

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Ekim 2004

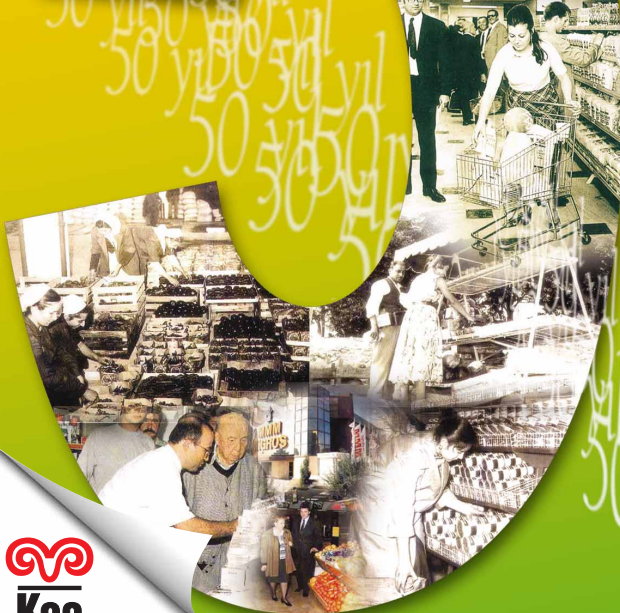
Sayı 319

DÜRÜST SATICI MİGROS



MİGROS TÜRK

Ev kadınının hizmetinde...



YAŞINDA

İçindekiler

Küresel Vizyon

4

- Kültür ve Turizm Bakanı Erkan Mumcu ile söyleşi
- Koç Bayileri Sanal Ortamda Buluşuyor
- Anadolu Buluşmaları Samsun'da
- Samsun Arçelik Bayii Fatih Temiz: "Samsun'da Tek Rakibimiz Beko"
- Dürüst Satıcı Elli Yaşında
- Nazenin IV Denize Açıldı
- Koç Holding Irak'ta Yatırımlarını Sürdürüyor
- OPET'te Hedef Sektör Birinciliği
- Koçbank'a Uluslararası Piyasalardan 325 Milyon Dolar

İletişim

31

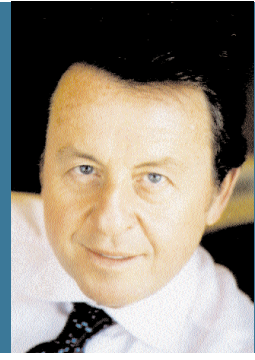
- Devir CRM Devri
- GVZ ile Filmler Gerçek Oluyor
- Beko'ya SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı Belgesi
- Gelecek Hizmet Mükemmelliğinde: Birmot Ulusal Kalite Ödülü'ne Aday
- KoçLease ile KOBİ'lere Yeni Ufuklar

İnsan Kaynakları

40

- "MasterMind" ile Kariyerinize Yeni Bir İvme

Ellinci Yılında Bir Dev



Türkiye'de şirketlerin uzun ömürlü olması Avrupa ya da Amerika'ya oranla son derece zor. Üstelik konu 50 yıllık bir geçmiş olunca, bu başarıya imza atmış kuruluşların sayısı iki elin parmaklarını geçmiyor. Bu anlamda **Migros**, Türkiye açısından bir başarı öyküsü olarak karşımıza çıkıyor. Geçtiğimiz günlerde kutlanan Migros'un 50. kuruluş yıldönümünde, 50 yıla emeği geçen pek çok isim bir aradaydı. Tümünün verdiği başan recetesi ise ortak: dürüstlük ve güven.

Anadolu Buluşmaları Samsun'da

Anadolu Buluşmaları'nın beşincisi Samsun'daydı. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, CEO **F. Bülend Özaydınlı** ve Finans Grubu Başkanı Dr. **Rüşdü Sarıçoğlu** ile birlikte Samsun ve çevre illerden gelen yüzlerce bayimiz ile buluştuk ve sorunlarını dinledik. Yaklaşık 20 yıl önce Türkiye'nin en büyük yedinci kenti olan Samsun, geçen zaman içinde 37'lige dek gerilemiş durumda. Pek çok kentimizde olduğu gibi Samsun'da da yapılacak olan sanayi yatırımları kente yeni bir dinamizm getirecektir.

Özel Bir Konuk

Bizden Haberler'in bu sayısında Kültür ve Turizm Bakanı **Erkan Mumcu** konuğumuz oldu. Genç ve başarılı politikacımız ile kültür ve turizmden Avrupa Birliği'ne dek hoş bir sohbet yaptık. Mumcu'nun ülke tanıtımı konusundaki sözleri kuşkusuz bu işin içinde olsun olmasın herkes için bir ders niteliğinde: "Ülkeyi bütünüyle ürün olarak görüyorsanız asimetrik enformasyondan kaçınacak, sizi bu tehlikeden kurtaracak bir iletişim stratejisine ihtiyaç duyarsınız. Devlete düşen birinci rol bu strateji-

nin üretilmesine önayak olmak. Sonra birlikte üretilen bu stratejinin kurgulanmasını koordine etmek, teşvik etmek ve desteklemektir".

Bayi Portali Açıldı

Uzun bir süredir üzerinde çalıştığımız bayi portalı açıldı. Bayilerimiz için kurduğumuz ve **www.kocbayi.com** adresinden yayınlanacak olan web sitesinin, hem bayilerimizin kendi aralarında, hem de Koç Topluluğu yöneticileri ile çok daha kolay ve hızlı bir iletişim ortamı yaratacağını düşünüyorum. Sitemizin asıl sahibi bayilerimizin ta kendisi. Bu nedenle içeriğin oluşturulmasında ve geliştirilmesinde de onların büyük desteğini bekliyoruz.

