömür adam-sın” deyişi yer almıştır.

Her zaman mütevazı bir yaşam biçimini tercih etmiş olan Vehbi Bey’in, arkasında bıraktığı miras ailesi için olduğu kadar Türk halkı için de çok büyük bir önem taşımaktadır. Ülkemizin sahip ol-

duğu en büyük kuruluşlardan biri olan Koç Topluluğu’nun bugünkü başarısının altında, Vehbi Bey’in ileri görüşlü, insana ve toplum refahına önem veren bir işadamı olması yatmaktadır. Türkiye’deki eğitim hayatına önemli katkıları bulunan Vehbi Bey, “**Türk Eğitim Vakfı**”nı kurarak bugüne kadar binlerce gencin yurtiçi ve yurtdışı eğitimlerine katkıda bulunmuştur. Ayrıca Türkiye’de nüfus artışını önlemek için doğum kontrolüne de çok önem vermiştir. Bu güzel vasıflara ve faaliyetlere Vehbi Bey’in oğulları ve torunları tarafından sahip çıkıldığını görmek beni ayrıca sevindiriyor.

Bu vesileyle, vefatının 7. yıldönümünde kendisini bir kez daha saygı ve sevgiyle anıyorum.

**Sakıp Sabancı/Sabancı Holding Yönetim
Kurulu Başkanı**

Yusuf Kenan Sakallıoğlu: “Vehbi Bey Anadolu’da Bir Semboldür”

Çocukluğumuzdan beri **Vehbi Koç** efsanesi ile yetiştik.... Onunla beraber olmak ve onun sohbetinde bulunmak o günlerde bizler için erişilmez bir olaydı. Adapazarı’nda Ticaret ve Sanayi Odasının bir davetinde karşılaştığımızda Vehbi Bey’i şirketimizin bir açılış törenine davet ettim. İlgilendi, geleceğini söyledi, çok



Yusuf Kenan Sakallıoğlu’nun sahibi olduğu Tofaş bayiinin açılışını, 1991’de Vehbi Koç yaptı.

mutlu oldum. Bence Vehbi Koç asalet ile tevazuyu birleştiren, nadir insanların en mükemmel bir örneğidir. Birlikte iken ustaca sorularla sizi devamlı imtihandan geçirir. Sizi ölçer, biçer, tanır ve öğrenir. Öyle öğrenir ki, siz sonradan bana neden, neyi, niçin sordu diye düşünür durursunuz. Vehbi Koç olmak bence Allah’ı bir lütfudur. O doğuştan bir lider, bir asil; her yerde en büyük, en üretken ve en hesap adamı ve her zaman birincidir. Yaşamı, konuşmaları ve ulusal ve uluslararası ödülleri ile Türkiye’nin en çok konuşulana... Her evde onun ürettiği bir mamûl ve o konuşuluyor.

Kendi bölgemizdeki iş ziyaretlerimizde nereye gitsek Vehbi Bey’i bizlerden evvel oraları gezmiş görmüş olduğunu, oranın en iyilerini seçmiş olduğunu görür, Vehbi Bey bin türlü işi arasında nasıl vakit bulup da buralarda bu bilgileri öğrenmiş diye hayret ederiz. Vehbi Bey yalnızca parayı değil, fakat paradan da kıymetli olan zamanı en iyi kullanan bir önder, ayrıca bir insan sarrafı... Vehbi Bey onun için Anadolu’da bir efsanedir. Vehbi Bey Ankara’nın mütevazı bir bakkal dükkânından dünyanın en makbul ve büyük iş adamlığı ile ödüllendirilmiş bir asalet timsalidir.

Vehbi Bey bir semboldür. Ne mutlu sana. Nur içinde yat.

Yusuf Kenan Sakallıoğlu/Adapazarı Tofaş Bayi

Halkın Gönlündeki Sanayici

“Türk İnsanına Yatırım Yaptı”

Vehbi Koç deyince aklıma ilk gelen, Koç Topluluğu oluyor. Vehbi Koç, Türkiye sanayisine önemli katkılarda bulunan Koç Topluluğu’nun temellerini atan ve böylece ülke ekonomisine katkıda bulunan bir işadımı. Sayısını tam olarak bilemem ama Koç’un şirketlerinde binlerce kişi çalışıyor. Bu da Vehbi Koç’un Türk insanına yatırım yaptığının bir ifadesi. Sanayinin yanında bir de eğitim konusunda yaptıkları çok önemli. Çeşitli yerlerde Koç adını taşıyan okullar var. Bu okullarda çocuklarımız eğitim görüyor.



Ebru Aksu (Vatandaş)

“Dünyaya Adımızı Duyurdu”

Vehbi Koç’un bence en önemli yanı çalışkan bir insan olmasıdır. Yaşamı boyunca yaptığı işlerden, onun iyi bir insan olarak ülkesini seven bir karaktere sahip olduğunu söyleyebilirim. Eğitimde ve sanayide gösterdiği çabalar sonuç vermiştir. Gençlere iyi bir çizgi bıraktığı inancındayım. Açtığı okullarla ve Vakıfla yarattığı çizginin devamını sağladı. Yaşamı boyunca eğitime verdiği önem onun adının kalıcı olmasını da sağladı. Sanayide Koç Topluluğu olarak hedeflediği yerlere ulaştı.



Mustafa Altındoğulları (Vatandaş)

Ertuğrul Özkök: “Eşsiz Bir Hayat Bilgisi Dersi...”

Hürriyet’e henüz genel yayın yönetmeni olmuştum. 1990’lı yılların başıydı. Bir gün başyazarımız **Oktay Ekşi** “Dün Vehbi Bey’le” birliktiydim. Senin yazılarını çok beğenerek okuyormuş. Senin için çok iyi istihbaratı var, diyor” demişti. Vehbi Bey’in yazılarını okuduğunu dolaylı olarak başkalarından da işitmiştim. Ama ilk defa Oktay Bey’den direkt bir mesaj geliyordu.

Bu konuşmamızdan birkaç gün sonra Vehbi Bey’in sekreteri aradı. Nakkaştepe’de beni öğle yemeğine davet ediyordu. Yanılmıyorsam kendisi ile ilk defa orada uzun bir sohbet yapma imkânım olmuştu. Karşımda bir Türk efsanesi duruyordu. Hepimizin hayatında yeri olan bir insan. Konuşmasının tamamı Türkiye tutkusunu yansıtıyordu. O gün, o efsanenin arkasındaki derin insanı keşfetmiştim.

Ama bana Vehbi Bey deyince aklıma ne geliyor, diye sorarsanız; hiç düşünmeden Antalya’da tanık olduğum bir olayı anlatırım.

Talya Otel’ine davetliydik. Aradan epey yıl geçti; galiba Vehbi Bey’in

yaş günüydü. O akşam oldukça yorgundum. Gündüz Antalya’daki Tofaş bayilerini gezmişti. Gecenin bir saatinde Vehbi Bey’e telefon geldi. Ben de hemen yakınında bir yerde oturdum. Arayan bir bakandı. Kablosuz telefon yoktu. Orada birisi, “İsterseniz daha sonra arayalım” dedi. Ama Vehbi Bey ayağa kalktı ve şunu söyledi: “Devlet arıyorsa bekletilmez.” Sonra ağır ağır telefona gidip konuştu.

Sonraki yıllarda Vehbi Bey’le birkaç defa daha buluştuk. Her defasında konuştuğumuz tek şey Türkiye’ydi. Bir akşam bir arkadaşımın evine gidiyordum. Tam kapıdan girerken cep telefonum çaldı. Arayan kızım Gülümün’dü. Ercan’la birlikte Talya Otel’indeymişler. Gülümün, “Baba biraz önce Vehbi Bey yanımızdan geçti. Sonra telaşlı konuşmalar oldu. Galiba Vehbi Bey’e bir şey olmuş.” Evet bir şeyler olmuştu. Biraz sonra Vehbi Bey’in vefat haberi geldi.

Türkiye’nin bir efsanesi bize veda ediyordu.

O an geriye döndüm.

Ertuğrul Özkök/Hürriyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

Güngör Uras: “Uzmanlaşmanın Önemini Anlamıştı”

Vehbi Koç kuşağı Türkiye’de hızlı değişimi yaşamış bir kuşaktır. Bu hızlı değişimde insan faktörünü görmüş, insanın önemini anlamış bir kuşaktır.

Vehbi Koç’un kendi kuşağındakilerden farkı, insan faktöründe eğitimin, uzmanlaşmanın ve birikimin önemini anlamış olmasıdır. Vehbi Koç’un iş hayatındaki başarısı bu tür insanlarla işbirliğine ve bu tür insanlardan geniş ölçüde yararlanmasına dayanır.

Vehbi Koç’un, Koç Topluluğu’ndaki müessesleşme arayışına ve de müessesleşmedeki gelişmeye paralel olarak Topluluk dışında eğitime vakit ayırmasının ardında da bu yatar.

Ankara’daki **Vehbi Koç Öğrenci Yurdu**’nun kurulması ile başlayan daha sonra **Vehbi Koç Vakfı** içinde gelişen gençliğe dönük eğitim ve sosyal faaliyetler yanında **Türk Eğitim Vakfı**’nın kuruluşu ve ardından örnek bir üniversite ortaya çıkarmak için gösterdiği çabalar Vehbi Koç’u yüceltmış, unutulmaz, örnek bir insan haline getirmiştir.

Prof. Dr. T. Güngör Uras /
Milliyet köşe yazarı

Ali İhsan Durak: “Emanetin Emin Ellerde”

Birgün fabrikamızı ziyaretten ayrılışı vardiya devir teslim saatine rastlamıştı. Çalışmaya gelen kalabalığı görünce, gülümsemekten kısılmış gözleri bir patron değil, evlatlarına veda eden baba gibi el sallayarak ayrılışı hafızamdan hiç silinmeyecek bir anı olarak kaldı. Şimdi o içi gülen gözlerin ışığı sönmüş olsa da onun ilkeleriyle; kurduğu vakıflar sayesinde yetişen kültürü, sağlıklı yeni nesiller aynı ışığı gelecek yüzyıllara taşıyacak; ülkesini, milletini candan seven bir insan olarak isminizi ölümsüz kılacaktır. Seni çok seviyoruz. Emanetin emin ellerdedir, yerinde rahat uyu.

Ali İhsan Durak / Türk DemirDöküm
Fab. A.Ş. / Elektrik Bakım İşçisi

Cengiz Solakoğlu: “Toplumsal Her Kesimin Hayranlığını Kazanmıştı”

Vehbi Koç’u birkaç cümleyle anlatmak yerine, onun benzersiz özelliklerinden birkaçını, yaşadığım şu anekdotlarla tanımlamak istiyorum :

1) 16 Kasım 1993 tarihinde İsviçre Migros’un daveti üzerine Vehbi Koç’la birlikte Zürih’e gittik. İsviçre Migros’un Yönetim Kurulu Başkanı **Mr. Kyburz**’un verdiği akşam yemeğinde Vehbi Koç ayakta bir konuşma yaptı ve bu konuşma cümle cümle Almanca’ya çevrildi.

Uzunca sayılabilecek bir süre ayakta kalan ve yorulan Vehbi Koç yerine oturduktan sonra baygınlık geçirdi. Hemen ambulansla hastaneye kaldırdık. Gecenin ilerleyen bir vaktinde evinden çağrılan doktor tam muayeneye başlamak üzerindiydi ki, Vehbi Bey beni çağırdı; ceketinin cebinden cüzdanını almamı ve içindeki kağıdı doktora vermemi istedi. Bu kağıdın bir tarafında 1930 yılından itibaren geçirdiği tüm hastalıklar, halen almakta olduğu ilaçlar Türkçe olarak, diğer tarafında ise bilgiler İngilizce olarak sıralanıyordu. “Doktora söyle bu kağıdı iyice okusun” dedikten sonra ekledi: “Buralar çok pahalıdır, oramı buramı kurcalayıp çok para alırlar, dikkatli ol”.

Gerçekten de kağıdı inceleyen doktor, teşhisi koymakta gecikmedi. Gerekli ilaçlar anında verildi ve biz sadece iki günlük bir tedaviden sonra İstanbul’a döndük. Kendisinin dediği olmuş, hem zamandan hem de paradan tasarruf etmiştik.



(Soldan sağa) F. Bülend Özyayınlı, Vehbi Koç ve Cengiz Solakoğlu
1993 yılında İsviçre/Zürih Migros ziyaretinde bir arada.

Direksiyondaki Annenin Sevgi İşareti

2) Merter Migros mağazasının açılışından dönüyorduk. Köprü üzerinde iken yavaşlayan trafikte yanımızdaki arabanın arka penceresinden 7-8 yaşlarında iki kız çocuğu, Vehbi Koç’a el sallayıp öpücük gönderiyorlardı. Direksiyonda bulunan annelerini de uyarmış olacaktı ki, birden bire yanımızdaki arabanın yavaşladığını ve annenin de Vehbi Bey’i işaret edip, kendi elini öpüp başına koyduğunu gördüm. Vehbi Koç, halka yakınlığı, sade yaşantısı, ‘ülkem varsa ben varım’ anlayışı ile toplumda küçüklü büyüklü her kesimin hayranlığını kazanmıştı. 1993 yılında Erzurum’da bir bayiimizi ziyarete giderken, Taş Mağazalar caddesinde sağlı sollu kaldırımlarda toplanan Erzurumlular’ın hep bir ağızdan “ya ya ya şa şa şa Vehbi Paşa çok yaşa” (Erzurumlular sevdikleri kişiyi Paşa diye çağırırlar) diye bağınmalan da bunun bir göstergesiydi.

3) Yıl 1984. Uludağ’da Arçelik Yetkili Satıcılar Toplantısı yapıyoruz. Vehbi Koç, her toplantımızda olduğu gibi yine aramızda. Toplantıları dikkatle izliyor, notlar alıyor, ardından gece eğlencelerine katılıyordu.

8 gün süren toplantıları tamamlayıp huzur içinde İstanbul’a döndüğümde masamda Vehbi Koç’un mektubunu buldum. Vehbi bey toplantılardan memnun kaldığını yazıyor ve şu satırlarıyla da tasarrufa dikkat etmemiz gerektiğini hatırlatıyordu.

“Çeşmenin suyu her zaman güre akmaz. Lüzumsuz gördüğüm masrafları da burada belirtmek istiyorum. Akşam sahneye çıkan bayan sanatçının arkasında tam 11 saz vardı. Halbuki 4 saz yeterliydi. 11 sazin ve bir şarkıcının yalnız yeme içme maliyeti adam başına 20.000 TL.den 2 milyon TL.’yi geçer”. Ancak takip eden yıllık geleneksel bayi toplantılarında tüm gayretlerimize rağmen Türk Müziği Sanatçıları bu 11 saz sevdasından bir türlü vaz geçiremedik. Yıllar geçti. Türk Müziği’nin gerçek sanatçıları konserlerine daha sık gider oldum. Gördüm ki Vehbi Koç’un dediği gibi 4-5 sazla Türk Sanat Müziği mükemmel bir şekilde icra edilebiliyordu. Vehbi Koç, sadece ikazlarıyla değil yaşantısıyla da tasarrufa önem verirdi. Yaşam biçiminde, davranışlarında, insan ilişkilerinde büyük bir tevazu içindeydi ve asla şaşmayan bir ölçüsü vardı. Bana öyle geliyor ki, tüm hayatı boyunca etrafına iyi insan, iyi yurttaş, iyi iş adamı, işte böyle olur, der gibiydi. Ruhu şad olsun.

Cengiz Solakoğlu/Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı

“Yeni Yıla Sağlığınızla İlgili Cüretli Kararlar Alarak Girin”

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç, Koç Topluluğu çalışanlarına gönderdiği mesajında “Koç Topluluğu’nun günümüzde artık sigara içilmeyen bir Topluluk olmasını canı gönülden arzu ediyorum.

Bu kötü alışkanlığınız varsa, bırakınız. Hiçbir zaman geç değildir” dedi



“**P**ek kıymetli arkadaşlarım, 2003 senesine girdiğimiz bugünlerden geriye baktığımızda, Koç Aile fertleri olarak geçtiğimiz sene sağlık açısından büyük sürprizlerle karşılaştık ve pek zor bir sene geçirdik. Allah böyle bir seneyi kimseye göstermesin.

Sağlık, demokrasi gibidir; elden gitmeyince kıymeti takdir edilmez. Koç Topluluğu olarak çalışanlarımızın sağlığına ne kadar önem verdiğimizi bilirsiniz:

- Koç-Allianz işbirliği ile yapılan sağlık sigortaları
 - Amerikan Hastanesi’nin mensuplarımıza verdiği yüksek kaliteli bakım
- Bu hizmetler kâfi değildir. Sizlerin de kendi sağlığınıza önem vermeniz, kendi kendinizin doktoru olmanız ve bu konuda prensipler ihdas etmeniz şarttır.

Amerika 20 Sene, Avrupa 10 Sene Evvel Fark Etti

Sigaranın sağlığa zarar verdiğini Amerika 20 sene evvel, Avrupa da 10 sene evvel idrak etti ve gerekli her türlü tedbiri aldılar ve almaya da devam ediyorlar.

Sigara, hiç şüphesiz ki bazı tehlikeli hastalıkların baş nedenidir. Hiç beklenmedik bir anda ciddi bir hastalığa yakalanmak insanların ve ailelerin dünyasını değiştirir.

Dolayısıyla, Koç Topluluğu’nun günümüzde artık sigara içilmeyen bir Topluluk olmasını canı gönülden arzu ediyorum.

Bu kötü alışkanlığınız varsa, bırakınız. Hiçbir zaman geç değildir. Allah muhafaza, sonunda çok pişman olursunuz. Bu vesile ile yeni yıla sağlığınız ile ilgili cüretkâr kararlarla girmenizi tavsiye ve rica eder, gözlerinizden öperim.”

Dijital Pazarlamanın Artık Bir “Paro”lası Var



Soldan sağa: Mehmet Ali Neyzi, Engin Oytaç ve Ali Y. Koç Paro'yu basına tanıtıyor.

Tanı Pazarlama ve İletişim'in yarattığı ve teknoloji ile pazarlamayı birleştirerek alışveriş biçimlerini farklılaştırmayı hedefleyen Paro sistemi, sadece Türkiye’de değil, dünyada da ilk kez uygulanıyor

Teknolojik yenilikleriyle sadece Topluluk şirketlerine değil, ülkenin bütününe hizmette bulunan Koç Bilgi Grubu, 2003 yılının ilk atılımını Paro ile yapıyor. **Koç Bilgi Grubu** bünyesinde, 8 Kasım 2002’de kurulan **Tanı Pazarlama ve İletişim**’in 55 milyon dolarlık ilk yatırımını **“Paro”**, pazarlama sektörüne yeni bir anlayış getirmeyi hedefliyor. 7 Ocak 2003 tarihinde yapılan toplantıyla kamuoyuna tanıtılan Paro, Koç Holding’in bu yılki en büyük yatırımlarından biri.

Pazarlamanın “Paro”lası

Tanı Pazarlama ve İletişim kurucularından Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı **Engin Oytaç**, fikir babası olduğu bu projeyi, iş dünyasından herkesin ulaşmak istediği bir hedef olarak tanımladı. Engin Oytaç;



Hem tüketicilere hem de üye işyerlerine çeşitli avantajlar sağlayan Paro Sistemi dijital pazarlama alanında ilk ve tek örnek.

“Bu hedefi Everest’in zirvesine çıkmaya benzetiyorum.

Everest’in zirvesini hayal eden bir çok ulus oldu. Çoğu farklı yollar-dan hedefe ulaşmaya çalıştı. Fakat tepeye yalnızca bir ekip ulaştı... Biz de geliştirdiğimiz iş modeli ile Everest’in tepesine çıkacağımıza inanıyoruz” diyerek projenin Koç Topluluğu için taşıdığı önemi vurguladı.

Tanı Pazarlama ve İletişim Hizmetleri Genel Müdürü **Mehmet Ali Neyzi** ise, Paro’nun kişilere özel kampanyalar yapabilen bir sistem olduğu üzerinde durdu. Mehmet Ali Neyzi, “Yığınlarla yapılan fiyat kampanyaları çok da başarılı olmuyor. Paro, ürün ve hizmetlerin en doğru hedef kitleye ulaşmasını, müşteri memnuniyetini ve sadakatini yaratan bir sistem” dedi.

Koç Bilgi Grubu Başkanı **Ali Y.**

Koç Tanı Pazarlama ve İletişim’in yarattığı Paro’nun hayata geçmesinde, grup sinerjisinin önemli olduğunu belirtti. Ali Koç yaptığı konuşmada; “Koç Topluluğu olarak, Arçelik, Beko, Aygaz, Tofaş ve Migros gibi markalarla Türk tüketicisinin yaşam standardını iyileştirdik. Paro’nun da, Türk tüketicisine bir ilki yaşatacağını ve onun yaşam standardını yükselteceğini gönül rahatlığıyla söyleyebilirim” dedi. Patent koruması altında bulunan Paro dijital platform, şirket ve tüketici bilgilerinin hiçbir şekilde açıklanmadan paylaşılmasına olanak tanıyor. Tüketicilerin sayısal bir küme olarak tanımlandığı sistemde, kişisel bilgiler asla paylaşılmıyor. Toplantıda ayrıca, 2003 yılında Türkiye çapındaki üye işyerlerinde kurulacak 15 bin adet Paro-POD ile geniş kesimlere ulaşılmasını hedeflendiği açıklandı.

Paro Sistem Nasıl İşleyecek?

Paro Sistemi, pazarlamanın “Paro”lası olarak adlandırılıyor. Dijital pazarlama platformu olarak tanımlanan Paro, klasik alışveriş mantığından çok daha farklı bir sistem. Paro sistemi üyeliği, tüketicilerin mevcut kartlarını (kredi kartı, mağaza kartı, ATM kartı) sisteme tanıtmaları ile başlıyor ve tüketiciyle ilişki, ParoPOD ekranları ve kupon üzerinden kuruluyor. Tüketicuyu ödeme yapacağı kasada, üye kartlarından anında taniyan sistem, tüm kampanya, indirim ve promosyonları, alışveriş yapılan satış noktalarında kurulu

ParoPOD ekranından duyuruyor. Satış noktaları olan firmalar ise Paro avantajları ile müşteri portföyünü artırmanın yanı sıra ParoPOD’larda yayınlanan duyurulardan gelir elde edebiliyor. Böylece “kazan-kazan” sistemi hayata geçiyor. Yeni ekonomik düzende başanın, sadece müşteriyi tanımaktan değil, onunla ilgili verileri bilgiye dönüştürmekten ve bu verilerin pazarlama teknikleriyle birleştirilmesinden geçtiği göz önünde bulundurulduğunda Paro’nun önemi de ortaya çıkıyor.



Marka ve Internet Alanları Koruma Altında

Türkiye’de ve dünyada örnek teşkil edebilecek projeler oluşturan **Koç Topluluğu, MARI@A** projesiyle bir ilke daha imza attı. MARI@A, şirketleri birbirlerine bağlayan bir bilgi ağından ve bu bilgi ağını yöneten bir yazılım ve veri tabanından oluşuyor. Koç Holding İdare Meclisi Üyesi ve Baş Hukuk Müşaviri **Prof. Dr. Yavuz Alangoya**, MARI@A’nın tüketiciye daha yakın olmayı hedefleyen Koç Topluluğu için son derece önemli bir proje olduğunu belirtti.

• MARI@A projesinden bahsedebilir misiniz?

Projenin kapsamından önce, Müşavirliğimize bu konuda ulaşan soruların başında gelen, “MARI@A” kelimesinin anlamından başlamak istiyorum. MARI@A, ‘Marka’ ve ‘Internet Alan Adları’ sözcüklerinin ilk harflerinin birleştirilmesiyle ortaya çıktı. MARI@A projesi, Koç Topluluğu’na ait marka ve internet alan adlarının tescilleri konusunda kurulmuş bir merkez koordinasyon sistemi. MARI@A’yı, Koç Topluluğu’na bağlı tüm şirketler ve Vehbi Koç Vakfı çatısı altında bulunan kuruluşları kapsayacak şekilde, toplam 135 şirket ve kuruluşun bağlı olduğu bir bilgi ağı olarak tanımlayabiliriz.

• Bu yeni sistemin hayata geçirilmesinde rol oynayan unsurlar nelerdir?

Koç Topluluğu bünyesinde, geçmişte markaların ve internet alan adlarının koruma altına alınması konusunda yaşanan bazı sorunlar, Müşavirliğimizi nasıl daha etkin

Koç Topluluğu’na bağlı tüm şirketler ve Vehbi Koç Vakfı çatısı altında bulunan kuruluşlar da dahil, toplam 135 şirketin bağlandığı bir bilgi ağı olan MARI@A hakkında Koç Holding İdare Meclisi Üyesi ve Baş Hukuk Müşaviri Prof. Dr. Yavuz Alangoya’dan bilgi aldık



Koç Holding İdare Meclisi Üyesi ve Baş Hukuk Müşaviri Prof. Dr. Yavuz Alangoya:
“Bu sistem kurulmadan önce yapılması imkânsız olan bazı analizleri çok kısa sürede ve sağlıklı bir şekilde yapmak mümkün.”

bir koruma mekanizması oluşturulabileceği konusunda düşünmeye itti. Bu konuda Topluluk bazında yaşanan koordinasyon eksikliği, benzer hataların sürekli tekrarlanmasına sebep olmaktaydı. Topluluğun toplam marka ve internet alan adı portföyü hakkında hiçbir bilgi bulunmuyordu. Bunun ötesinde, bildiğiniz gibi Koç Topluluğu son dönemde tüketiciye en yakın topluluk olma hedefini seçti. Tüketiciye yakın olmak denilince, ister istemez akla ilk markalar geliyor. Müşavirliğimiz, Holding Üst Yönetimi’nin kendisine verdiği görev çerçevesinde MARI@A projesini hayata geçirmek için çalışmalara başladı.

• Daha önce hayata geçirilmiş bu tür projeler var mı?

MARI@A yerine getirdiği işlev açısından Türkiye’de ilk olma özelliğini taşıyor. Marka konularında uzun zamandır çalışan çevrelere sordüğümüzda ise, benzer bir sistemin varlığını yurt dışında dahi daha önce hiç duymadıklarını ifade ettiler. Bu gelişme, Koç Holding’in kopyalamak veya kendine adapte etmenin ötesine geçerek, başkalarına örnek teşkil edecek sistemler yaratma aşamasına geldiğini gösterdi. Yaratığımız yeni sistem, şirketleri birbirlerine bağlayan bir bilgi ağından ve bu bilgi ağını yöneten bir yazılım ve veri tabanından oluşuyor. Şirketlerden gelen bilgi akışı sayesinde, veri tabanında çok detaylı analizlerin yapılmasını mümkün kılan önemli bilgiler stoklanabiliyor.

Müşavirliğimiz, marka portföyümüz ve alınması gereken önlemler konusunda Koç Holding Üst Yönetimi’ni anında bilgilendirebilmekte. Bu sistem kurulmadan önce yapılması imkânsız olan bazı analizleri, bu sayede çok kısa sürede ve sağlıklı şekilde yapmak mümkün. Yapılan çalışmalar esnasında MARI@A yazılımına, Topluluğumuza ait markaların değerlendirilmesine de imkân verecek bir modül yerleştirildi. İleriki aşamalarda, sistem üzerinden bu tür

analizlerin de yapılabilmesi mümkün hale gelebilecek.

• **Fikri mülkiyet, marka, patent, endüstriyel tasarımlar gibi konular genellikle çok az kişi tarafından bilinen, birbirine karıştırılan konular. Topluluk içerisinde bu konudaki bilginin yerleşmesi yönünde çalışmalarınız var mı?**

Çok önemli bir noktaya temas ettiniz. Müşavirliğimiz, fikri mülkiyetin bu özelliğini dikkate alarak MARI@A sistemi konusunda özel bir iletişim politikasını hayata geçirdi. Koçweb intranet sitesi üzerine yerleştirilen MARI@A portalı bu konudaki açığı kapatmak için yaratıldı. Portal üzerine “eğitim”, “haberler”, “sıkça sorulan sorular” veya “makaleler” şeklinde farklı içerikler yerleştirildi. MARI@A portalinin, hizmete girdiği ilk dönemden itibaren çok sayıda çalışanımız tarafından ziyaret edilmiş olması çok önemlidir. Bunun da ötesinde, Müşavirliğimiz, Kasım ayından bu yana düzenlediği eğitim toplantıları sayesinde, yaklaşık 120 civarında çalışanımıza fikri mülkiyet ve MARI@A sistemi konusunda ücretsiz eğitim verdi.

• **Bu proje ne kadar zamanda hayata geçirildi?**

Göreve başlamamızla, ilk pilot uygulamasına başlanması arasında geçen zaman altı ay gibi kısa bir süre. Sistem, Koç Bilgi Grubu’nun da verdiği destek sayesinde çok düşük bir maliyetle ve sadece Koç içi kaynaklar kullanılarak hayata geçirildi. **Murat Peksavaş**’ın ve **Veli Hazar**’ın etkin çalışmalarının önemli rolünü belirtmeliyim. 120 kişiye verilen eğitim de bir ayda tamamlandı.

• **Sizce marka tescilinin önemi nedir?**

Koç Topluluğu şirketleri her yıl markalarını yaratmak ve yaşatmak için büyük miktarlarda yatırım ya-



Türkiye’de ilk kez uygulanan MARI@A sisteminin devreye girme- siyle birlikte, 2003 yılında işletim masraflarından yapılan tasarru- fun yaklaşık 220 bin Dolar olacağı tahmin ediliyor

Koç Topluluğu her yıl markaları yaşatmak ve yaratmak adına büyük yatırımlar yapıyor. Markayı koruyan bilgi ağı olan “MARI@A Sistemi” ile marka ve internet alan- larında tescillerden doğan boşluk- lar sona erdirilip, kötü bir tecrübe yaşanmasının önüne geçiliy- or.

lıyor. Bu yatırımlar yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, şirketle- rin kurumsal kimliklerinin yaratıl- ması veya reklam harcamaları şeklinde ortaya çıkıyor. Ancak ço- ğu zaman unutulmuş, yaratılan markaların veya ürünlerin tesa- rımlarının gerektiği şekilde koru- ma altına alınmadıkları takdirde, bunları yaratan şirketin bu husus- larda hiçbir hak sahibi olmayaca- ğı. Şirketlerimizin yarattıkları mar- kaları veya internet alan adlarını, tescillerde doğan boşluklardan yararlanarak kendi üzerlerine tes- cil eden firmalar, daha sonra şir- ketlerimize dönerek bunları bü- yük miktarlara satmaya çalışıyor. MARI@A sistemi devreye girdiği günden bu yana sisteme ulaşan tescil başvurularının çokluğunu, bu konuda ileride eski kötü tecrü- belerin yaşanmayacağını bir işa- ret olarak kabul edebiliriz.

• **Yeni devreye giren sistem Koç Topluluğu açısından tasarruf sağlıyor mu?**

Müşavirliğimizin ilk amacı Toplu- luk açısından meydana gelebile-

cek hukuki riski asgariye indir- mek. MARI@A projesiyle fikri mülkiyet alanında bu amaca ulaş- tığımızı düşünüyorum. Hukuki risk rakamlarla ölçülmesi müm- kün olmayacak kadar önemli bir husus. Sistemin devreye girmesiyle işletim masraflarından yapılan tasarrufun 2003 yılı için yaklaşık 220 bin Dolar olacağını tahmin ediyoruz. Unutulmaması gereken, hukuki riskin sadece marka ve in- ternet alan adları ile sınırlı olmadığıdır. Şu anda sözleşmelerden ve davalardan doğan riskler konu- sunda yeni bir proje üzerinde ça- lışmaya devam etmekteyiz. Huku- ki Risk Yönetimi adını verdiğimiz bu proje, Koç Holding E-Dönü- şüm Komitesi tarafından “işin kri- tikliği” ve “yenilikçilik” kriterleri açısından diğer tüm projeler ara- sından birinci seçildi. Hedefimiz, tıpkı MARI@A örneğinde olduğu gibi teknolojik nimetlerden en iyi şekilde yararlanarak Topluluk ça- pındaki hukuki risk yönetimi sü- recinin, en etkin ve çağın gerekle- rine uygun şekilde gerçekleşmesi- ni sağlamaktır.

Vehbi Koç Vakfı Amerikan Hastanesi Genel Müdürü George D. Rountree:

“Türkiye’de ‘Özel Hastane Kalitesi’ Dünya Standartlarında”

• Türkiye’nin ekonomik ve politik durumuyla ilgili izlenimlerinizi anlatır mısınız?

Ekonomik açıdan bakarsak şunları söyleyebilirim: Türk işadamları zekâ, deneyim ve motivasyon bakımından dünyanın en iyileri arasındalar. Türkiye bu kapasitesiyle ve ‘sıkı iş ahlakıyla’ Avrupa ve Ortadoğu’nun önde gelen ülkesi olma potansiyeline sahip. Politik açıdan ise, işe yoğunlaşmanın sürekliliği ve hükümetin istikrarı önümüzdeki beş yıl içinde devam ettirilmesi gereken iki etmen. Türkiye’nin coğrafi konumu, kendisinin bölgesel bir lider ve güç unsuru haline gelmesi için doğal bir avantaj sağlıyor. Liderlerinin inandırıcılığı ve siyasal sisteminin gücü, Türkiye’nin bu potansiyelini Avrupa ve Ortadoğu’daki en iyi devlet olmak için nasıl kullanacağını belirleyecek.

• Sağlık bakımı konusunda Türkiye ile Batı ülkeleri arasında ne gibi fark var?

Türkiye’de özel hastane ve kliniklerde sunulan tıbbi bakımın kalitesi, Avrupa’nın pek çok ülkesindeki sağlık hizmetlerine ya eşdeğer veya onlardan da iyidir. Ne var ki, Batı ülkelerindeki sağlık koşulları istikrarlı bir şekilde aynı düzeyi tutturmuş olan çok uzun bir geçmişe sahiptir ve oluşturulmuş sistemlerle bunu uzun süreler devam ettirmeyi güvence altına almışlardır. Öte yandan, pek çok Türk tıp fakültesi Batı standartlarında

George D. Rountree:
“Türkiye bütün sektörlerde başarı kazanmaya devam ederse, önümüzdeki 5 ila 15 yıl içinde Avrupa ve Ortadoğu’da iş yaşamının akışını yönlendiren lider ülkelerden birisi olacak.”

eğitim verir, bu nedenle hekim kalitesi yüksektir. Türkiye’deki tıbbi bakımın maliyeti, Avrupa ve diğer Batı ülkelerindeki emsal hizmetlere göre %30 ile %50 daha ucuzdur. Türkiye’nin sağlık bakım sistemi daha iyi bir örgütlenmeye geçme sürecini yaşıyor ve kaliteli sağlık hizmetlerinin tüm yurttaşlara dağılımı daha iyi planlanıyor.

• Türkiye AB’ye üye olarak kabul edildiği takdirde, sağlık politikasında önemli değişiklikler olacak mı?

Eğer Türkiye AB ile bütünleşirse, sağlık hizmetlerinin AB’deki kalite standartlarına yükseltilmesi elzem olacak. Gene aynı şekilde, Türk Sağlık, Bakım ve Hizmet Verme Sistemi gerek yetkinlik, gerekse mesleki açıdan tüm Avrupa uluslarının bireylerine açılacak. Maliyet verimlilikleri göz önüne alındığında, bu durum oralarda bulunan çok sayıda hastanın, tanı ve tedavi için Türkiye’ye gelmesine yol açacak. Bu da hiç kuşkusuz, Türkiye ekonomisine katkı getirecek. Türkiye’de daha fazla ISO 9000 belgesi alınacak, Uluslararası Birleşik Komisyon akreditasyonu-na layık görülecek ve diğer standart derecelendirmeleri hak edilecek şekilde geliştikçe, daha güvenilir bir sağlık bakım sistemine ulaşılabilecek; bu da yine pek çok hastanın Türkiye’ye sağlık hizmeti almaya gelmesini sağlayacak.

• Deneyiminizden yola çıkarak Koç Holding’in iş ve yönetim kültürü değerlendirilmesini öğ-

renebilir miyiz?

Genel gözlemime ve Müttevelli Heyeti üyeleriyle çalışma tecrübe- me dayanarak söyleyebilirim ki, hem Koç Holding, hem de Vehbi Koç Vakfı’nın iş felsefesi ve yönetim pratikleri profesyonel düzeyde... Bu kültürel yönelimler ve karakteristikler, Koç Topluluğu’na uluslararası arenada yarışma yetisi kazandırmaktadır.

• Türkiye’de hangi sektörler yabancı sermaye açısından gelişmeye daha açık?

Türkiye’de iş sektörlerinin büyük çoğunluğu yabancı sermaye açısından gelişmeye açıktır. Türkiye, ülkede var olan fırsatları ısrarlı bir şekilde Amerikan, Avrupa, Rus ve Asyalı iş topluluklarına pazarlamaya devam etmelidir. Türkiye’nin bir yatırım fırsatı olduğu bilinci bütün dünyada geliyor. Ama Dışişleri Bakanlığı ve özel sektör bakımından bu imkânın aktif olarak “satılmasına” devam edilmeli - böylece kuşkuca yatırımcılar ikna edilerek- çok sayıda yatırımcının Türkiye’yi ‘risk almaya değer’ bir ülke olarak görmesi sağlanmalıdır. Yabancı sermayenin yanı sıra, kamu sektörünün ve özel sektörün geliştirilmesinin sürekliliği ve önemsenmesi şarttır.

Eğer politik ve ekonomik istikrarın ve gayri safi milli hasılanın tutarlı olarak gelişmesi sağlanabilirse, Türkiye bütün sektörlerde başarı kazanmaya devam ederse, önümüzdeki 5 ila 15 yıl içinde Avrupa ve Ortadoğu’da, iş yaşamının akışını yönlendiren lider ülkelerden birisi olacaktır.



Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi Müdürü John R. Chandler:

Ulusal Eğitimde “Özel Okul Modeli” Esas Alınmalı

• **Yedi yıldır Türkiye’desiniz. Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi’nin Müdürü olarak Türkiye’deki eğitim ile ilgili olarak ne düşünüyorsunuz?**

Türkiye’de her şeyden önce eğitimin önemi ile ilgili olarak büyük bir farkındalık var. Ben ABD’den geldim ve Türkiye’ye gelmeden önceki tüm profesyonel yaşamım ülkemde geçti. İki ülkeyi karşılaştırdığımda, Türkiye’de öğrencilerin ve ailelerin eğitime büyük önem verdiklerini ve özellikle eğitim sisteminin Türkiye’de büyük önem taşıdığını görüyorum.

• **Türkiye’de pek çok farklı sistemde eğitim veren okul var. Bunu Türkiye için bir problem olarak değerlendirmek mümkün mü?**

Bunu bir problem olarak görmek elbette mümkün. Ancak Milli Eğitim Bakanlığı sürekli olarak herkesin alabileceği ortak bir eğitim sisteminin oturtulması için çaba gösteriyor.

• **Türkiye’deki eğitim sistemi ile ABD’deki eğitim sistemini karşılaştırabilir misiniz?**

Her şeyden önce Türkiye’de eğitim kimse tarafından bir ayrıcalık olarak görülüyor. Burada aileler ve öğrenciler, eğitimin neden önemli olduğu konusunda çok daha bilinçliler. ABD’de üniversitelerin kontenjanı, başvuran öğrenci sayısından çok daha fazla olduğu için, oradaki gençleri üniversite eğitimi alma konusunda teşvik etmeye çalışı-

yorlar. Bu açıdan bakıldığında, Türkiye’deki durum çok farklı olduğundan, Türk öğrencilerin motivasyonunun daha yüksek olduğunu söyleyebilirim. Buradaki öğrencilerin özellikle matematik ve fen derslerinde daha iyi bir eğitim aldıklarını görüyorum.

• **Deneyimlerinizin sonucunda mevcut sistem hakkındaki görüşlerinizi öğrenebilir miyiz?**

Bugün özel okullar kendi eğitim sistemlerini sunmak için eşsiz imkânlarla sahipler. Ancak bu okulların sunmuş oldukları eğitim sistemleri ulusal eğitime de katkıda bulunabilir; çünkü bu okullar yeni programların ve fikirlerin gelişmesi için büyük birer kaynak. Bu açıdan özel okullar model alınarak, ulusal eğitime büyük katkılar yapılabilir. Nitekim böyle de oluyor. Örneğin biz Koç Özel İÖO ve Lisesi olarak Milli Eğitim Bakanlığı ile sürekli bir ilişki içindeyiz ve deneyimlerimizi paylaşmaya gayret gösteriyoruz.

Bence her okulun kendine ait bir kimliği olmalı ve aileler ya da öğrenciler bu kimliği anlamalı ve bu kimliğe değer vermeliler. Bunun sonucunda da o okuldan mezun olduktan sonra aldıkları eğitimden memnunsalar, bununla da gurur duymalılar. Özel, kâr amacı gütmeyen okullar, yeni programlar geliştirilmesine daha fazla odaklanıyor. Bu nedenle bu tür özel okulların eğitimde lider rolü

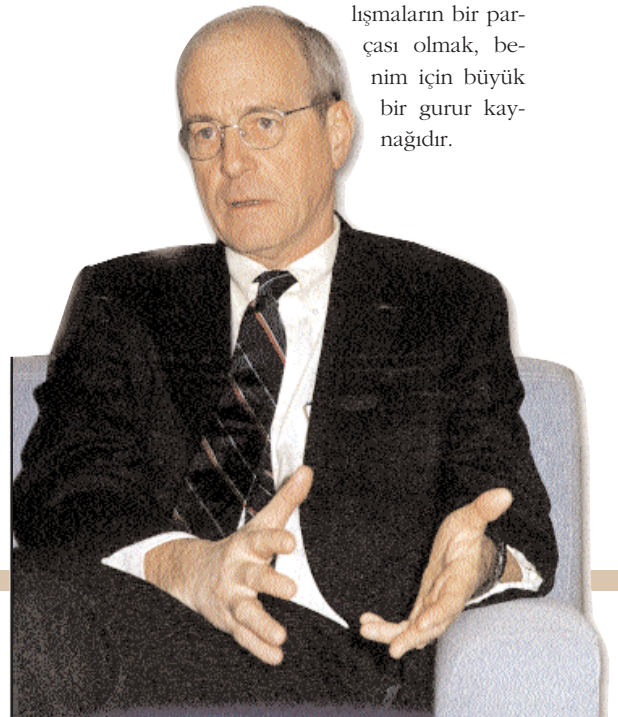
“Özel okullar kendi eğitim sistemlerini sunmak için eşsiz imkânlarla sahipler. Ancak bu okulların sunmuş oldukları eğitim sistemleri ulusal eğitime de katkıda bulunabilir, çünkü bu okullar yeni programların ve fikirlerin gelişmesi için büyük birer kaynaktır.”

üstlenmesi gerektiğini düşünüyorum. Vehbi Koç Vakfı’na bağlı olan okulların bu açıdan önemli bir rol üstlendiklerini düşünüyorum. Uzun vadede liderlik rolünü üstleneceğimizi ve sadece kendi öğrencilerimiz için değil, tüm ülke için iyi bir eğitim programının hayata geçirilmesine katkıda bulunacağımıza inanıyorum.

• **Koç Topluluğu’nun ve Vehbi Koç Vakfı’nın eğitime bakışını nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Türkiye’ye gelmemin iki nedeni var. Bunlardan ilki özellikle Koç Özel Lisesi. Bu okulun küresel standartlara göre iyi bir okul olduğuna inanıyordum. Bu inancım bugün daha da güçlendi. Mesleki açıdan, bu okul için çalışmak benim için son derece anlamlı bir deneyim olacaktı.

Okulumuzun yaptığı çalışmaların bir parçası olmak, benim için büyük bir gurur kaynağıdır.



İhale ve Satınalma Süreçlerine e-çözüm: Promena

Satınalma süreçlerinde verimlilik ve maliyet avantajı sağlayan bir sistem olan Promena, Türkiye pazarı için çok yeni bir uygulama.

Promena Koç Topluluğu ve Topluluk dışı pek çok şirkete hizmet veriyor

Promena, 2002 başından bu yana, Koç Topluluğu ve Topluluk dışı pek çok şirketle birlikte elektronik ortamda ihaleler düzenliyor. Promena tarafından işletilen elektronik satınalma platformu üzerinden yapılan alım miktarı ise 1 milyon Dolar'ı aşmış durumda. Sorularımızı yanıtlayan Promena Genel Müdürü **Levent Zağra**, elektronik çözümlerden yararlanmanın toplam satınalma maliyetini azalttığını belirtiyor.

• **Kısaca Promena'dan bahsederseniz; ne zaman kuruldu, nasıl bir hizmet veriyor?**

Promena, Ağustos 2001 tarihinde kurulmuş ve Ocak 2002 tarihinde faaliyete geçmiştir. **Koç Holding** ve **Amerikan Carlyle Group** ortaklığı olan firma, elektronik satınalma (e-Satınalma) ve elektronik ihale düzenleme (e-İhale)

konularında internet tabanlı çözümler sunmaktadır. Günümüzdeki rekabet ortamında pek çok şirketin kârlılığı direkt olarak satınalma operasyonlarının verimliliğine ve etkinliğine bağlı olarak belirlenmektedir. Toplam satınalma maliyetini azaltmanın en etkin yöntemlerinden biri, elektronik çözümlerden sürecin kritik aşamalarında yararlanmaktır.

• **Elektronik İhale Platformu ile Elektronik Satınalma Platformu nedir?**

E-ihale platformu ile alıcı şirketler, elektronik ortamda gerçek zamanlı ihaleler düzenleyerek, açık eksiltme yöntemiyle en uygun fiyat ve alım şartlarına kısa sürede ulaşma imkânına sahip oluyor.

E-satınalma platformu ise, firmaların mevcut satınalma süreçlerini

elektronik ortama taşımayı hedefliyor. Şirket içi talep toplanmasından, bu taleplerin tedarikçilere iletilmesi ve teslimata kadar olan süreç elektronik ortamda tamamlanabiliyor.

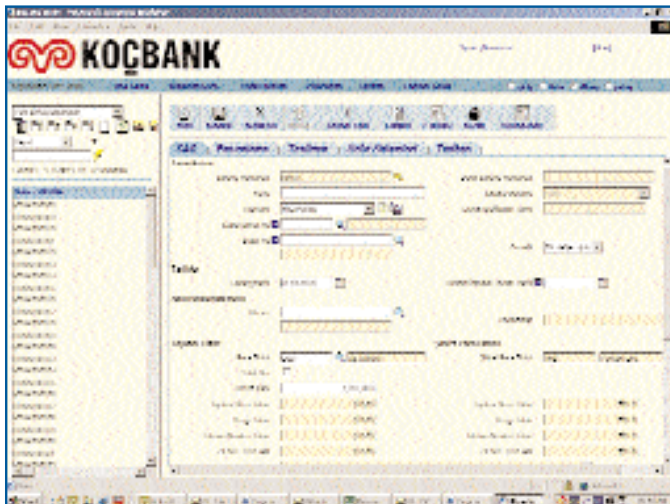
• **Projeler hangi şirketlerde uygulanmaya başlandı ve uygulayan şirketler bu projeden nasıl yararlandılar?**

Koç Topluluğu'ndan Aygaz, Beko, Divan, Döktaş, Demirdöküm, Ford, Koçbank, Migros, Koç.net, Arçelik e-ihale platformu üzerinden alım yapan firmalardan bazılarıdır. Koç Topluluğu dışından Enka, HSBC ve Siemens firmaları e-ihale platformunu kullanarak yüksek montanlı çeşitli alımlarını gerçekleştirdiler. Arçelik şirketi ise elektronik ihale platformunun lisansını satın almıştır. Bu şirketimizin e-ihale platformundan beklentileri satınalmanın, şartname hazırlama sonrası başlayan ihaleye çıkma, tedarikçilerle iletişim, teklif toplama, pazarlık süreçleri ve nihai karar verme aşamalarını kapsayan kısmını hızlandırdı; satınalma sürecini açık, şeffaf ve raporlanabilir sistemlere dönüştürme şeklinde özetlenebilir.

• **Elektronik İhale Platformu, Arçelik'in ve bu sisteme girecek olan şirketlerin beklentilerini nasıl karşılıyor?**

Arçelik'in beklentilerini, Promena'nın sunduğu Elektronik İhale Platformu bire bir karşılamaktadır.

Promena sayesinde, satıcıların seçimi ve davet edilmesiyle ihale kısa sürede sonuçlandırılıp, gerçek zamanlı rekabet ortamı yaratılarak en uygun piyasa fiyatına hızla ulaşılabilir.



İhale ile satınalma yöntemi maliyet avantajı açısından çok etkili bir yöntemdir.

Satınalma departmanının, kritik alımlarını tam rekabetçi bir ortamda gerçekleştirme, elektronik raporlama, istendiği anda geri çağırma gibi pek çok imkân sayesinde -yönetim ve özellikle tedarikçiler üzerindeki etkinliği artmaktadır. Mevcut satınalma süreçlerine elektronik ihale yöntemini bir araç olarak dahil eden şirketler her seferinde piyasanın verebileceği en uygun fiyat ve koşullara ulaşmaktadır.

Uygulamanın Arçelik'e minimum oranda işgücü ve zaman kaybı ile gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Buna istinaden Elektronik İhale Platformu, internet üzerinden dış kaynak modeli ile sunulmaktadır. Alıcı ve satıcı tarafındaki tüm kullanıcılar Arçelik için hazırlanan internet sitesine giriş yaparak sisteme ulaşabilirler.

Kullanıcının kendi bilgisayarında bir yazılım kurulumuna gerek yoktur. Aynı şekilde sistemin şirket intranetinde kurulması söz konusu değildir. Bu özellik sayesinde herhangi bir donanım ya da yazılım yatırımına gerek kalmamaktadır.

• E-satınalma konusunda Koçbank'taki uygulamaları öğrenebilir miyiz?

E-satınalma konusunda ilk proje Koçbank'ın satınalma operasyonunun elektronik ortama aktarılması ile gerçekleştirilmiştir. Koçbank'ın şubeleri ile merkezi satınalma bölümü arasında iş akışı elektronik ortama aktararak, onay süreçleri belirlenmiştir. Aynı zamanda Koçbank'ın mevcut tedarikçilerinin katalogları sisteme girilmiş ve tedarikçiler Koçbank'ın kendilerine gönderdiği teklif ve sipariş isteklerine online olarak cevap verebilecek duruma gelmişlerdir.

• Koç Topluluğu'ndaki bilişim teknolojileri alımları konusunda hayata geçirilen e-satınalma

projeniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

E-dönüşüm projesi kapsamındaki Koç Topluluğu BT Alımları Projesi için oluşturulan BT Kurulu, Promena ve Koç Sistem ortak bir çalışma yürüttü. Tüm Koç Topluluğu adına tedarikçiler ile yapılan pazarlıklar sonucunda elde edilen fiyatlar Promena sistemindeki Koç Sistem Kataloğu'na girildi ve tüm Koç Şirketlerinin kullanımına açıldı. Bu projenin ikinci ayağında, Promena sisteminde yer alan diğer bazı sektörlerdeki (kırtasiye, temizlik malzemesi, matbu evrak gibi) tedarikçilerin katalogları da Koç Topluluğu kullanıcılarına açılarak, online kataloglardan fiyat kıyaslaması yapabilmeleri, teklif ve sipariş isteği gönderebilmeleri sağlandı.

• Kullanıcıya sağladığımız avantajlar neler?

e-ihale avantajları: Satıcıların seçimi ve davet edilmesiyle ihale kısa sürede sonuçlandırılır; gerçek zamanlı rekabet ortamı yaratılarak en uygun piyasa fiyatına hızlı ulaşım sağlanır; fiyat dışındaki parametreler de değerlendirmeye katılabilir; ihale şablonlarını kaydederek benzer ihalelerde tekrar kullanabilme imkânı vardır; satıcı firmalar tarafından öğrenim ve kullanımı kolaydır; alıcı veya satıcı tarafından herhangi

bir altyapı ve yazılım yatırımı gerektirmez; detaylı raporlama fonksiyonu ile reel tasarruflar ölçülebilir, birim hatta kullanıcı bazında bütçe ve harcama raporları alınabilir.

e-satınalma avantajları: Satıcı kataloglarına erişim, teklif isteme, teklifleri fiyat ve alım şartları bazında karşılaştırma ve sipariş verme online ortamda yapılabilir. Tüm satınalma operasyonları kolaylıkla raporlanabilir; merkezi olarak belirlenen alım şartlarına tüm şirket birimlerinin uyması sağlanarak anızı alımının önüne geçilir; şirket içi bilgi akışı ve tüm satınalma faaliyetinin raporlanması satıcılara karşı pazarlık gücünü de artırıp maliyeti azaltır.

• Yaptığınız iş dünyada nasıl bir noktada?

2005 senesine kadar ABD'de yapılan şirketler arası ticaretin %35'lik bölümünün elektronik ortamda yapılacağı tahmin edilmektedir. Elektronik ihale yöntemi yaklaşık 5 yıldır ABD ve Avrupa'da yaygın olarak benimsenmiştir. Promena'nın Türkiye'de sunduğu E-ihale platformu 20 Fortune 100 firması tarafından kullanılmaktadır. Avrupa'da finans ve sigorta gibi hizmet sektörlerindeki tüm şirketler elektronik satınalma konusunda projelere başlamışlardır.

www.promena.net



Promena sisteminde yer alan diğer bazı sektörlerdeki (kırtasiye, temizlik malzemesi, matbu evrak gibi) tedarikçilerin katalogları da Koç Topluluğu kullanıcılarına açılarak, online kataloglardan fiyat kıyaslaması yapabilmeleri, teklif ve sipariş isteği gönderebilmeleri sağlandı

Türk Traktör ve Case-New Holland mühendislerinin ortak çalışmasının ürünü olan traktörlerin ihracına başlandı

Traktörlerimiz Dünya Pazarlarında!

Türk Traktör Fabrikası, Nisan 2002'de piyasaya çıkardığı yeni **TD serisi traktörleri** dünya çiftçilerinin hizmetine sunuyor. 2002 yılının başında önce **Tofaş'ın Fiat Doblò'su**, ardından da **Ford Otosan'ın Transit Connect'i** ile otomotiv pazarında önemli bir atılım yapan **Koç Topluluğu**, 2003 yılının ilk günlerinde Türk Traktör'ün TD Serisi traktörleri ile dünya pazarına açılıyor.

1954'ten bu yana ülkemiz tarımcılık sektörüne hizmet veren ve Türk çiftçisine en iyi hizmeti başarıyla sunan Türk Traktör, yaklaşık beş yıldır **Case-New Holland (CNH)** firmasıyla yürüttüğü ortak çalışmalar sonucunda ürettiği modellerle teknolojisini ve ihracatını en yüksek seviyelere taşımayı misyon edinmiştir. Türkiye tarımında halen 1 milyonu aşkın traktör kullanılıyor ve yerli üretim traktörlerin %40'ı Türk Traktör tarafından üretiliyor. 10 Ocak'ta düzenlenen basın toplantısında konuşan Koç Holding FIAT

Koç Topluluğu otomotiv sektöründe başlattığı ihracat atağını, traktör pazarında da devam ettiriyor. Tamamı ülkemizde tasarlanan TD Serisi traktörlerin, dünya pazarında önemli bir yere sahip olması hedefleniyor



Grubu Başkanı **Aydın Çubukçu**, 50 yıldan bu yana Türk çiftçisinin hizmetinde olan Türk Traktör'ün bugün esnek imalat

Dönemin Basbakanı Adnan Menderes'in yeni kurulduğu 1950'li yıllarda ziyaret ettiği Türk Traktör, bugün dünyanın dört bir yanına traktör ihraç ediyor.

olarak adlandırılan teknolojiyi uygulayabilen, dünyadaki nadir traktör fabrikalarından birisi olduğunu belirtti. Aydın Çubukçu konuşmasında; "Türk Traktör, ihracatına başlanacak TD Serisi ile konusunda gerçek bir çığır açıyor, bu model gerçekten dünya çapında gururumuz olacaktır. Koç Topluluğu olarak geleceğe güvenimizi sözler ile değil, yapmakta olduklarımız ile ortaya koyuyoruz. Hedefimiz küreselleşen ekonomi içinde



başarılı bir oyuncu olabilmektir” dedi.

TD Serisi’ni tanıtmak amacıyla düzenlenen toplantıda konuşan Türk Traktör Fabrikası Genel Müdürü **Hakkı Akkan** ise; “Söz konusu projede, Avrupa Birliği ve diğer uluslararası standartlara her açıdan uygun olan; bu özellikleri yapılan testlerle ve uygunluk sertifikalarıyla kanıtlanan bir modelin yaratılmasını hedefledik. Ayrıca ergonomik özelliklerle ses ve titreşim özelliklerinin iyileştirildiği, kullanım ve servis kolaylığı bulunan, estetik ve modern bir tasarımı amaçladık” dedi.

AB Standartlarına Uygun Modeller

Türk Traktör Fabrikası ve Case-New Holland mühendislerinin ortak çalışmasıyla, Türk çiftçilerinden gelen kullanım kolaylığı taleplerine cevap verecek şekilde tasarlanan New Holland TD Serisi’nde en önemli özelliklerin, Avrupa Birliği standartlarına uygun motor, gürültü ve emisyonu düşüklüğü, ergonomik yapı ve klima sistemi olduğu göze çarpıyor.

New Holland TD Serisi’nin dış çizgilerinin belirlenmesinde, CNH traktör modellerin ta-

**Koç Holding
FIAT Grubu
Başkanı Aydın
Çubukçu’nun
tanıtımını yaptığı
New Holland TD
Serisi’nde,
Avrupa Birliği
standartlarına
uygun motor,
gürültü emisyonu
uygulaması,
ergonomik yapı
ve air condition
sistemi en
önemli yenilik
ve özellikler
olarak öne
çıkıyor.
TD Serisi’nden
“Mavi Boncuk”
75D (sol altta)
Avrupa’ya ihraç
edilecek.
JX95 (sağda)
ise Amerika,
Avustralya ve
Yeni Zelanda’ya
gönderilecek.**



sarımında imzası bulunan **John Russel** ile çalışan Türk Traktör, böylece tüm CNH modelleri ile dış görüntüde benzerliği yakalamış oldu.

Gövde tasarımı yaklaşık bir yıl süren bu modellerin detaylı tasarımı, dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen ürün geliştirme ve pazarlama sorumlusu CNH teknisyenlerinin katılımıyla düzenlenen toplantılarla gerçekleşti. İç ve dış piyasadaki çiftçilerin beklentilerini karşılayabilmesi için tüm detayların düşünüldüğü TD Serisi, ilk olarak iç piyasada hizmete girdi. Nisan ayından bu yana Türk çiftçisine ihtiyacı olan konfor ve güvenliği sunan 60-95 hp (beygir gücü) yelpazesindeki dört yeni model TD Serisi traktör, şimdi de Türk Traktör tarafından, Case-New Holland’ın uluslararası bayi ağıyla dünyanın çeşitli ülkelerindeki

çiftçilere hizmet verebilmek üzere piyasaya sunuluyor. Bu ürünü ile 2003 yılında, dünyadaki 400 bin adetlik pazar payının %2’sini almayı hedefleyen Türk Traktör’ün, önümüzdeki beş yıl için hedefi ise bu payı %5’lere taşımak. Türk Traktör, 2003 yılında gerçekleştireceği 6.500 traktör ihracatı ile 70 milyon USD ciro hedefliyor.

Bu hedefe yönelik 697 adetlik ilk ihracat filosu, Avrupa, Amerika ve Kanada’ya gönderilmek üzere yola çıktı.



Koç, Otomotiv Sektöründe 2002 Lideri

Ford ve Tofaş-Fiat, 2002 yılını otomotiv sektöründe en çok tercih edilen markalar olarak tamamladı. Diğer yandan Ford Otosan Kocaeli Fabrikası'nda üretilen Transit Connect'ler, Avrupa'da "2003 Yılının En İyi Ticari Aracı" seçildi

Otomotiv sektöründeki rekabet hızla devam ederken 2002 sonuçlarına bakıldığında bu sektördeki ipi **Koç Topluluğu'nun** iki şirketinin; **Ford Otosan** ile **Tofaş-Fiat**'in göğüslediği görülüyor. Gerek Türkiye'de otomobil satışlarından elde edilen rakamlar, gerekse Avrupa'dan gelen ödüller bu savı doğrulayacak nitelikte.

2002'nin Sektör Lideri Tofaş

Tofaş, otomobil ve hafif ticari araç toplamında 2002 yılı boyunca gerçekleştirdiği 24 bin 278 adet satışla, otomotiv sektöründe liderliği elde etti.

Mayıs ayında satışlarda öne geçen Tofaş, yıl sonuna kadar bu liderliğini sürdürdü. Hafif ticari araçta Fiat Doblò 1B segmentinde Cargo ile, P segmentinde ise Panorama ile liderliğe yerleşti. Toplam 54 ülkeye ihraç edilen Fiat Doblò'nun hem ticari hem de binek kullanıma uygunluğu ile gerek bireysel, gerekse filo kullanımında tercih edilmesi 2002 yılının başarıyla ta-

Ford 81. Brüksel Otomobil Fuarı'nda "Tasarım Ödülü" kazanırken, Doblò Tofaş'ın liderliğinde önemli bir rol oynadı.



maımlanmasında en önemli rolü oynadı. Fiat Palio'nun B segmenti lideri olması, yine geçtiğimiz yıl pazara sunulan Fiat Albea'nın da C segmentinde elde ettiği yüksek satış grafiğı, Tofaş'a sektör liderliğini getiren diğer unsurlar. Tofaş 2001 yılını üretim, istihdam, borsa ve motorsporlarında elde ettiği 5 şampiyonluk ile tamamladı. 2002'yi "Atılım Yılı" ilan eden Tofaş, satış ve servis noktalarında yaptığı değişiklikle hizmet anlayışını geliştirmiş ve ürün gamı yıl içinde yenilenmişti.

Ford, En Çok Tercih Edilen Marka

Ford Otosan 2002 yılı içinde sattığı 24 bin 175 adet araçla önemli bir satış grafiğı yaratan Ford Otosan Türkiye'de "en çok tercih edilen

marka" oldu. Diğer yandan Ford Otosan, 2001 Nisan'ında devreye aldığı Kocaeli Fabrikası'nda, Haziran 2002'de sadece Türkiye'de üretilen Transit Connect'i törenle üretim bandından alıp Temmuz 2002'de Avrupa'ya ilk ihracatını gerçekleştirdi.

950 milyon Dolar'lık yatırımla kurulan ve "Ford'un En İyi Üretim Tesisi" olarak değerlendirilen Ford Otosan Kocaeli Fabrikası'ndan çıkan Transit Connect'ler, Avrupa'da "2003 Yılının En İyi Ticari Aracı" seçildi.

Transit Connect'in Avrupa macerası bununla da bitmiyor. **British Telecom** ile gerçekleştirilen filo anlaşmasının ardından Avrupa'dan büyük bir filo siparişı alan Ford Transit Connect, üç yıl içinde otomobil camı tamirinde uzlaşmış olan Autoglass/Carglass'a bin 800 adet araç teslim edecek. Transit Connect ayrıca **81. Brüksel Otomobil Fuarı'nda** aldığı "Tasarım Ödülü" ile başarısını kanıtladı.

Ekonomi Dünyasından Topluluğumuza Ödül Yağdı



Türk tüketicisinin ürün standardını yükseltmeyi amaç edinen Koç Topluluğu, ülkemizin önde gelen iki ekonomi dergisince de ödüllendirildi. Platin ve Capital dergileri tarafından Koç Holding, Arçelik, Koç Allianz ve Ford Otosan'a ödüller verildi

Yeni yılın ilk günlerinde, Topluluğumuz şirketleri de 2003'ün ilk ödüllerini kazandı. Ekonomi dünyasının önde gelen dergisi **Capital**, **Koç Holding**, **Arçelik**, **Koç Allianz** ve **Ford Otosan**'ı ödüllendirirken, **Platin** dergisi de **Arçelik**'i yılın "zirvedeki şirketi" seçti.

Capital'den Dört Ödül Birden

Türkiye'nin en önemli ekonomi dergilerinden Capital, bu yıl üçüncüsü düzenlenen "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" araştırmasında Arçelik'i birinci şirket olarak belirledi. 2002 yılı içinde yapılan araştırma, Türkiye'de 1994'ten bu yana hizmet veren ve insan kaynakları konusunda tüm dünyada saygın bir yere sahip olan Adecco Danışmanlık Şirketi'nin katkılarıyla gerçekleşti.

1.329 Üst Düzey Yöneticinin Görüşü

Araştırma kapsamında 550 farklı firmadan 1.329 üst düzey yöneticinin görüşleri alındı. 32 sektörün en beğenilen şirketleri, üst düzey yöneticilerin görüşleri doğrultu-

Capital Dergisinin ödülleri
(soldan sağa)
Ford Otosan Genel Müdürü Turgay Durak, **Arçelik Kurumsal İletişim Direktörü Ömer Kayaloğlu**, **Koç Holding Stratejik ve İnsan Kaynakları Başkanı Mehmet Ali Berkman** ve **Koç Allianz Genel Müdürü Kemal Olgaç** aldı.



sunda belirlendi.

Araştırmanın sonucunda Arçelik "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketi" seçilirken, Koç Holding üçüncü, Ford Otosan ise 15. sırada yer aldı. Capital Dergisi'nin sektör değerlendirmesinde Koç Allianz 2 yıldır liderliğini sürdürüyor.

Capital Ödülleri, 14 Ocak 2003 tarihinde Hürriyet Medya Towers'da düzenlenen ve çok sayıda konunun katılımıyla gerçekleşen bir tören ile sahiplerine verildi.

Bir Ödül de Platin Dergisi'nden Geldi

Platin Dergisi'nin, "Platin Zirvedekiler Yarışması" adıyla düzenlenen yarışmasında Arçelik, zirvedeki şirket oldu.

"Yılın En Başarılı Kurumu" seçilen Arçelik;

- 2002 yılında altı yabancı markayı bünyesine katması,
- Yılın ilk 10 ayında 334 milyon Euro'luk ihracata imza atması,
- Buzdolabında %14 pazar payı ile İngiltere'de birinci sıraya yerleşmesi nedeniyle bu ödüle layık bulundu.



2002 Yılı Arçelik Yetkili Satıcılar Toplantısı Yapıldı



Hizmet Ödülleri'nin de verildiği Arçelik Yetkili Satıcılar Toplantısı'nda Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi Koç ve Arçelik Genel Müdürü Nedim Esgin birer konuşma yaptı.

2002 Yılı Arçelik Yetkili Satıcılar Toplantısı 12-14 Aralık tarihlerinde, iki grup halinde İstanbul Polat Rönesans Otel'de yapıldı. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Mustafa V. Koç, Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Cengiz Solakoğlu, Arçelik Genel Müdürü Nedim Esgin ve Beko Elektronik Genel Müdürü Ali Sümervâl'in konuşmaları ile başlayan Yetkili Satıcılar Toplantısı, yetkili satıcı temsilcilerinin paneliyle devam etti. Birinci grup toplantısının öğleden sonraki bölümüne, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi



Koç'un konuşması ile geçildi. Toplantının ardından düzenlenen gala yemeğinde Songül Karlı ve Aşkın Nur Yengi, şarkıları ile yetkili satıcılara eğlenceli bir gece yaşattı. 1. Grup Berat Töreni'nde 45 yıllık kıdemli yetkili satıcılara Nedim Esgin, 40 yıllık kıdemli yetkili satıcılara Gündüz Özdemir, 30 yıllık kıdemli yetkili satıcılara Oktay Sokullu, 20 yıllık kıdemli yetkili satıcılara ise Nesil Giray, Sabri Akdemir ve Oktay Sokullu beratlarını verdi. 2. Grup Berat Töreni'nde 50 ve 45 yıl kıdemli yetkili satıcılara Cengiz Solakoğlu, 40 yıl kıdemli yetkili satıcılara Nedim Esgin, 30 yıllık kıdemli yetkili satıcılara Gündüz Özdemir, 20 yıllık kıdemli yetkili satıcılara Oktay Sokullu beratlarını verdi.

Beko Elektronik'te Yemekhane Yenilendi ve Kreş Açıldı

Beko Elektronik'in çağdaş ve yenilikçi imajına uygun olarak çalışanların sosyal imkanları iyileştiriliyor. Beko Elektronik'te yemekhane yenilenirken bir de kreş açıldı. Açılışları Beko Elektronik Genel Müdürü Ali H. Sümervâl ile Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Cengiz Solakoğlu yaptı.

Cengiz Solakoğlu, aynı zamanda Beko'nun geçtiğimiz yılı 4 milyon 200 binin üzerinde TV üretimi ile tamamlaması dolayısıyla yaptığı konuşmada, Beko'daki yenilik ve gelişmelerden duyduğu memnuniyeti dile getirdi.



Eğitim

Koç Üniversitesi'nde MBA Programları Başlıyor

Koç Üniversitesi, 2003-2004 akademik yılında İşletme Enstitüsü'ne alacağı öğrenci adayları ile görüşmeye başladı. MBA Programları ile ilgili olarak öğrencilerin derslere bizzat katılmalarının yararlı olacağına inanan Üniversite yetkilileri, Rumelifeneri Kampüsü'nde 22 Şubat 2003, 22 Mart 2003, 3 Mayıs 2003, cumartesi günleri saat 11.00'de yapılacak

tanıtım toplantılarında öğrenci adaylarını bilgilendirecek. Adaylar MBA

derecesi alabilmeleri için İngilizce Hazırlık Programları sunan İşletme

Enstitüsü hazırlık programı için birinci yıl yoğun bir İngilizce dil programı izleyecek.

MBA programına ilişkin bilgi almak isteyen adaylar;

Rumelifeneri Yolu 80910, Sarıyer / İstanbul adresine veya 0212-338 10 00 numaralı telefona ya da www.ku.edu.tr web adresine başvurabilirler.



Apple'ın Yeni Ürünleri Dünya ile Aynı Anda Türkiye'de



Bilgi teknolojileri dünyasının en köklü şirketlerinden **Apple**'in ülkemizdeki tek temsilcisi **Bilkom Bilişim Hizmetleri**, Türk tüketicisine dünya ile aynı anda hizmet vermeye devam ediyor.

Dizüstü Bilgisayarlardan Web Tarayıcılarına...

Apple'in yeni ürünleri arasında dünyanın en geniş ekranlı dizüstü bilgisayarı **PowerBook G4**, dünyanın en küçük dizüstü bilgisayarı, Mac için yaratılmış en hızlı web tarayıcısı olan **Apple Safari**, profesyonel sunumlar için tasarlanmış yeni **Keynote**, iPod kontrol sistemine sahip ilk ve tek elektronik mont olan **Burton Amp**, Bilkom güvencesiyle tüketiciye ulaşacak. Bilkom, Apple ürünlerinin Türkiye satışı için gerekli olan kanal yapısı, servis, destek, çözüm evi, yerleştirme gibi tüm alt yapısını kurmuş ve müşterilerine en iyi hizmeti vermektedir..

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nda Kobiline'a Büyük İlgi

Kobiline, Cenevre'de yapılan **Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı**'nda (UNCTAD) Türkiye'den örnek proje olarak gösterilerek büyük beğeni topladı.

Cenevre'de yapılan ve UNCTAD kapsamında düzenlenen uzmanlar toplantısına **Koçbank**'ı temsilen katılan, Kurumlar Pazarlama Proje Yöneticisi **İbrahim Kanburoğlu**'nun Koçbank'ın KOBİ yaklaşımı ve KOBİ'lere yönelik ürünlerini anlattığı sunumu, konferans katılımcıları tarafından büyük ilgi gördü.

Yedi Dilde Seslendi

70 civarında ülkeden yaklaşık 200 katılımcıya yedi farklı dilde tercüme edilen uzmanlar toplantısındaki konuşmasında, Kanburoğlu; Kobiline'ın, KOBİ'leri yeni ekonomilere hazırlamak ve yeni ekonomik düzenin fırsatları sayesinde ticaret güçlerini artırmak misyonu ile hizmet verdiğini ve bu doğrultuda KOBİ'lere içerik sağlayan ve tek kaynaktan tam çözüm mantığı ile çalışan Türkiye'nin ilk iş portalı olduğunu söyledi. İbrahim Kanburoğlu, "Türk KOBİ'lerinin uluslararası KOBİ kuruluşlarıyla işbirliğini geliştirmeyi ve uluslararası e-pazar yerlerinde ticaret yapma potansiyelini artırmayı amaç edinen Kobiline, tek noktadan sağladığı çözümlerle maliyet avantajı yaratmakta ve en yüksek düzeyde katma değer yaratarak KOBİ'lerin uluslararası alanda rekabet güçlerini artırmayı hedeflemektedir" dedi.



Bu Kuponu Gösterin, Lastiğinizi Nakit ve Kredi Kartı ile %15 İndirimli Alın...

Bu kampanya 31 Mart 2003'e kadar tüm Continental bayilerinde geçerlidir. Bilgi için: 0 212 275 40 40

Müşteri Bilgileri

Ad :

Soyad:

Tel :

Adres :

e-mail:

Araç Marka:

Model:

Koç Altas

İzocam'dan Yalıtım Sektörüne Yeni Ürünler

Müşterilerinin talep ve beklentilerini tam olarak, zamanında ve en yeni standartlara göre karşılamayı yönetim sistemleri politikası olarak benimseyen İzocam, ürün geliştirme çalışmalarının yeni ürünlerini yalıtım sektörüne sundu. Tüketici beklentileri ve uygulama alanları göz önüne alınarak hazırlanan yeni ürünler, duvarların içten yalıtımı, dış cephe yalıtımı ve yalı baskısı sistemini kullanan uygulamalara kolaylıklar sağlıyor.

Kısa Zamanda Ekonomik Uygulama

Isı ve ses yalıtımında tasarruf sağlayan **İzocam Optimum**, binaların dış cephe yalıtımında kullanılan mantolama uygulaması için **Manto Taşyünü**, **Manto İzopor** ve **Manto Foamboard** ve yalı

baskısı uygulama sistemlerinin yalıtımında kullanılan **Yalı Taşyünü**, Yalı Camyünü, Yalı Foamboard ve Yalı İzopor ürünleri özel ambalajlarında piyasaya sunuldu. Türkiye'de özel patentle sadece İzocam tarafından üretilen Optimum sisteminin en önemli özelliği, uygulama süresinin kısıtlı ve ekonomik oluşu.

Yüzey Bozukluklarını Gideriyor

Diğer avantajları arasında yüzey bozukluklarını gidemesi, cam yünü sayesinde yüksek ses ve ısı yalıtımı ile yangın güvenliği sağlaması, sıva gerektirmedikinden hızlı ve kuru uygulanması, elektrik vb. tesisatları gizlemesi ve hafif bir sistem olması nedeniyle bina yükünü azaltması sayılabilir.

DemirDöküm'ün 2003 Stratejilerini Belirledi

DemirDöküm'ün yetkili satıcıları, 13-15 Ocak tarihlerinde **Kıbrıs**'ta bir araya geldi. **Jasmine Court Hotel**'de yapılan toplantıda DemirDöküm yetkili satıcıları 2002 yılını değerlendirip, 2003 stratejileri üzerine bilgi alışverişinde bulundu.

Toplantıya katılan Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili **Mustafa V. Koç** ve Koç Holding İnşaat ve Turizm Grubu Başkanı **Dr. Bülent Bulgurlu** dünyadaki ve Türkiye'deki siyasi gelişmeler ve bunun ekonomik açımları hakkındaki görüşlerini DemirDöküm yetkili satıcılarıyla paylaştı.

DemirDöküm Genel Müdürü **Melih Batılı** ise toplantıda yaptığı konuşmada yetkili satıcıları yeni stratejiler ve çalışmalar hakkında bilgilendirirken, 2002 yılının özet değerlendirmesini yaptı.

Setur'da Bütün Kartlar Açık

Setur, taksitli kartlar portföyüne yenilerini ekliyor. Artık Garanti Bankası **Bonus Card**, Garanti Bankası **Shop and Miles Card** ve Yapı Kredi Bankası **World Card** sahipleri de Setur'dan alacakları ürünleri bu

kartlarla ister taksitle, ister tek ödemede alma imkânına kavuşacaklar ve puanlar kazanacaklar... Ayrıca Shop and Miles kart sahipleri, her 5 Milyon liralık harcamalarına ekstrasından 1 milyon kazanacaklar.



DemirDöküm yetkili satıcılar toplantısının ardından düzenlenen gala gecesinde yüksek performans gösterenler plakette aldılar.



Bu kampanya, Oltas ve Bizden Haberler'in işbirliği ile hazırlanmıştır



BİZDEN HABERLER

Oltas

Ford'tan Binek Araçları İçin İki Yıl Garanti

Ford Otosan, geçtiğimiz yıl öncü olarak uygulamaya başladığı ticari araçlarda iki yıl garanti sistemini, binek araçları için de devreye soktu. Konuyla ilgili açıklama yapan Servis ve Yedek Parçadan sorumlu Genel Müdür Yardımcısı **Ahmet Şatıroğlu** konuyla ilgili olarak yaptığı konuşmada: "2 Ocak 2003 tarihinden itibaren uygulamaya giren yeni garanti sistemi ile hedeflerimiz bellidir; müşterilerimizin beklentilerini karşılayabilmek ve Ford markası ile birlikte oldukları sürece en iyi satış, servis ve kullanım tecrübesini sağlamaktır" dedi. Şatıroğlu konuşmasında ayrıca, uygulama kapsamında satın alınan aracın üretim hatasından kaynaklanan mekanik arızaları iki yıl süre ile fabrika garantisi altına aldıklarını ve birinci yılda km sınırı olmadığını belirtti.

Birmot'tan Boya Garantisi

Birmot'tan bir yenilik daha: Otomotiv boya teknolojisinde bir lider olan PPG tarafından üretilen, onaylanmış boyama sistemi, sekiz ilde Birmot servislerinde uygulanmaya başlandı. Bütün markalara kaporta ve boya hizmeti veren Birmot servisleri, PPG'nin 36 yıllık Boya Performans Garantisi ile aracın yeniden boyanan alanlarını üç yıl süreyle garantiliyor.

Sağlık

SANERC'ten Yoğun Bakım Hemşireliği Kursu

Vehbi Koç Vakfı Semahat Arsel Hemşirelik Araştırma Merkezi (SANERC), **Dr. Siyami Ersek Göğüs Kalp ve Damar Cerrahisi Merkezi** hemşirelerine Yoğun Bakım Hemşireliği Kursu veriyor. Türkiye'de hemşirelik mesleğinin niteliğini yükseltici eğitim ve araştırma çalışmaları yapmak amacıyla kurulan SANERC, Türkiye'de bu alanda eğitim veren tek kuruluş. 23 Aralık 2002 tarihinde başlayan ve 11 Mart 2003'e kadar sürecek olan kursa, 22 cerrahi yoğun bakım hemşiresi katıldı. Kursu bitiren hemşireler Sağlık Bakanlığı onaylı sertifika alacak.



Oltaş-Continental'den "Kışa Özel" Öneriler

Kış aylarıyla birlikte daha da zorlaşan yol koşullarında, kendinize olduğu kadar kullandığınız araca da güvenmeniz gerekir.

Bunun için de hem aracın kış bakımı hem de lastikler konusunda alacağınız önlemler büyük önem taşımaktadır.

Oltaş-Continental'den sürücülere "kış uyarıları" şöyle:

- Kış lastiklerinin tutma ve kavrama özellikleri sadece karda ve buzda değil, ısının 7 C dereceye düşmesiyle devreye girecektir.
- Karda ve buzda hareket etmek için aracınız 1. viteste patinaja neden oluyorsa daha yavaş kalkış için 2. vitesle hareket etmeyi deneyin.

✓ Kış lastiklerinizi seçerken orijinal ebatlara uyunuz. (Geniş tabanlı kış lastiğine seçimine yönelmek yanlış uygulamadır. Bu tür lastikler özellikle karlı ve buzlu zeminde zeminde daha az tutunurlar.)

✓ Yokuş inerken motorun frenleme (düşük vites) gücünü kullanınız ve vites küçültme hamlesini yokuş başlamadan gerçekleştiriniz. (İnişe geçtikten sonraki ani vites küçültmeleri ve fren hareketiniz aracınızın kaymasına neden olacaktır.)

✓ Gizli buzlanma olabileceğinden hareketle ağaçlarla çevrili gölgeli yollardan, köprü ve viyadüklerden geçerken süratini düşürünüz.



No one will ever make
a better espresso than you...



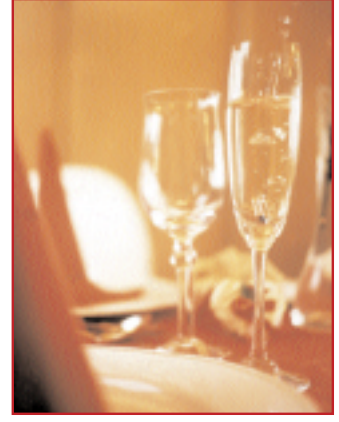
NESPRESSO

Horizon 2000 Gıda San. Ve Tic. A.Ş.
Etiler Cad. No: 13 15 Kat / İSTANBUL
Tel: 0 (212) 270 79 00 (40x) www.nespresso.com.tr

Divan'da Sürprizler Devam Ediyor



Lezzet geleneğinden taviz vermeyen Divan, yeni ürünleri ve özel uygulamalarıyla hem Kurban Bayramı hem de Sevgililer Günü için konuklarına hoş sürprizler hazırladı



Taksim Divan'da açılan lokantada damak zevkine önem verenler için farklı tatlar sunuluyor.

Lezzet geleneğini sürdüren Divan, bünyesine eklediği yeni ürünler ve yeni mekânlar ile konuklarına hizmet vermeye devam ediyor.

Yenilenen Mekânda Yeni Tatlar

Taksim Divan Otel'nin girişinde yenilenen **Divan Lokantası**, eski tatların yanı sıra yeni bir münü ile konuklarını karşılıyor. Aşçıbaşı **Ayberk Şurdum** tarafından Divan'ın lezzet geleneğinden taviz verilmeden hazırlanan münüde, damak tadını önemseyen konuklara ilginç tatlar sunuluyor. Divan Otel'in girişinde açılan Divan Lokantası, eski tatların yanı sıra, sürpriz yemeklerle birbirinden lezzetli tatlar sunarken, konuklarına kolay kolay unutamayacakları anlar yaşıyor.

Bayrama Özel Kampanya

Divan Otel, Kurban Bayramı için özel paket programı uyguluyor ve 10-14 Şubat tarihlerinde Otel'de konaklayacak konuklarına 80 Dolar gibi çok özel fiyatlar sunuyor.

Divan Otel, konuklarına sadece özel fiyat uygulamasında bulunmuyor, ayrıca "hoş geldiniz kokteyli" ikramı, zengin açık büfe kahvaltı ve fitness center kullanımı gibi birbirinden hoş sürprizleri de beraberinde hazırlıyor.



Ona Sevdığınızı Söyleyin...

Sevgililer Günü'nde **Divan Pub**'lar tüm sevgililere özel sürprizler sunuyor: Kalp Pasta ve Şampanya İkramı... Tercihinizi daha da romantik bir geceye dönüştürmek isterseniz Divan Otel ve **Kuruçeşme Divan** birbirinden lezzetli tatlardan oluşan özel Sevgililer Günü münüsü hazırlamış. Divan Lokantası'nda çok özel iki kişilik "Sevgililer Günü Yemeği", çift kişilik konaklama, odaya şarap ve meyve ikramı, ertesi sabah açık büfe kahvaltı, çok özel fiyatta! **Divan Pastaneleri** ise 2003'te Sevgililer Günü'nde çok özel tatlar sunuyor.

"Aşkıınızı en güzel ifade etmenin sırrı Divan Pastaneleri'nde saklı" sloganından hareket eden Divan Pastanesi, kırmızı kadife kalp kutu içinde, lezzetli damaklardan kaybolmayan sütlü ve bitter kalp madlenle, özel ambalajı içinde Aşk Kurabiyeleri sunuyor.

Sushi Bar'da "Happy Hours"

Bayramda ve Sevgililer Günü'nde biraz da eğlenmek isteyenler için **Kalamış Hai Sushi Bar** dikkate alınması gereken alternatifler arasında. Her gün 12.00-15.00 ve 19.00-20.00 saatleri arasında yiyebildiğiniz kadar sushi ve bir meşrubatın fiyatı ise sadece 25 milyon Lira.

Finans Dünyasına Bakış

DİE'nin yayımladığı verilere göre, imalat sanayi kapasite kullanım oranı Aralık ayında %76.7 oldu. Aynı değer, geçen yılın aynı ayında %73.3'tü. Son iki ayda kaydedilen %80.4 ve %77.1'lik rakamlar dikkate alındığında, Aralık ayındaki oranın görece düşük kaldığı dikkati çekiyor. İmalat sanayi eğilim anketine katılan işletmelerin %68.9'u, kapasitenin eksik kullanımına en büyük gerekçe olarak iç talebin yetersizliğini gösterdi.

DİE'nin yayımladığı verilere göre, Sanayi Üretim Endeksi Kasım ayında, geçen yılın aynı dönemine göre %8.6 artış gösterdi. İmalat sanayi üretimi 1 yıllık sürede %9.8'lik bir büyümeye gösterirken; elektrik, gaz ve su üretiminde %3.5'lik bir artış gözlemlendi. Madencilik sektörü bu ayda da düşüş gösterdi ve üretim Kasım ayında, geçen yılın aynı dönemine göre %4 azaldı. 11 aylık sanayi üretimi ise bir yıllık sürede %8.7 artış gösterdi. **Merkez Bankası (MB) 2003 yılında uygulanacak para politikasının çerçevesine ilişkin bir duyuru yayımladı.** MB, fiyat istikrarının birincil amaçları olduğunu, ekonomik büyümeye katkı ve istihdamı artırma gibi diğer amaçların, ancak fiyat istikrarını olumsuz etkilemeyecekse desteklenebileceğini vurguladı. Açıklamada ayrıca, MB'nin kısa vadeli faizleri ana politika aracı olarak kullanmaya devam edeceği dile getirilirken, faiz oranlarının enflasyonun beklenen seyrine bağlı olarak belirleneceği belirtildi. MB, 2002 yılında izlediği politikayı, açık bir enflasyon hedefi belirtilmediği, ancak para tabanının artışı beklenen enflasyona ve büyümeye göre belirlendiği için "örtülü enflasyon

hedeflemesi" olarak nitelendirildi. (2002 yılı için belirlenen %31'lik TEFE ve %35'lik TÜFE hedefleri, uygulanan ekonomik programın hedefleri olup MB'nin hedefleri değildi.) MB, gerekli tüm hazırlıklar yapılmadan "enflasyon hedeflemesi"ne geçmeyi düşünmüyor. Bu nedenle, "örtülü enflasyon hedeflemesi"ne 2003 yılında da devam edileceği belirtilirken, "enflasyon hedeflemesi" için gerekli bazı araçların (enflasyon tahmin modelleri, beklentileri, anketin piyasa oyuncularına dağıtılması gibi) uygulamaya konulduğu vurgulandı.

Başbakan Abdullah Gül, mali tedbirler paketini kamuoyuna açıkladı. Paketin asıl hedefi, mali dengeleri düzelterek 2003 yılı için GSMH'nin %6.5'i olarak belirlenen faiz dışı hedeflerine ulaşmak. Paket kapsamında gerçekleşmesi beklenen gelirlerin toplamı 6.2 katrilyon TL'ye ulaşıyor. Pakette en çok dikkati çeken unsur, hızlandırılmış özelleştirme programı. Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanı Ali Babacan, kamu teşebbüslerinin yerli ve yabancı yatırımcılar için cazip hale gelmesini sağlayacak yeni özelleştirme programlarının devreye sokulacağını belirtti.

IMF Birinci Başkan Yardımcısı Anne Krueger ve Dünya Bankası Başkan Yardımcısı Johannes Linn, geçtiğimiz hafta içinde Türkiye'yi ziyaret etti. Krueger, Türkiye'nin olası bir Irak savaşı sonrasında kayıplarını telafi etmek için ek kaynak alabileceğini belirtti. Aynı şekilde, Linn de yeni kredi olanaklarından söz etti, ancak Dünya Bankası'nın ekonomik program dahilinde atılacak adımlardan emin olmak istediğini de ekledi.

Sabit Gelirli Yatırım Araçları (31.12.2002-20.01.2003)

	%
Koçbank B Tipi Tahvil ve Bono Fonu	2.1
Koç Yatırım Portföy Yönetimi (Sabit Getirili)	2.0
Koç Yatırım B Tipi Tahvil ve Bono Fonu	1.9
Koçbank B Tipi Değişken Fonu	1.9
Koç Yatırım B Tipi Likit Fonu	1.8
Koçbank B Tipi Likit Fon	1.7
Piyasa B Tipi Fonların Ağırlıklı Ortalama Getirisi	1.6

Hisse Senedi Ağırlıklı Yatırım Araçları (31.12.2002-20.01.2003)

	%
Koçbank A Tipi Hisse Senedi Fonu	3.3
Koç Yatırım A Tipi Koç Şirketleri İştirak Fonu	3.0
Koç Yatırım Portföy Yönetimi (Hisse Senedi Ağırlıklı)	2.8
Koçbank A Tipi Değişken Fonu	2.4
İMKB 100 Endeksi	2.1
Koçbank A Tipi Karma Fonu	2.1
Koçbank A Tipi İMKB 30 Endeksi Fonu	1.8
Piyasa A Tipi Fonların Ağırlıklı Ortalama Getirisi	1.4
Koçbank A Tipi Holdingler ve Yatırım Şirketleri Sektör Fonu	1.3

Döviz Endeksli Yatırım Araçları (30.12.2002-20.01.2003)

	%
Euro	2.9
Koç Yatırım Portföy Yönetimi (Döviz Kistli TL Bazında)	1.5
Amerikan Doları	1.2
Koç Yatırım Portföy Yönetimi (Döviz Kistli USD Bazında)	0.3
Döviz Kistli Portföy Yönetiminde Kistas Geliri (USD Bazında)	0.2

Alternatif Getiriler (30.12.2002-20.01.2003)

	%
Alım	5.9
TL Mevduat 3 Ay	2.1
Gecelik Repo Getirisi	1.9
Hazine Bonosu (3 Ay)	1.7

Koç Yatırım Fonları Hakkında

Koçbank A.Ş. A Tipi İMKB Ulusal 30 Endeksi Fonu (KoçFon3)

Riski seven, İMKB Ulusal 30 endeksinde yatırım yapmayı düşünen yatırımcılara önerilir.

%80-%100 oranında İMKB Ulusal 30 endeksi hisse senedi, %0-20 oranında devlet tahvili, hazine bonosu ve repodan oluşur. Fonun, İMKB 30 Endeksi ile %90 korelasyon sağlaması gerekmektedir.

Portföy Büyüklüğü: 31 Aralık 2002 itibarıyla 17.870 milyar TL.

Alım Satım Kuralları: İş günlerinde 09.00-12.30 saatleri arasında verilen alım emirleri için 1 iş günü, geri satım emirleri için 2 iş günü valör uygulanır.

ATM'ler, 444 0 555 Telefon Bankacılığı ve **www.kocbank.com.tr** internet adresi aracılığıyla da fon alım/satım emri verilebilir. 24.00-12.30 saatleri arasında verilen alım emirleri 1 iş günü, geri satım emirleri 2 iş günü sonra, 12.30-24.00 saatleri arasında verilen alım emirleri 2 iş günü, geri satım emirleri 3 iş günü sonra gerçekleştirilecektir.

Yatırım İçin Tavsiye Edilen Süre: Minimum 3 ay ile 1 yıl arasındadır.

Yönetim Ücreti: Portföy değeri üzerinden günlük %0.015

Yatırımlarınız Koç Portföy ile Değer Kazanıyor

Kurumsal yatırımcıların yanı sıra 100 bini aşan bireysel yatırımcının aktiflerini A ve B tipi 13 yatırım fonu ile yöneten Koç Portföy, bu alanda Türkiye pazarında ikinci sırada bulunuyor. Her yatırımcıya hitap edebilecek geniş yelpazeye sahip Koç Portföy'ün yönetimi ile ilgili sorularımızı Genel Müdür Didem Gordon yanıtladı

Bireysel ve kurumsal yatırımcılarına, kendi yatırım tercihlerine göre profesyonelce hazırlanmış özel bir portföy yönetimi sunan **Koç Portföy**, 2002'de 1,3 katrilyon liralık fonu yöneterek pazar payını %13'e çıkardı.

• Portföy yönetimi nedir?

Portföy yönetimi bireylerin ya da kurumların aktiflerinin yatırım yapılarak yönetilmesidir. Bizim iş alanımızda portföy yönetimi derken, hem yukarıda bahsettiğim türde aktif yönetimi hem de yatırım ve bireysel emeklilik fonlarının yönetimi bulunmaktadır.

"Özel Portföy Yönetimi'nden yararlanmak için bizi 0212-211 24 14'ten ya da Koçbank ve Koç Yatırım'dan arayabilirsiniz" diyen Didem Gordon, yatırım fonları için ise subelerden, internetten ve 444 0 555 nolu müşteri hattından kendilerine ulaşılabilirliğini söylüyor.

• Portföy yönetimi ile amaçlanan nedir?

Portföy yönetiminde amaç, bireysel veya kurumsal yatırımcının özelliklerini, finansal hedeflerini ve risk tercihlerini çok iyi anlayarak yatırımların optimal bir getiri sağlayacak şekilde profesyonelleştirilmesidir. Koç Portföy olarak bu bağlamda, hem kişiler hem de kurumlara üç ana getiri kıstasından herhangi birini aşmayı hedef alan bir Özel Portföy Yönetimi hizmeti sunuyoruz. Bunun yanında, 100 bini aşan bireysel yatırımcının yatırımlarını A ve B tipi 13 yatırım fonu ile yönetiyoruz. Bu fonların her biri farklı bir risk düzeyi taşıyor ve geniş bir risk/getiri yelpazesinde; yani her yatırımcıya hitap edecek bir yatırım fonumuz var. Ayrıca Koç Allianz için A tipi bir fon yönetmekteyiz.

• Sektörünüzdeki diğer kuruluşlardan farklı yönlerinizi öğrenebilir miyiz?

Koç Portföy aktif yönetiminde kurumsal yatırım süreci ve yaklaşımı, deneyimli ve kalifiye ekibi ve ileriye dönük iş plan ve stratejileri açısından sektöründeki rekabete göre çok avantajlı. Ayrıca 2002'de 1,3 katrilyon TL (773 milyon ABD Doları) büyüklüğünde fonu yöneterek bu bü-

yüklükle Türkiye'de %13 pazar payı ile ikinci sırada. Benzer kategoride ve benzer büyüklükteki fonlar ile kıyaslandığında, performans sıralamalarında da sağlam bir yere sahibiz. Yönettiğimiz toplam aktifler 1,5 katrilyon Türk Lirası (907 milyon ABD Doları). Ek olarak, Koç Holding'in Unicredito ile KFS ortaklığının bizim için önemli bir yanı var. Unicredito, bizim sektörümüzde dünya çapında ünlü ve 100 milyar ABD Doları büyüklüğünde fon yöneten Pioneer Investments'ın sahibi. Koç Portföy, Pioneer ile stratejik işbirliği içinde.

• Koç çalışanlarına paralarını nasıl yönlendirmelerini önerirsiniz?

Koç çalışanlarına, yatırım yaparken mutlaka orta ve uzun vadede finansal hedeflerini belirlemelerini ve bu hedefe ulaşmak için düzenli olarak yatırım yapmalarını öneriyorum. Ülkemizde sermaye piyasaları fiyat hareketleri açısından çok dalgalı bir yapıya sahip ve ister istemez bireyleri yatırım yaparken çok kısa vadeli düşünmeye ve yatırım araçları arasında sürekli değişiklik yapmaya itiyor. Öte yandan, bu işe vaktinizin önemli bir kısmını ayıramıyorsanız, özellikle belirsizlik zamanlarında ve dalgalanmalar-



da hata yapmanız büyük olasılık. Bu hata genelde sizi orta vadede ulaşmaya çalıştığınız finansal hedeflerinizden saptırabiliyor. Bu gibi nedenlerle, risk ve getiri tercihlerine uyan bir veya birkaç yatırım fonundan oluşan bir portföy oluşturmalarını ve örneğin her ay belli bir miktar yatırım yapmalarını öneririm. Ayrıca, Özel Portföy Yönetimi de bir seçenek.

• **Koç Topluluğu çalışanları için özel bir hizmetiniz var mı?**

Sadece Koç Topluluğu'nun halka açık şirketlerinin hisse senetlerine yatırım yapan bir iştirak fonu yönetiyoruz. Fakat bu fona isteyen herkes yatırım yapabiliyor. Bu yıl Türkiye'de bireysel emeklilik fonları kurulmaya başlanacak.

Koç çalışanlarına emeklilik dönemleri için bizim yöneteceğimiz bu fonlardan oluşan planlar sunulacak. Ayrıca, Özel Portföy Yönetimi alanında Koç çalışanları için daha farklı ürünler de gündeme gelebilir.

• **Portföy Yönetiminde başarının ölçülmesi için kıstas nedir?**

Özel Portföy Yönetimi hizmeti verdiğimiz müşterilerimiz için bizim başarılı olmamız, portföylerini yönettiğimiz sürece kendi seçtikleri başarı kıstaslarını ne kadar aştığımız ile ölçülüyor.



Yatırım fonlarında ise hem fonun kıstaslarının üstünde performans sağlamamız hem de bize benzer fonlardan daha iyi getiri sağladığımızda başarılı oluyoruz. Buna ek olarak, bizim için, yıllarca tutarlı bir performans sergilemek çok önemli bir başarı kriteri. Bizim katma değerimiz; çok kapsamlı temel, kantitatif ve teknik analizlere dayalı yatırım stratejilerini etkin olarak uygulayarak ve yurtiçi ve yurtdışı piyasalardaki gelişmeleri çok yakın takip edip "aktif" olarak yatırım yapmak.

• **Portföy Yönetiminin yatırımcıya sağladığı avantajlar nelerdir?**

Yatırımcının kendi yatırım tercih-

lerine göre, özel bir profesyonel portföy yönetimi ve sürekli kalitesini artırma hedefimiz olan bir müşteri hizmeti veriyoruz. Yönettiğimiz yatırım fonları kanalıyla da, büyüklüğüne bakılmaksızın tüm yatırımlar için daha standart, ama en önemli yatırım prensiplerinden biri olan riski etkin dağıtma prensibiyle, aktif olarak yönetilen ürünler sunuyoruz.

• **İnternet üzerinden yatırım fonu işlemleri nasıl yapılıyor?**

İnternet'ten, www.kocbank.com.tr adresine girerek fon işlemleri menüsünden fon alım seçeneğini kullanarak yatırım fonu alabilirsiniz. Ayrıca web sitemizde fonlarımız hakkında detaylı bilgi de mevcut.

• **Portföy yönetiminden nasıl yararlanılır?**

Özel Portföy Yönetiminden yararlanmak için bizi **(0212) 211 24 14**'ten veya Koçbank'ı ve Koç Yatırım'ı da arayabilirsiniz. Yatırım fonlarımızı da şubelerden, internet veya **Alo Koçbank (444 0 555)**'tan alabilirsiniz. Koç Topluluğu şirketlerini ziyaret ederek ürünlerimiz hakkında tanıtım da yapıyoruz. Bunun için bizi aramanız yeterli.

Koç Fonları, 2002 Yılında %12.8 Pazar Payıyla Sektör 2.'si

PORTFÖY YÖNETİCİSİ	Yatırımcı Sayısı	Toplam Fon Büyüklüğü (milyar TL)	Toplam Fon Büyüklüğü (milyon USD)	Pazar Payı (%)
İş Portföy	346,877	2,076,683	1260.4	20.9
Koç Portföy	109,177	1,273,687	773.0	12.8
Ak Portföy	128,958	1,176,638	714.1	11.8
Garanti Portföy	167,389	1,123,268	681.7	11.3
Yapı Kredi	154,919	991,796	601.9	10.0
Toplam	1,473,930	9,941,546	6,033.8	

Koç Holding Hizmet Ödülleri Verildi

Koç Topluluğu bünyesinde 10., 20., 25., 30. ve 40'inci yılını dolduranlara "Hizmet Ödülleri" verildi. **Koç Topluluğu**'nun geleneksel olarak düzenlediği "Yılsonu Yemeği"nde, bu yıl da heyecan dolu anlar yaşandı. Koç Topluluğu'nun CEO'su **F. Bülend Özaydınlı**, bu özel gün nedeniyle yaptığı konuşmada; "Öncü ve örnek olma misyonumuzu sürdürüyoruz. Değişimi yaratan yeni fikirlere, önerilere açtık; şeffaflığı ilke edinerek büyümek istiyoruz... Bu akşam geleneksel yılsonu yemeğimizde, Koç Holding'e ve Vehbi Koç Vakfı'na değerli katkılarıyla başarı ile hizmet etmiş 10., 20., 25., 30. Ve 40. çalışma yılını dolduran arkadaşlarımızı onurlandırarak mutluluklarını paylaşacağız" dedi.



30. ve 40. Yıl
Rahmi M. Koç ve F. Bülend Özaydınlı, 40. yıl Hizmet Ödülü'nü alan Haydar Yılmaz (Soldan 2.) ve 30. yıl ödüllerini alan Ali Senol, Sabahattin Acar (soldan 3. ve 4.) ile birlikte.



25. Yıl
(Soldan sağa) F. Bülend Özaydınlı ve Mustafa V. Koç, 25. yıl Hizmet Ödülleri'ni alan Cahit Tıgılı, Musa Metin, Kamuran Başaran ile birlikte.



20. Yıl
F. Bülend Özaydınlı, 20. yıl Hizmet Ödülleri'ni alan (Soldan sağa) Hüseyin Kıriloğlu, Köksal Keleş, Aziz Karakus ile birlikte.

10. Yıl
F. Bülend Özaydınlı, 10. yıl Hizmet Ödülleri'ni alan (Soldan sağa) İlhami Can Öztürk, Ali Tırık Uzun, Aysin Nircan Onarcan, Semir Kızıltoprak, Yesim Ecevit, S. Haluk Bostancıoğlu, Hasim Aydın, Uğur Yüzbasıoğlu ile birlikte.



Koçtaş'tan Dekoratif Dersler

Eğer el sanatlarıyla ilgileniyor ve el becerilerinizi geliştirmenin yollarını arıyorsanız, size çok iyi bir haberimiz var; **Koçtaş Yapı Market**'te, ücretsiz "**Dekorasyon Teknikleri Eğitimi**" veriliyor.

Ahşap Boyamadan Mum Yapımına...

Koçtaş'ın İstanbul-Kartal'da, sahil yolu üzerindeki mağazasında düzenlenen eğitimler, hem çalışan kesimin hem de boş vakitlerini değerlendirmek isteyenlerin katılabilmesi için değişik saatlerde yapılıyor.

Pazartesi ve çarşamba günleri saat 11.00'de, cumartesi ve pazar günleri ise saat 13.00'te başlayan eğitimlerde, katılımcılara ahşap boyama, mum yapımı, mozaik teknikleri, fırça efektleri gibi konularda bilgi veriliyor.

Deneyimli Eğitimciler

Dekorasyon Tekniği Eğitimi ile özellikle ev hanımlarının yeteneklerini ve yaratıcılıklarını kullanarak evlerini güzelleştirmelerine katkıda bulunmayı amaçlayan Koçtaş, benzer eğitimlere beş yıl önce başladı. Ünlü atölyelerin deneyimli eğitimcilerinin aracılığıyla verilen derslere, her kesimden çalışanlar da rağbet etmeye başlayınca "Dekorasyon Tekniği Eğitimi"ne katılan öğrenci sayısı artarken eğitimin de içeriği zenginleşti. "Ahşap boyayabilirim ya da mum yapmak isterim" diye düşünüyor ve bu eğitime katılmak istiyorsanız, öncelikle kayıt yaptırmanız gerekiyor. Ürünlerinde en düşük fiyat garantisi veren Koçtaş, bu eğitimlerde kullanılan ürünleri de piyasaya göre en uygun fiyatlarla ve en iyi kalitede tüketiciye sunuyor.

Ayrıntılı bilgi için: Koçtaş: (0216) 389 00 00



Damat Traşından, Damat Bohçasına



Günümüz yaşam tarzına bağlı olarak şekil değiştiren ustura yerini yavaş yavaş tıraş bıçağına bıraksa da, dünden bugüne süre gelen en köklü adetlerimizden biri olan damat tıraşı Türk Kültürü'ndeki yerini hâlâ koruyor. **Vehbi Koç Vakfı Sadberk Hanım Müzesi** Türk örf ve adetlerinin önemli bir parçası olan nadide sanat eserlerini ve en güzel “**damat bohçası**” örneklerini saklı oldukları sandıklardan çıkarıp gözler önüne seriyor.

Usturadan Tıraş Bıçağına...

Damat tıraşı bir anlamda kesilen sakallarla birlikte delikanlılığın sona erip aile reisliğine atılan ilk adımı temsil ediyor. Şimdi bu çok özel günün çok özel adetlerine birlikte tanık olalım:
Damat Evi'nin önüne çıkara-

Erkekler berber koltuğuna, yaşamları boyunca iki kez her günkü tıraştan farklı bir nedenle oturur; asker tıraşı ve damat tıraşı. Vehbi Koç Vakfı Sadberk Hanım Müzesi 18. Yüzyıldan günümüze kadar ulaşan “damat bohça”larının en güzel örneklerine ev sahipliği yapıyor

ılan masalar yiyecek içeceklerle donatılmış, köyün hatırı sayılır kişileri gençlerle birlikte eğlenceye oturmuştur. Öğle üzeri gelin, baba evinde telini duvağını takarken, damat da kız evinden gelen “pusat” tan çıkan tıraş

önlüğü, peşkiri ve tıraş tasıyla delikanlı olarak son tıraşını yaptırmak üzere evinin avlusunun orta yerine konan bir sandalyeye oturur. Köyün berberi damat tıraşı için, mümkün olduğu kadar ağırdan alarak çok büyük bir titizlikle tıraşa başlar. Tıraş esnasında damada yakınları, arkadaşları, para ve çesitli takılar takarak damadın kuracağı yuvaya katkıda bulunur.

İpekli Tıraş Önlükleri, Peşkirler ve Fildişi Usturalar...

Damat tıraşı halen süregelen bir gelenek olmasına rağmen, tıraşta kullanılan ipekli tıraş önlükleri ve peşkirler, yerini keten önlüklere, işlemeli keseler içindeki fildişi usturalar ise yerini tek kullanımlık tıraş bıçaklarına, işlemeli gümüş tıraş taslarına yerini havlulara bıraktı.



(Üstte)
Gümüş leğen,
ibrik, sabunluk,
19.yy ilk yarısı,
Fransa

(Solda-üstte)
Deri/sim ustura
kesesi ve fildişi,
kehribar, kemik,
mercan ve çelik
usturalar,
18.yy/19.yy

(Solda-altta)
Tıraş önlüğü,
ipekli dokuma,
18.yy

(Sağda)
Gümüş tıraş
tası, 19.yy
Fransa

Geçmişin kültürel mirasına sahip çıkan Vehbi Koç Vakfı Sadberk Hanım Müzesi, simle işlenmiş deri keseler içinde fildişi, kehribar, kemik ve mercan saplı usturalar, işli ipek peşkirler ve gümüş işçiliğinin en güzel örneklerini taşıyan leğen, ibrik ve tıraş taslarını günümüz insanına taşıyor.

Müze, damat tıraşı, gelin hamamı, kına gecesi, loğusa gelenekleri ve diğer geleneklerimizi bugüne taşıyan diğer eserlerin yanı sıra M.Ö. 4750'den M.S. 18. yüzyıla uzanan zengin bir koleksiyonu da ziyaretçilerine sunuyor. Sadberk Hanım Müzesi'ni hâlâ görmediyseniz ve siz de damat tıraşını erkek kuaföründe yaptıranlardan sanız damat bohçası örneklerini mutlaka görün ve teknolojinin nimetlerinden yararlanırken kaçırdığınız güzelliklerin farkına varın.

V.K.V. Sadberk Hanım Müzesi
Adres: Piyasa caddesi No: 27-29
Büyükdere, İstanbul
Telefon: (0212) 242 38 13-14





Sahada ve İş Dünyasında ‘Sportif’ Mücadele...

İş dünyası ve spor! Her ikisi de mücadeleyi seviyor. Her ikisinde de ‘takım oyunu’ şart! Her ikisi de kendi liderlerini yaratıyor! Ve bu liderler ‘oyun kurmak’ta usta oluyor. Bu özelliklere sahip ve ligde takımı olan üç sportif şirketimiz: Arçelik, Tofaş ve Migros

Bireyselleşmenin ön planda olduğu bir çağ... İletişimde, ‘one size fits all’, yani standartlaşma döneminin bittiği ve ‘demassification’, yani mümkün olduğunca geniş kitlelerle iletişim kurma ihtiyacının hissedildiği bir çağ... ABD’de ortalama bir insan, günde 5 bin adetten fazla satışa yönelik mesajla karşılaşır. Ülkemizdeki durumun bu seviyede olmasa da binlerle ifade edilebileceğini söyleyebiliriz. İletişimde başarı, geniş kitlelerin ortak noktalarını bulabilmekten ve onların anlayacağı dilde konuşmaktan geçiyor. Markalar tarafından bu dilin bulunması, kabul

Arçelik Kurumsal İletişim Direktörü ve Arçelik Spor Kulübü Asbaşkanı Ömer Kayalıoğlu: “Arçelik Voleybol Kulübü, Arçelik markasının uzun yıllardır marka bilinirliğini artırarak, sosyal sorumluluk bilinci ile hareket eden firma algısının sosyal paydaşlara ulaştırılmasında etkin rol oynuyor.”

edilme şansını son derece yükseltiyor. Spor, günümüzde çok geniş kitlelere hitap eden en güçlü ortak değer ve dil olarak karşımıza çıkıyor. Dünya geneline bakıldığında da rakamsal veriler de bu görüşü destekliyor. 2000 yılında toplam sponsorluk harcamalarının %68 (25 milyar Dolar)’i spora gitti. Bu oran 2002’nin ilk yarısında %79’a ulaşmış durumda... Sporun ardından da %11 ile televizyon yayınları, %6 ile kültür/sanat ve %4 ile diğerleri geliyor. Geleneksel iletişim yöntemlerini kullanarak hedeflere ulaşmak artık çok zor. Tüm dünyada sportif yatırımları da kapsayan sponsorluga tanımı değişti. Geleneksel adı

Tofaş Spor Kulübü, Türkiye’nin dört bir yanına yayılan Tofaş Basketbol Okulları ve Basketbol Gönüllüleri Projesi ile birlikte çağdaş basketbola hizmet veriyor ve geleceğin yıldızlarını yetiştiriyor. Basketbolun ülke geneline yayılmasını amaçlayan Tofaş Spor Kulübü, Türkiye genelinde 32 ilde 2500 sporcu ve 65 antrenörle hizmet ediyor. Böylelikle geleceği kuracak gençler yetiştirerek Tofaş markasını sonsuz-

ile sponsorluk, yeni adı ile 'promosyonel lisans anlaşmaları' olarak karşımıza çıkıyor. Bu nedenle pazarlama karmasında promosyonel lisans (promotional licensing) yer alıyor ve başarılı bütünleşik bir iletişim, bunlardan başarılı bir karışım yapmayı gerektiriyor.

Arçelik, böylesi önemli ve farklı bir alanın, farklı bir dilin, ayrı bir uzmanlık gerektirdiğinin de bilincinde... "Arçelik Voleybol Kulübü bu alanda "liderlik yapan marka" kimliğini desteklemek suretiyle çağdaş ve evrensel anlamda sponsorluğun gereğini sürdürüyor" diyor Arçelik Kurumsal İletişim Direktörü ve Arçelik Spor Kulübü Asbaşkanı **Ömer Kayalıoğlu** ve ekliyor: "Bu en geniş tanımıyla, Arçelik Voleybol Kulübü'nün yıllar önce vizyoner bir yaklaşımla yorumladığı gibi, herhangi bir kuruluşun, adını ve/veya ürününü bir etkinlikle (sportif, sanatsal vb.) ya da toplumsal bir faaliyetle (eğitimsel, çevresel vb.) özdeşleştirmek amacıyla, söz konusu etkinliği direkt olarak desteklemek üzere kaynak tedarik etmesi olarak tanımlanıyor. Arçelik Voleybol Kulübü, Arçelik markasının uzun yıllardır marka bilinirliğini artırarak, sosyal sorumluluk bilinci ile hareket eden firma algısının sosyal paydaşlara ulaştırılmasında etkin rol oynuyor."

Migros Spor Kulübü: "Kurum Kültürümüz Sporumuza da Yansır"

*Migros Malzeme Satınalma Müdürü , Migros Spor Kulübü Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Sekreteri **Sinan Kamık**, "Kurumsal marka ve spor" üzerine sorularımızı yanıtladı:*

• Türkiye Bayanlar Basketbol Ligi'nde Migros Spor Kulübü kaç yıldır mücadele ediyor ve nasıl bir yapılanma içinde?

Şirketimiz, bilindiği gibi ülkemizde sektörünün lideri olan çağdaş, güvenilir, yenilikçi ve kaliteli hizmet anlayışını belli bir disiplin içinde gerek kendi personeline, gerekse müşterilerine sunan bir kuruluştur. Bu anlayış çerçevesinde kurum kültürümüzü, Türk sporuna da yansıtarak katkı sağlamak ve yetenekli sporcuları bu kültürle yetiştirmek, kulübün kurulmasındaki en önemli amaçlardan biridir.

• Migros Spor Kulübü, Migros markasına neler katıyor? Takımın hedefleri ve spora

yaklaşımıyla ilgili bilgi verir misiniz?

Migros Spor Kulübü 1998 yılında dönemin Genel Müdürü Sayın **Bülend Özaydınlı** tarafından kuruldu. 1999 - 2000 sezonunda bayan basketbol şubesi faaliyete geçirildi. Aynı sezon 2. Türkiye Ligi'nde mücadele ettiği bütün maçlarını kazanarak 1. Türkiye Deplasmanlı Bayanlar Basketbol Ligi'ne yükseldi. 12 takımlı ligi; 2000-2001 sezonunda 7., 2001-2002 sezonunu 5. sırada, 2002-2003 sezonunun ilk yansını da 4. olarak tamamlamıştır. Türkiye çapında İstanbul, İzmir, Kocaeli, Bodrum, Ankara, Adapazarı olmak üzere toplam 700 kız ve erkek öğrencisiyle spor okulları faaliyetine devam etmekte ve kulübe maddi destek sağlamaktadır. Kulübümüz yapmış olduğu spor okulu faaliyetleri ile hitap ettiği kesimlere Migros markasının tanınması için katkıda bulunmaktadır.

Bu çerçevede, Arçelik markasının dinamik yüzü olan Arçelik Voleybol Kulübü 1979'dan beri Türkiye'de voleybol branşında sportif mücadele veriyor. Takım, istikrarlı ve disiplinli yaklaşımlar çerçevesinde son beş yılda Türk voleybolunun lokomotif haline gelmeyi başardı. Arçelik Voleybol Kulübü bu çerçevede değerlendirildiğinde, sadece spor platformundaki başarıları ile değil, çağdaş bir spor kulübü vizyonunun tüm gereklerini yerine getirerek kurumsallaşmayı başarabildiği için, tüm spor kamuoyunda ve toplumumuzda 'önemli' olabildi. Ömer Kayalıoğlu konuyla ilgili şöyle diyor:

Arçelik, Migros ve Tofaş, sahalar da başarılarına eklerken kendi markalarını da zihinlere kazıyor.

"Bu tür bir yaklaşım, kalıcı sportif başarıların da istikrar içinde alınmasının ve kalıcı olabilmemesinin vazgeçilmez ön şartıdır. Kurum dışı boyutu ele alındığında Arçelik Voleybol Kulübü sosyal sorumluluk bilincinin gereği olarak, Türk sporunun gelişmesi, gençliğe katkıları için üzerine düşen görevi yerine getirmekte ve diğer taraftan, tüketicisi ile kendi takımı arasında sporun coşkuları, rekabeti, heyecanı, sevinçleri kimi zamansa hüznü ile sahada iletişim kurarak, duygularına geniş kitleleri ortak ediyor." Arçelik Voleybol Kulübü, "lider marka" kavramını, önümüzdeki yıllarda hedeflenen yurtdışı başarılarıyla, "liderlik yapan marka" olarak spor platformuna da taşıyacak.

Sporu Kurumsallaştıran Bir Takım: Tofaş

laşıyor. **Efe Aydan**'ın liderliğinde Tofaş Spor Kulübü'nü daha yukarıya taşıyacak bu projeler, belki şampiyonluk kupalarıyla eskisi kadar alkış almıyor; ancak daha köklü, daha derin bir iz bırakarak, yannların basketboluna hizmet ediyor. 1974'te kurulan Tofaş Spor Kulübü, pek çok spor dalında faaliyet gösteriyor. Uluslararası platformda katıldığı tüm organizasyonlarda kurum imajını güçlendiren Tofaş Spor Kulübü, özellikle profesyonel ligden çekildikten sonra, sporu tüm Türkiye'ye yaymayı ve altyapıdan genç spor-

cu yetiştirmeyi hedefliyor. Tofaş Spor Kulübü, Bursa Fabrikası'nda binlerce çalışanına ve çalışanların çocuklarına spor yaptırıyor. Bu aktiviteler bazen amatör çalışmaların ötesine de geçiyor. Örneğin, babası Tofaş'ta çalıştığı için spor yapma imkanı bulan çocuklar arasından, **Hüseyin Demiral** gibi şimdi profesyonel sporcu olanlar çıkıyor. Bursalılar, sporun pek çok branşını Tofaş Spor Kulübü'nün çeşitli organizasyonlarıyla tanıyor, öğreniyor. Tofaş, Fiat Abarth Motorsports takımıyla son iki yıl üstüste Türkiye Markalar

ve son üç yıldır üstüste 1600 klasmanında şampiyon olarak, liderliği elden bırakmıyor. Tofaş'ın motor sporları takımı Fiat Abarth Motorsports, otomobil geliştirme alanında da Tofaş'a katkı sağlıyor. **Saffet Üçüncü** direktörlüğünde hazırlanan Fiat Palio Süper 1600, geçtiğimiz yıl Anatolian Rally'de dünya basınına tanıtılmış ve büyük ilgi görmüştü. Süper Palio 1600, bu ayın sonunda Antalya'da düzenlenecek Dünya Ralli Şampiyonası'nda Fiat Abarth Motorsports takımı pilotlarıyla yarışacak.

30 Soruda Hasan Bengü

- **Annenizin, babanızın adının yanına bir sıfat koymak isteseniz, bu ne olurdu?**

Annem mesafeli ve içe dönük, babam fedakâr ve verici.

- **Kardeşiniz var mı? Çocukken en çok hangi konularda kavga ederdiniz?**

Bir kız kardeşim var; benimle didişmesini çimdikleyerek bitirirdi ve tabii ki kavga ederdik.

- **Çocukluğunuzda en çok hangi oyunu oynamak size zevk verirdi?**

Futbol.

- **Hangi okullarda okudunuz? Sizi en çok etkileyen öğretmeniniz kim? Neden?**

İstanbul Alman Lisesi ve Berlin Teknik Üniversitesi'nde okudum. Çok etkilendiğim bir öğretmenimi hatırlamıyorum.

- **Tüm okul yaşamınızda "en iyi arkadaşım" diyebileceğiniz kişi kim? Onunla neler paylaştınız?**

Selçuk Kolay; tüm üniversite hayatı boyunca aynı evi paylaştık.

- **Tatillerinizi nasıl değerlendirirsiniz?**

Tatillerimin çoğunu yurtdışında, kayak ve denizle ilgili değişik yerlerde, ailece geçirmeyi severim.

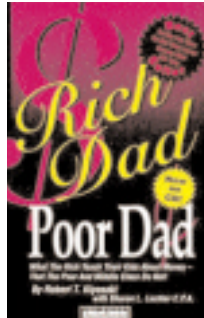
- **Çocukken hangi mesleği seçmek isterdiniz?**

Mimar, karikatürist.

Koç Holding Dış Ticaret Grubu Başkanı Hasan Bengü, 1975 yılından bu yana Koç Topluluğu'nun çeşitli şirketlerinde görev alıyor. Bengü, 1991 yılını hayatındaki dönüm noktalarından biri olarak kabul ediyor



Hasan Bengü'nün son okuduğu kitap, "Zengin Baba, Yoksul Baba" başarıyla birlikte para kazanmanın yollarını öğreten ilginç bir kitap.



- **Gençlik yıllarınızın en büyük hayali neydi?**

Ünlü bir işadamı olmak.

- **Spor yapar mısınız? Herhangi bir spor aktivitesini izler misiniz?**

Sürekli spor yapıyorum (jogging, aletli jimnastik, kayak, golf, yüzme), futbol maçlarının iyi bir izleyicisiyim.

- **İş yaşamınızın en önemli dönüm noktası nedir?**

1991'de Ram Dış Ticaret A.Ş.'ye Genel Müdür atandığım yıl benim için dönüm noktası oldu.

- **İş yaşamınızda sizce en büyük başarınız nedir?**

Girişimcilik vasfımla öncülük ettiğim, çok değişik ve yeni projelerin gerçekleştirilmesi. Hiçbir işi küçümsemeden en ince detayına kadar etüd ederek, yapmak.

- **Evinize döndüğünüzde ilk**

yaptığınız şey nedir?

Ceket ceplerimi boşaltıp spor kıyafete dönmek.

• Hobileriniz nedir?

Peyzaj, bitki seçimi gibi bahçe ile ilgili her şey.

• Kutladığınız en güzel doğum günü hangisiydi?

Geçen yıl New York'ta eşim ve kızım ile kutladığım doğum günü.

• Hangi hediye sizi çok mutlu etti?

Eşimin 50'nci yaş günümde hediye ettiği saat.

• Çocuk denince aklınıza ilk gelecek sözcük nedir?

Ümit.

• Yemek yapar mısınız? En sevdiğiniz yemek hangisi?

Yemek yapmam, ama yemek yorumlarım; patlıcan yemeklerinin hepsini çok severim.

• En sevdiğiniz renk nedir? Neden? Size ne çağırıştır?

Bana aydınlığı ve özgürlüğü anımsattığı için maviyi çok severim.

• En sevdiğiniz çizgi film karakteri ya da masal kahramanı?

Tenten.

• En son hangi kitabı okudunuz?

Rich Dad, Poor Dad (New-York Times Best Seller).

• Şiir sever misiniz? Hangi şairin hangi dizesi ilk aklınıza gelir?

Şiir sevmem.

• İstanbul denince aklınıza gelen ilk şey nedir?

Boğaz.



James Bond'un "Baska Gün Ö", Hasan Bengü'nün en son izlediği film.

Hasan Bengü, kızı Begüm ve esi Beyhan hanım ile birlikte

• Yaşadığınız şehirde. Bulunmaktan en çok zevk aldığınız mekân ya da mâkanlar neresidir?

Boğazın her iki yakası ve Büyükdada.

• Giysi konusunda tercih ettiğiniz markalar nelerdir?

E-Zegna.

• Hangi tür müzik ve şarkıcıyı dinlemek sizi mutlu eder?

Latin müziği, Alex Fox.

• En son hangi filmi izlediniz? Hangi yönetmen ve oyuncular seversiniz?

James Bond'un son filmi izledim. Yönetmen olarak Stanley Kubrick, oyuncular Catherine Deneuve, Julia Ro-

berts ve Jack Nicholson'ı severim.

• En son ne hediye verdiniz ve aldınız?

Eşime bir kolye aldım. Kızımdan yılbaşında güzel bir spor kazak hediyesi aldım.

• Son günlerde sizi en çok etkileyen olay nedir?

Son seçim sonuçları.

• "Koç Topluluğu" kültürünü yansıtan bir cümle yazar mısınız?

Yaptığı işin en mükemmelini yapmayı amaçlayan, başarılı, etik değerlere önem veren, dünyada saygın aile holdingi.

• "Hayata Dair" son bir cümle.

Acı, haz veren kamaşık bir oyun.



Spora, sinemaya, caza ve konsere ulaşmak isteyenler için;

Hızlı, Zahmetsiz Ve Güvenilir Bir Yol: Biletix

Değişik kanallar kullanarak müşterisinin beğenisine ve zevkine uygun etkinliklerin biletini satan **Biletix**, hızlı, zahmetsiz ve güvenilir hizmet anlayışıyla bu sektöre katma değer sağladı. Biletix Satış Direktörü **Hale Dünder**, farklı yaş, eğitim ve gelir grubuna sahip müşterilerin Biletix'te buluşmalarına neden olarak “hızlı, zahmetsiz ve güvenilir” hizmet anlayışlarını gösteriyor.

• Kurulduğunuz günden bu yana müşteri portföyünüzde nasıl bir değişim yaşandı?

Aslında müşteri portföyümüz zamanla değil, sattığımız etkinliklerin çeşitlenmesiyle değişti. Birçok insan, bu hizmetin gelir seviyesi yüksek ve yaş ortalaması genç insanları hedeflediğini sanıyor. Ama bu doğru bir düşünce değil. Yaşı ve gelir grubunu belirleyen, biletini sattığımız etkinlik. Bu nedenle bizim çok geniş bir tüketici kitlemiz var. Futbol maçları için açık tribün biletleri daha çok satış noktalarımızda ve ağırlıklı olarak nakit satılı-



Biletix Satış Direktörü Hale Dünder: “Biletix olarak, sportif, kültürel ya da sanatsal etkinliklerin bilgilerinin alınabileceği merkezi bir kaynak olmakla birlikte amacımız, müşterilerin bu etkinliklerin biletlerine tek adımla, tek tuşla ve tek telefonla ulaşmalarını sağlamak.”

ix yor. Bu profillerden biri Maraton, kapalı ve numaralı tribünlerden bilet alanların sosyo ekonomik yapıları daha farklı oluyor. Kapalı ve maraton tribün biletleri daha çok internette, numaralı tribün biletleri ise daha çok çağın merkezinden alınıyor. Bu, sadece futbol maçları için ortaya çıkan bir veri. Diğer etkinlik türlerine baktığımız zaman ise, internetin payının daha fazla olduğunu görüyoruz. Örneğin, caz festivaline gelen seyircilerin büyük bir bölümü bilgisayar kullanan bir kitleden oluşuyor ve alışverişlerini de, doğal olarak internette yapmayı tercih ediyorlar. Bu nedenle caz aktivitelerine internetten bilet satış oranı, diğer etkinliklerde oldukça üzerinde. Farklı etkinliklerde farklı tablolar ortaya çıkabiliyor. Ama sonuçta, farklı gelir ve yaş gruplarından, kendi zevklerine göre etkinlik seçen ve farklı kanalları kullanarak aldıkları biletlerin ödemesini nakit veya kredi kartı ile yapan geniş bir kullanıcı kitlemiz var. Amacımız değişik kanallarla müşterilerimizin istedikleri biletlere ulaşmasını sağlamak.

• Kurulduğunuz andan bugüne kadar, yaklaşık kaç kişiye ulaştı-

ğınızı öğrenebilir miyiz?

Biletix, 2001 yılında bin farklı etkinlik için 1.5 milyon adet bilet satmıştır. Türkiye’de eğlence etkinlikleri için yılda yaklaşık 4.5 milyon bilet satılmaktadır.

2002 yılında ise bin 600 etkinliğin biletini sattık ve böylece 2001 yılında satışını yaptığımız etkinlik sayısını %50 artırmayı başardık ve bilet satış adedimizi 2 milyona yükselttik. 2003 yılında da biletini sattığımız etkinlik sayısının %30 artmasını bekliyoruz.

Geçtiğimiz birkaç sene içinde, canlı gösteri piyasasında olumlu gelişmeler olmuş, Maslak Venue, Park Orman ve İş Sanat gibi yeni etkinlik mekânları açılmış ve sanatseverler için güzel ve yeni alternatifler doğmuştur. Bunun yanında, Avrupa ve hatta bazı Doğu Avrupa ülkeleri ile kıyasladığımızda, Türkiye’de konser piyasası olumsuz yönde etkilenmiştir. Pek çok sanatçı, değişik sebeplerden ötürü ne yazık ki Türkiye’yi konser verecekleri ülkeler içinde tercih etmemektedir. Örneğin geçen yıl, Supertramp, Jamiroquai ve David Bowie büyük ölçüde Irak’ta çıkması muhtemel savaş yüzünden, Türkiye’yi konser programlarına dahil etmemişlerdir.

Bizim için ne kadar üzücü ki bu tür konserler, aynı bölge içinde bulunduğumuz Macaristan, Yunanistan ve benzeri ülkelerde düzenlenmektedir. Türkiye'nin tercih edilmemesindeki diğer bir sebep de, büyük bir etkinlik düzenleyecek büyüklükte bir mekânının olmamasıdır. İstanbul'un bu konudaki en büyük eksikliği ve uluslararası sanatçıları çekmek için de gerekli olan, 15-20 bin kişilik koltuk kapasiteli ve kapalı bir etkinlik mekânının bulunmamasıdır. Ancak önümüzdeki beş sene içinde Türkiye'de düzenlenen konser sayısının kesinlikle artması bekliyoruz.

• Biletix'in sektöre getirdiği artı değer nedir?

Biletix, sportif, kültürel ya da sanatsal etkinliklerin bilgilerinin alınabileceği merkezi bir kaynak olmakla birlikte, amaç müşterilerin bu etkinliklerin biletlerine tek adımla, tek tuşla ve tek telefonla ulaşmalarını da sağlamaktır. Müşteriler satın aldıkları biletleri, kurye aracılığı ile adreslerine getirtmeyi seçebilecekleri gibi, satış noktalarına giderek veya etkinliğin gerçekleşeceği tarihte etkinlik merkezinde de teslim alabiliyorlar. Biletix.com, Çağrı Merkezi ve Satış Noktaları müşterilerin eğlence ve spor dünyasındaki tüm etkinlikleri bir arada bulabilecekleri bir platform haline dönüştü ve müşteriler bu şekilde istedikleri biletlere zahmetsiz, hızlı ve güvenilir bir şekilde ulaşabiliyorlar. Organizatörlere ise Türkiye'nin en geniş ve etkin bilet dağıtım ve satış ağına ulaşım olanağı veriyor. Biletix'in biletleme ile ilgili tüm işlemlerden başından sonuna dek sorumlu olması ve işlemleri takip etmesi organizatörlere etkin bir çözüm sunuyor. Satış sonrası muhasebe işlemleri, raporlar, ileriye yönelik tahminler, bilet tasarımı, fiyatlandırma stratejileri ve hatta reklam kampanyaları da Biletix'in biletleme ile ilgili sorumluluk alanına giriyor. Özellikle küçük ölçekli konser organizatörle-



Biletix kültür, sanat, spor ve diğer etkinliklerde hem ulusal hem de uluslararası organizatörlere kolaylıklar sağlıyor. Böylece Türkiye'de daha fazla etkinliğin yapılmasına hizmet ediyor.

ri daha memnunar. Biletix'i tercih ettiklerinde, biletlerin basılması, dağıtılması, çeşitli noktalardan satılması, organizasyonunun reklamlarının yapılması, büyük bir işbirliği olmasının yanında büyük kolaylıklar sağlıyor.

Küçük bir şirketin tüm bu detaylarla tek başına uğraşması ise oldukça zor ve maliyetli. Sistemin organizatörlere bir diğer avantajı, bilet fiyatı konusunda sağladığı esneklik. Eski sistemde biletlerinizi bastırdıktan sonra, üzerinde yazan fiyatı değiştirebilme şansınız yok. Ama bizim satışını üstlendiğimiz etkinliklerde, kullandığımız satış sisteminin getirdiği bu tarz esneklikten organizatör firmalar yararlanabiliyorlar.

Ayrıca, birçok uluslararası sanatçı ve sporcu, bilet satış sistemleri olmayan ülkelerde, bu ortamlarda yeterli denetim önlemleri olmayacağı düşüncesiyle gösteri yapmak veya herhangi bir karşılaşmada yer almak bağlamında çekimser kalabiliyor. Biletix, bu anlamda Türkiye'de daha fazla uluslararası etkinliğin yapılmasına da olanak sağlıyor.

• Biletix Çağrı Merkezi ve Satış Noktaları'nda müşterileriniz ile nasıl iletişim kuruyorsunuz?

İnternet tabii ki müşterilerin kendi ortamlarında hem tüm etkinliklerle ilgili bilgilere ulaşabildikleri hem de istedikleri biletleri kolayca satın alabildikleri bir kanal. Ancak tüm satış noktalarında ve çağrı merkezinde her bir satış temsilcisinin internet erişimi var, onlar da aynı bil-

gileri müşterilerimize verebiliyorlar. Ayrıca satış temsilcilerimize her ay düzenli olarak eğitim veriliyor ve gizli denetimlerle performansları değerlendiriliyor. Bir de broşürümüz var; ayda 50 bin adet broşür satış noktalarından ve birçok değişik mekândan dağıtılıyor. Ayrıca çağrı merkezinde satılan biletlerle birlikte de bu broşür müşterilerimize ulaştırılıyor.

• 2003 hedeflerinizi öğrenebilir miyiz?

Amacımız, Biletix.com'un sportif, kültürel ya da sanatsal etkinliklerin bilgilerinin alınabileceği merkezi bir kaynak olmasını sağlamak ve internet üzerinden yaptığımız satış yüzdesini artırmaktır. Ancak internet aracılığı ile satılan biletler toplam satışımızın %15'ini oluşturuyor. Amerika'da bu oran, Ticketmaster'da 2002 yılında internet aracılığı ile gerçekleşen satışlar için %43 olup, Türkiye'deki orandan oldukça yüksektir. Ancak bizim oranlarımız çok sayıdaki düşük fiyatlı açık tribün futbol biletlerinden olumsuz yönde etkilenmektedir. Belirli etkinlikler için (Jazz Festivali, Cranberries, Depeche Mode vb.) bu oran %35-40 seviyelerine yükselmektedir ki, Türkiye'de Amerika'ya göre internet kullanımını daha düşük olduğunu düşünürsek, bu oran oldukça yüksektir. Dolayısıyla 2003 yılı için asıl hedefimiz sayfa görüntüleme sayısının artmasına paralel olarak aynı oranda satışlarımızı da artırmaktır.

Call Center: 0216 454 15 55



Marco Polo'dan Makarnaya, Makarnadan Pastavilla'ya

Gezginliği ile tarihe mal olan **Marco Polo**'nun, makarnanın tarihçesinde de önemli bir yeri olduğunu biliyor muydunuz? 1298 yılında Genoa Hapishanesi'nde kayıt edilen ve ancak 15. yüzyılda kitap baskı tekniğinin bulunmasıyla yayınlanan Seyahat Raporu, diğer özelliklerinin yanı sıra makarnanın tarihçesini de içermektedir. Rapora göre Marco Polo, makarnayı ilk kez Çin'de görmüş ve İtalya'ya getirmiş. Zaman içerisinde İtalyanlar ile özdeşleşen makarna, 1298'li yıllarda maccheroni olarak adlandırılıyordu.

Makarnanızı Nasıl Alırsınız?

Zaman ilerledi ve İtalyanca makarna anlamına gelen "Pasta" ile ev anlamını içeren "Villa" kelimelerinin birleşmesiyle oluşan ev tipi makarna "**Pastavilla**" doğdu. Her damak zevkine uygun tatlar üreten Pastavilla, **10. Yıl Kutlamaları** nedeniyle makarna tutkunlarına bir kitap hediye ediyor.

"**Makarnanın Sihirli Dünyası**" adını taşıyan bu kitap, makarna-

Pastavilla'nın 10. Yıl için hazırladığı "Makarnanın Sihirli Dünyası" isimli kitapta, birbirinden güzel tam 100 çeşit makarna tarifi bulunmaktadır.



nın tarihçesini anlatarak başlıyor. Makarnada en iyi lezzeti yakayabilmek için pişirme öncesi ve sonrası dikkat edilmesi gereken noktaların ve yaptığınız yemeğe lezzet katan sosların da anlatıldığı kitapta, 100 çeşit tarif bulunmaktadır. "Etli", "Tavuklu", "Deniz Mahsullü", "Vejetaryen", "Diyet" ve "Çocuk" olmak üzere altı grup altında toplanan tariflerde ayrıca, pişireceğiniz makarnanın zorluk ve misafirlerinize ikram etmeye

uygunluk derecesi, kalori ve yağ oranı, ucuzluğu ve hafifliği de yer alıyor. Her yaştan makarnasevere hitap etmeyi amaçlayan "Makarnanın Sihirli Dünyası"nda, çocuklar da ihmal edilmiyor. Çocuklara özel üretilen Pastavilla Junior Zıpzip, Pastavilla Fırır ya da Pastavilla Dino ile hazırlanan yemekler, miniklerin hem damak zevkinin oluşmasına hem de gelişimine katkıda bulunacak nitelikte.

Kuru Kayısılı Fırın Makarna



Malzemesi: 1 paket Pastavilla Fırın Makarna, 400 gr. tavuk göğsü, 500 ml. tavuk suyu, 1 adet kuru soğan, 1 demet maydanoz, 100 gr. kuru kayısı, 1 çay kaşığı kekik, 1 adet yumurta, 1 adet limon kabuğu rendesi, 50 gr. tereyağı, 50 gr. un, 30 gr. kıyılmış badem, 300 ml. süt, bir miktar limon suyu, 100 gr. kaşar peyniri ve karabiber.

Yapılışı: Tavuk suyunu kaynatın. İçine ince tavuk etlerini ilave edip yumuşayınca kadar pişirin. Tavuk etlerini sudan çıkarın ve suyu bekletin.

Soğan, maydanoz, kekik ve küp şeklinde doğranmış kayısıları püre haline getirin. Püreyi tavuk eti, yumurta ve limon kabuğu rendesi ile karıştırıp tuz ve karabiber ekin. Un ve bademleri tereyağında kavurun. Karıştırarak tavuk suyunu ekleyin. Kaynadıktan sonra, 3 dakika kısık ateşte pişirin. Tuz, karabiber ve limon suyu ilave edip ocağı kapatın. Makarnaları pişirin. Fırını 200 dereceye ayarlayıp ısıtın. Fırın kabını yağlayıp, sosu dibine yayın. Üzerine makarnanın yarısını yerleştirin. Etli karışım ve sos ile makarnaların üstünü iyice kaplayın. Aynı işlemi tekrarlayın. Makarnaların üstünü rendelenmiş peynir ve maydanoz ile kaplayıp, fırının orta rafında 30 dakika pişirin. Afiyet olsun

Otomobil Sahiplerine Büyük Hizmet: 3H



Koç Allianz, müşterisi olan otomobil sahiplerine hayatı kolaylaştırıcı imkânlar sunmaya devam ediyor. “Hızlı Hasar Hizmet Noktası” ya da kısa adıyla 3H de bu hizmetlerden biri

H iç kimse trafik kazası yapmak ya da kazaya neden olmak istemez kuşkusuz. Ancak, her ne kadar böyle bir olayla karşılaşılacak istenilirse de yolun bozuk olması ya da sürücünün dikkatsizliği gibi nedenler sonucu hemen herkesin karşılaşma riskinin bulunduğu bir durum. Can güvenliğini tehdit eden trafik kazalarında işin bir de maddi boyutu var.

Hasarlı aracın bir an önce tamir edilmesi ve trafiğe çıkıp işlevini yerine getirmesi gerekli.

Koç Allianz, Türkiye’de bir ilki gerçekleştirerek kasko poliçeli binek oto sahiplerine, hasarlarının anında belirleneceği ve tazminatlarının hızla ödeneceği yepyeni bir hizmet sunuyor.

Bütün hizmetlerinde “müşteri memnuniyeti” felsefesiyle çalışan ve bunu sağlamak amacıyla yeni atılımlar yapan Koç Allianz, Altunizade’de açılan **3H - Hızlı Hasar Hizmet Noktası**’nda, hareket etme özelliğini kaybetmemiş belirli markalardaki araçlara, özel bir uygulama yapıyor.

Bu uygulamaya göre araçta meydana gelen ve kaporta parça, cam, lastik ve radyo-teyp hasarları gibi dıştan gözlemlenebilen basit hasarlar, uzmanlar tarafından anında saptanıyor, tazminatı hesaplanıyor ve hızla ödeniyor.



Koç Allianz, kaza sonucu oluşan ve dıştan gözlemlenebilen basit hasarları, uzmanları aracılığıyla anında saptıyor, tazminatı hesaplıyor ve hızla ödüyor.

nyor, tazminatı hesaplanıyor ve hızla ödeniyor.

Sistem Nasıl İşliyor?

Kaza yapan ya da otomobili park halindeyken zarar gören Koç Allianz Kasko Poliçesi sahiplerinin ilk yapması gereken **Koç Allianz Hasar Bilgi Hattı’nın 0216-556 66 77** numaralı telefonunu arayarak 3H-Hızlı Hasar Hizmeti Noktası ile ilgili ayrıntılı bilgi almak. 3H Noktası’ndaki yetkililerin istediği evrakı hazırlayan sigorta sahiplerinin Capitol Alışveriş Merkezi Karşısı’ndaki Hizmet Noktası’na araçlarını götürmeleri yeterli. Aracın ekspertizi ve evrakların kontrolü yapıldıktan sonra poliçenin teminatları doğrultusunda zararın tamamı kesintisiz olarak karşılanıyor.

Hasar ödemeleri sigortalının is-

tediği banka hesap numarasına kasko hasarlarında en geç iki, trafik hasarlarında ise üç gün içinde havale ediliyor.

İnceleme sonucunda eğer mekanik, elektronik donanım ve detaylı kaporta gibi kapsam dışı hasarlar saptanırsa, o zaman da sigortalılar anlaşmalı servislere yönlendiriliyor.

Koç Allianz, Kasko Poliçeli ve Trafik Sigortalı otomobil sahiplerine, Altunizade’de açtığı 3H Hızlı Hasar Hizmet Noktası’ndaki acenteleri, müşteri temsilcileri, 0216-556 66 77 numaralı Hasar Bilgi Hattı aracılığıyla ve **www.kocallianz.com.tr** sitesinde istenilen gün ve saatte bilgi sunuyor.



toplum ve yaşam

İzocam Bayi Himerpa'nın Yönetim Kurulu Başkan Vekili Turgay Yüksel:

Farkımız, Stratejik Yönetim Felsefemiz

İstanbul Esentepe'de bulunan **Havalandırma İzolasyon Malzemeleri Pazarlama ve Ticaret A.Ş.** (HIMERPA), yaklaşık 20 yıldır İzocam bayisi. Şirketin Genel Müdür ve Yönetim Kurulu Başkan Vekili **Turgay Yüksel**, organizasyonel yaratıcılıkla 'üretici-satıcı-tüketici' ilişkilerini daha üst boyutlara taşıma gayretinde olduklarına dikkat çekti.

• Öncelikle bize kendinizden biraz bahseder misiniz?

1961, İstanbul doğumluyum. Marmara Üniversitesi İktisat Fakültesi mezunuyum. 1980 yılında kurucu ortak olarak katıldığım HIMERPA Havalandırma İzolasyon Malzemeleri Pazarlama ve Ticaret A.Ş. firmasında halen Genel Müdür ve Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak görevimi yürütmekteyim.

• Ne kadar zamandır yalıtım sektörü içindesiniz?

HIMERPA, 1980 yılında izolasyon sektöründe pazarlama faaliyetlerinde bulunmak amacıyla yola çıktı. Yani, yaklaşık 20 yılı aşkın bir süredir yalıtım sektöründeyim. Bu zaman zarfında sektör inanılmaz boyutlarda gelişti ve dünya pazarlarında rekabet eder duruma gelindi. 1980'li yıllarda ve özellikle 1990'lardan sonra Gümrük Birliği'ne girmemizle birlikte Türk yalıtım sektöründe hemen hemen her soruna çare bulundu. Kısacası, dünyadaki sektörel teknolojik yeniliklerin neredeyse tamamına, ülke piyasasında sahip durumdayız.

20 yıllık İzocam bayisi olan HIMERPA, "üretici, satıcı, tüketici" ilişkilerini daha üst boyutlara taşımayı amaçlıyor



Turgay Yüksel;
"Felsefemiz; vizy-
onumuza
sarılarak,
müşteri mem-
nuniyetini üst
düzeyle
taşıyarak, hesa-
planabilir riskleri
üstlenerek,
sakin sularda
seyretme yerine
fırtınalı sulardan
güvenle geç-
bilme becerisini
göstermek."

• 1965 yılından beri hizmet veren İzocam'ı lider bir firma olarak tanıyoruz. Siz İzocam'ı nasıl değerlendiriyorsunuz?

2000'li yıllara kadar yalıtım konusunda lider firma kimliğini koruyan İzocam'ın, bugün daha aktif çalışmalara girdiğini gözlemliyoruz. Artık karşımızda, globalleşen dünyamızda pazarlamayı ve tanıtımı önemseyen, fuar ve seminer gibi teknik konularda başarılı çalışmalar sürdüren, gelecek nesillere yalıtım bilincini aşılayan yarışmalarla ve eğitimle ilgili etkinliklerle sponsor olan bir İzocam firması var. Dolayısıyla, modern teknoloji, yaratıcılık ve inovasyon gibi kavramlarla, taklit edilmeyen stratejiler üreterek rekabet avantajını elde tutmak önem kazandı. Organizasyonel yaratıcılıkla 'üretici-satıcı-tüketici' ilişkilerini daha üst boyutlara taşıma gayretindeyiz.

• Sizi bölgenizde aynı işi yapan diğer firmalardan farklı kılan özellikler nelerdir?

Firmamız, 20 seneyi aşkın süredir 'İzocam'ın önemli bir bayisi' sıfatına sahip. Son zamanlarda başarılı çalışmalarımızın haklı gururu olarak Türkiye birincilikleri ile ödüllendiriliyoruz. Bölgemizde aynı işi yapan diğer saygın firmalardan farkımız, stratejik yönetim felsefemizdir. Değişimin hızlandığı, rekabetin tırmandığı, arzın talebin çok üstüne çıktığı bu dönemde, müşterinin gücünü fazlasıyla hisseden bir vizyona sahibiz. Felsefemiz; vizyonumuza sarılarak, müşteri memnuniyetini üst düzeylere taşıyarak, hesaplanabilir riskleri üstlenerek, sakın sularda seyretme yerine fırtınalı sulardan güvenle geçebilme becerisini göstermek... Bu felsefedeki her çalışmamızla heyecanı

azalmayan bir yolculuk yapmak-tayız. Bu heyecanlı yolculuktaki pozitif enerjimizle, ilişkide bulunduğumuz tüm üretici ve tüketici, özel ve tüzel kişilerle başarılı iş-birliğimiz her geçen gün artıyor.

• **İzocam ile işbirliği içinde olan biri olarak çalışma prensiplerinizi ve hedeflerinizi öğrenebilir miyiz?**

Çalışma prensiplerimizin başında karşılıklı dürüstlük ve güven geliyor. Yaklaşık 20 yıldır aynı firmayla çalışmanın getirdiği alışkanlık, bazı şeylerin otomatik işlemlerini sağlıyor. İzocam kurumsal bir firma kimliğinde... Yani, kişiler geçici olsa dahi sistem her zaman çalışır. Bu çalışan sisteme, dürüstlük ve bağlılık prensibimiz de eklendiğinde sorunsuz, ilkeli ve başarılı işbirliği kaçınılmaz olmaktadır. Hedefimiz, başarılı çalışmalarımızı sektör geneline yayarak pazar payını artırmak... Ülke ekonomisine katkıda bulunacak enerji tasarrufu bilincinin yerleştirilmesinde büyük görevlerin bizlere düştüğünü biliyoruz. Bu anlayışla yapılarda ve sanayide ısı ve enerji tüketiminin rasyonel hale getirilmesi, yalıtım ve izolasyon ile ilgili tanıtımlarla kamuoyu oluşturulması başlıca hedeflerimizdir.

"Artık karşımızda, globallesen dünyamızda pazarlamayı ve tanıtımı önemseyen, fuar ve seminer gibi teknik konularda başarılı çalışmalar sürdüren, gelecek nesillere yalıtım bilincini aşılayan yarışmalara ve eğitimle ilgili etkinliklere sponsor olan bir İzocam firması var. "



• **Yalıtım konusunda müşteri memnuniyetini nasıl sağlıyorsunuz?**

Yalıtım konusunda müşteri memnuniyetini sağlamak, yeni potansiyel müşteriler kazanmak anlamına gelir. Ticari bir firma olarak kâr amaçlı pazarlama yapmamız, dikkatli ve prensipli olma gerekliliğini doğuruyor. Arz talepten fazla olduğunda müşteri memnuniyeti ayrı bir önem kazanır. Kanımca, fiyatı zaten piyasa koşulları belirledi-

ğinden hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyetini sağlamak daha akıllıca. Örneğin, müşteriye karşı güler yüz ve incelik, pazarlama sunumundaki seçeneklerin farklılığı, satış ve teslim anındaki ilkeli hareket ve zamanlama, en önemlisi satış sonrası hizmetin aksamadan gerçekleşmesi... Bu sistemde ürünün pazarlanması, memnun ve kalıcı müşteri kazanmanın yanında potansiyel müşteriler kazanma ihtimalini artıracaktır.

Ev Alırken Dikkatli Olun!

Ev kiralarken ya da satın alırken, yalıtım konusuna da çok dikkat etmek gerekiyor. İşte dikkat edilmesi gereken bazı noktalar.

- Ev alırken veya kiralarken maalesef görünen yüzeyler önem arz etmekte ve kaybedilen yakıt maliyetinin boyutları hissedilmemektedir.
- Hepimiz böyle bir akde girmeden fayansların şıklığını, badana-boyanın rengini, tesisat ve armatürlerin kalitesini, aksesuarların durumunu gözden

geçirmekteyiz.

- Görünmeyen yüzeyde olup da bütçemizi zorlayan ve çevreyi kirleten enerji kaybı konusunda fazla bir şey konuşmayız. Ancak evin içine girildiğinde kaybolan enerjinin maliyeti kabarık faturalar olarak karşımıza çıkar. Daha zor imkânlarla birtakım yalıtım işlemlerine başlamaktayız.
- Artık bilinçli bir tüketici olarak çatı izolasyonunun yeterliliğine, pencere-lerin çift cam olup olmadığına, du-

varlarda kullanılan beton ve tuğlanın izolasyon değerine, özellikle kuzey cephelerin su ve ısı yalıtımının yapıp yapılmadığına bakmamız gerekir.

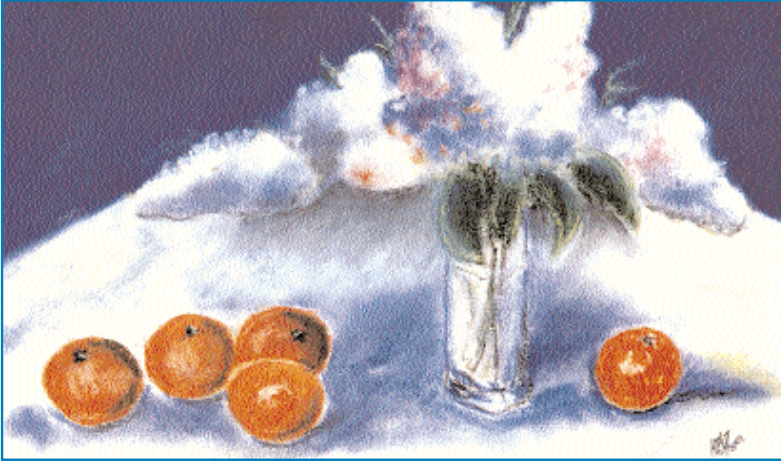
- Böylelikle yalıtım bilinci yayılacak, müteahhitler yalıtımın bir konfor değil, bir ihtiyaç olduğu olgusundan yola çıkarak hareket edecektir. Bu pratik çözümler; bireyin ekonomik yaşantısı kadar enerji talebi fazlası olan ülkemiz için de olumlu katkılar sağlayacaktır.

Doğayı Tuvale Taşıyan Bir Koç Emeklisi: Mesut Ilgım

Mesut Ilgım 45 yıldır fotoğrafla uğraşüyor; yüz binlerce görüntüden oluşan bir arşive sahip. 33 yıl çalıştığı Koç Topluluğu'ndan Divan Pastaneler Müdürü olarak emekliye ayrılan Ilgım, beş yıldır yoğunlaştığı resimlerini görücüye çıkardı



Mesut Ilgım'ın Hobi Sanat Galerisi'nde açılan ilk sergisinde yer alan "Güvercin 3" (üstte) ve "Leylaklı kompozisyon" (solda) adlı eserleri.



Pek çoğumuz için emeklilik, yoğun çalışma döneminin sona erip dinlenme zamanının geldiğinin işaretidir. Öte yandan da emekli olduğumuzda boşluk içine düşmekten endişeleniriz. **Mesut Ilgım** ise emeklilik yıllarını sanatla dolduran, yakından tanıdığımız bir isim.

• Öncelikle sergiyle ilgili duygularınızı öğrenebilir miyiz?

Bu ilk sergimin açılışında sanatçı dostlarım **Mustafa Pilevneli** ve **Mustafa Ata'nın** çok desteği oldu. Açılış günü, ilk ziyaretçiler gelene kadar hep ikircikli duygularla doluydum. Yaptıklarım, iyi bir galeride sanatseverlerin tanı-

dığı bir ortamda görücüye çıkıyordu. Olumlu şeyler yazılıp söylenmesi bana cesaret verdi.

• Fotoğraf ve resim ile ne zamandır ilgileniyorsunuz?

Fotoğraf benim 45 yıldan beri sürdürdüğüm bir hobim. Zengin bir arşivim var. Yani 20 bin kadar dia ile 350-400 bin civarı siyah-beyaz ve renkli baskı.

Resim son beş yıldır yoğun olarak yöneldiğim bir uğraş. Eğer içinizde bir yaratıcı güç varsa, bir süre sonra bunu fotoğrafın sınırları içine hapsedemiyorsunuz. Bir patlama yaşıyorsunuz. Bende de bu böyle oldu.

• Sergi, amatörlükten profesyonelliğe uzanan bir köprü olarak nitelendirilir. Bu görüşe katılıyor musunuz?

Ben sanatçının içindeki amatör tutku ateşinin hiçbir zaman sönmemesinden yanayım. Yaptıklarımı başkaları ile paylaşmak büyük keyif veriyor. Hâlâ sevdiğim bir yapıtımı, dostlarıma ulaştırmaktan büyük bir haz duyuyorum. Sergide çok daha büyük kitlere ulaşmak ayrı bir keyif.

• Doğa-insan-hayvan üçgeninde sanatın rolü nedir?

Bilinen ilk resimlerin, daha ilk çağlarda mağaralarda yaşayan insanlar tarafından yapıldığını ve bunların çoğunun da hayvan resimlerinden oluştuğunu düşünürseniz, doğanın, sanatçının portfolyünde büyük bir yer tuttuğunu görürsünüz.

• Resim ile fotoğrafın benzer veya farklı yanları neler?

Fotoğraf size kompozisyon, desen, renk, ışık/gölge gibi öğelerde deneyim kazandırıyor. Bunlar resmin olmazsa olmaz öğeleri. Ciddi sayılabilecek bir fark; çektiğiniz resimde sizi rahatsız eden bir unsur varsa, bu öğeye mahkûm kalıyorsunuz. Resimde daha hürsünüz.



Başarı GÜdülemesi (motivation), Zamanı Kullanma ve Kişilik Üzerine Analitik Bir Deneme



Dr. İsmet Bora
Amerikan Hastanesi
Psikiyatristi

Çocukluktan yaşamın sonuna dek süren benlik gelişimi aşamalarını, Alman kökenli Amerikalı bir psikoanalist olan Erik Erikson, sekiz evrede tanımlıyor. Her evrede benlik, belli birtakım gelişmeleri tamamlamakta, sorunları çözmekte, evreye özgü bir psikososyal dönemeçten geçmektedir

İnsanın uyanılması bir eksiklik, bir fazlalık ya da hoş olmayan bir etkenle başlamaktadır. Böyle bir durumda insan gereksinim içindedir. Bu gereksinim, koşulları ve bununla bağlantılı verili dengesi değişmiş insanın eski durumunu (homeostazis) alabilmesi gereğidir. Bu durum aynı zamanda bir gerginlikle birliktedir. İşte bu gereksinim veya gerginlik durumunu gidermek için başlayacak olan davranışın, başlangıç noktasındaki itici dinamik gücü, dürtü (drive) ya da güdüdür (motive).

Dürtü veya güdünün amacı, gereksinimin ve gerginliğin giderilmesi ve doyum sağlanmasıdır. Bu durum dürtünün boşalması (discharge) ya da doyum durumu (satisfaction) olarak bilinir. Fizyolojik veya birincil dürtüler insanın biyolojik düzeydeki dengesinin güvencelelerini sağlarken (örn. açlık, cinsellik dürtüleri) ikincil dürtüler veya güdüler türetilir. Bu güdüler ikincil veya psikososyal güdüler olarak tanımlıyoruz. Bunlar, psikolojik ve toplumsal dü-

**Missouri
Gazetecilik Okulu
Dekani Walter
Willams'ın öğrenci-
lerine söylediği,
"Hepinizin eşit
olarak sahip
olduğu tek bir şey
var: Zaman!"
sözünden hareketle, iş yaşamında
özellikle de yöneticilik/
idarecilik rolleri
olanlarımız için
çeşitli kişilik profillerini inceleyelim.**

zeydeki gereksinimleri karşılamaya yönelik ve bireyin fizyolojik dengesi dışındaki kriterlerin kişiliği ilgilendiren koruyucu, denge sağlayıcı güdülerdir. Alman kökenli Amerikalı bir psikoanalist olan Erik Erikson, çocukluktan yaşamın sonuna dek süren benlik gelişimi aşamalarını sekiz evrede tanımlamıştır. Her evrede benlik, belli birtakım gelişmeleri tamamlamakta, sorunları çözmekte, evreye özgü bir psikososyal dönemeçten geçmektedir.

İnsanı ve onun yaşamda var oluşunu anlamlandırma çabasını çok iyi açıkladığını düşündüğüm bu kuramda özellikle 35-65 yaşları arasındaki dönemi, Erikson, Üretkenlik/Durağanlık (Generativity/Stagnation) dönemi olarak tanımlanmıştır. Ergenlik ve Erken erişkinlikte kimliğin oturduğu, temel yaşam biçimlerinin yerleştiği dönemin ardından gelen bu orta yaş döneminde, benliğin en önemli işlevi üretme, yaratma ve üretilen/yaratılan şeylere anlam katarak onlara sevgi ile bağlanmadır. Bu üretim çocuklarımız, sa-

nat, bilim alanlarındaki yapıtlarımız, iş yaşamındaki yaratılarımız olabilir. Bu evredeki tehlike kısırlık, verimsizlik, durağanlık ve benliğin yoksullaşmasıdır. Başarı güdüsü (motivation) bu noktada psikolojik bütünlüğü özsaygımız temelinde koruyarak dengeleyecek ve kişiyi harekete geçirecek en önemli etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Peki bu kadar psikolojik çözümlemeden sonra; başarı güdülemesi veya motivasyonun neden hayatımızda bu kadar yer kapladığı, gereksinim/gerginlik yarattığını anladık. Çözüm için reçete diyenler için; Missouri Gazetecilik Okulu Dekanı Walter Willams'ın öğrencilerine söylediği, "Hepinizin eşit olarak sahip olduğu tek bir şey var: Zaman!" sözünden hareketle, iş yaşamında özellikle de yöneticilik/idarecilik rolleri olanlarımız için çeşitli kişilik profillerindeki başarı/zamanı kullanma denklemini inceleyelim. (Lütfen herkes kendisi için uygun olan reçeteyi okusun, sonra "yok efendim ben birinci profilde de-

ğildim, galiba beşincideydim” gibi kişisel kararsızlıklardan doğacak yan etkilerden V.K.V. Amerikan Hastanesi sorumlu değildir!)

1. Görev ve Başarı Eğilimi:

Her görevi bizzat sonuçlandırmakta ısrarlı olan yöneticiler, yetki devri konusunda zorluk çekerler. İş bitirme arzusu çok çalışkan ve gerilimli bir yapıyla birleşince, karşımıza bütün enerjisini yönetmek yerine iş yapmaya ayıran bir kişilik çıkar.

2. Önder Olma, Hükmetme ve Karar Verme Eğilimi:

Katı ve çalışkan bir önder rolü oynamaya eğilimli olan yöneticiler, astlarına hükmetmekten, onları denetlemekten haz duyarlar. Hızlı karar verdikleri için kendileri ile övünürler. Oynamaktan en çok hoşlandıkları “İşi bana bıraktı” rolüdür. Dolayısıyla yetki devri konusunda güçlük çekerler.

3. Dürtülerle Hareket Etme ve Etkin Davranma Eğilimi:

Bunlar hızlı hareket eden ve enerjik eylem adamlarıdır. Yöneticiyi eylem halinde olan, başkalarını da eyleme yönelten biri olarak görürler. Sık sık içgüdüleriyle karar verirler. Delicesine çalışır ve büyük bir enerji ile iş çevreleri içinde mekik dokurlar.

4. Renkli, Sıcak Bir Kişiliğe Sahip Olma Eğilimi:

Toplumsal yakınlaşmalara ihtiyaç duyan yöneticiler, zamanlarının çoğunu insan ilişkilerine ayırırlar. Tavrıları, görev/başarı eğilimi gösteren yöneticilere tamamen zıttır. Politik ilişki ve yakın müşteri teması gerektiren durumlarda çok başarılı olurlar.

5. Kuramcı, Analist ve Yaratıcı Yaklaşım Eğilimi:

Zamanlarının çoğunu kurallarla uğraşarak ve soyut olguları analiz ederek geçirirler. Böylelerinin varlığı teknoloji ağırlıklı şirketlerde çok önemlidir. Ancak konumun



“Önder olma, hükmetme ve karar verme eğiliminde” olanlar, katı ve çalışkan bir önder rolü oynamaya eğilimli olup, bu tür yöneticiler, astlarına hükmetmekten, onları denetlemekten haz duyarlar.

pratik ya da uygulama yönünü göz ardı ederler. Ayrıntılarla fazla ilgilenerek işleri yavaşlatırlar. Katı sistemlerde kendilerini daha rahat hissederken, iyi planlanmamış koşullarda duygusal yönden güçlük çektiklerinden rahat hareket edemezler.

6. İlgileri Yönünde Değişik ve Yeni Deneyimler Arama Eğilimi:

Değişiklik eğiliminin etkisi altındaki yöneticiler. Tek düzelikten sıkılırlar. Yeni ve değişik deneyimler ararlar. Zamanı kendilerine acil durumlardan uzak tutacak şekilde kullanma eğilimi gösterirler.

7. Başkalarına Tâbi Olma Eği-

limi: Zamanının çoğunu patronu memnun etmeye çalışarak geçirirler. Çevrelerinde genellikle “Güvenilir biri” olarak tanınırlar. Duygusal yönden patronlar için aranan kişilerdir. Ama tek başlarına çalıştıkları görevlerde patronu nasıl memnun edeceklerini bilemez ve zamanlarını yönetmekte zorluk çekerler. Bu tip yöneticiler, ancak kuralları harfiyen bilirlerse zamanlarını yapıcı olarak kullanabilirler. Bu nedenle bürokratik işletmelerde çalışmaları halinde çok daha rahat ederler.

Dr. İsmet Bora

Amerikan Hastanesi Psikiyatristi