Irak'ta Köşe Kapma Mücadelesi

Irak'taki savaşın ardından gözler artık ekonomi savaşlarına çevrildi. Irak özelinde bölge yatırımlara aç ve tam anlamıyla bakır. Savaşın sona ermesinin hemen ardından ülkede ilk ofis açan şirket olan Koç Holding, buradaki mücadelesini ve çalışmalarını olanca hızıyla sürdürüyor. Ram Dış Ticaret'in Irak Ülke Yöneticisi **Nurettin Ender Kıy** ve Ülke Satış Temsilcisi **Necmettin Aras**'ın bölge ile ilgili görüşlerini size aktarmaya çalıştığımız röportajımız her açıdan ilginizi çekecek.

Uzun bir süredir dünya turuna hazırlanan Koç Holding Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç**, 19 Eylül sabahı iki yıl sürecek yolculuğuna çıktı. Rahmi M. Koç ve yedi kişiden oluşan **Nazenin IV** mürettebatına iyi yolculuklar diliyoruz... Rüzgârınız bol olsun... ☺

Hasan Bengü

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı

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 03 86
Faks: (0 216) 343 15 37
İnternet: <http://www.koc.com.tr>
e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr
Ekim 2004 Sayı: 319

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına F. Bülend Özaydınlı
Genel Yayın Yönetmeni: Hasan Bengü
Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil
Editör: Burak Tezcan
Sanat Yönetmeni: Nihal Atatepe
Yayın Kurulu: Şeref Oğuz, Ali Boratav, Şeniz Akan, Ülkü S. Osmanoglu, Arın Dörtok
Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. Tel: (0 212) 288 79 70-71
Renk Ayrımı ve Baskı: Çalı Grafik Matbaacılık A.Ş.
Tel: (0 212) 696 52 27 (pbx)

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

bizden

Kültür ve Turizm Bakanı Erkan Mumcu:

“AB ile Özgüvenimizi Kazanacağız; Bu Yeter”

Rahmi M. Koç Müzesi, Halat Restaurant’ın özellikle turist konuklar tarafından tadının çıkarıldığı güneşli bir Eylül gününde Kültür ve Turizm Bakanımız Erkan Mumcu ile Türkiye’nin turizm ve kültür işlerinden Avrupa Birliği’ne, Çin’in yükselen gücünden Koç Topluluğu’na kadar uzanan bir sohbet gerçekleştirdik

Öncelikle “deniz, güneş ve şezlong”dan yana kısmeti hiç açılmayacak olan Paris, Roma gibi kentlerin, nasıl olup da turizm açısından “çok başarılı olmayı” başardıklarını sorduk. Bizim yanıtımız hazırdu elbette; çünkü bu kentler kültür sunuyordu; deniz ve güneş değil... Erkan Bey, bu soruya başka bir temel sorudan yola çıkarak yanıt verme yolunu seçti: “İnsanlar niye seyahat ederler?”

Erkan Mumcu: İnsanlar niye seyahat ederler; ya da turizm dediğimiz şey nedir? Herkesin seyahat motivasyonu farklı olabilir ama sonuçta turizm dediğimiz olgu insanın rutin yaşama çevresinin dışında, yaşama alışkanlıklarının dışında bir yaşam arayışının sonucunda ortaya çıkmıştır. İnsanlar yaşadıkları çevrenin dışında, alışılmışın dışında bir şey yaşamak için seyahat ederler. Yönelindikleri seçenekler çok farklı olabilir ama bu tercih biraz da ne yaşamakta olduklarına ve nerede yaşamakta olduklarına bağlıdır. Turizm dediğimizde aslında çok da standart ve net tanımlanabilir bir olgudan söz etmiyoruz. Mesela Kuzey Avrupalılar için turizm, tatilden başka bir anlama gelmez; çünkü çok tempolu çalışan bir toplumdur. Yaşadıkları coğrafya, kuzey ya-



rımkürede bir hayli kuzeyde olduğu için güneşi pek az görürler. Onların tatilden anladığı, her şeyden önce güneşin, denizin olduğu bir yerde yatıp uzanmaktır. Ama bir İspanyol için durum böyle değildir. Bir İspanyol'a tatil satamazsınız, bir İtalyan'a, bir Fransız'a satamayacağınız gibi. Bu işin esası, "Müşteri ne istiyor?", "Siz ona ne veriyorsunuz?" ve "Ne kadar tatmin yaratıyorsunuz?" sorularında yatar. Sonuç itibariyle ürününüz hakkında müşteriye haberdar etmelisiniz. Kurgulayacağınız bir iletişim sürecinizin olması gerekiyor.

Bu tanıtım sürecini kim oluşturacak? Devlet mi, özel sektör mü, her ikisi birden mi?

Ürünün sahibi kimse o. Üründen sözünü ettiğimiz şey bir otelse otelci, seyahat acentesinin sunduğu hizmetlerse seyahat acentesi. Bir bölgeyse, destinasyon olarak, yani bir Belek, Antalya, bir Kastamonu ise, oranın sahipliği kimde ise, ürünün sahibi kim ise o. Ölçek biraz daha büyüdüğünde, ürünün kendisi ülkeyse, bunu şüphesiz devlet yapacak. Kim yapacaktan daha önemli olan nasıl yapacak? İletişim, mutlaka bir stratejiye dayalı olarak yürütülmesi gereken bir eylemdir. Dolayısıyla iletişimde asimetrik enformasyon ortamı yaratmamaya özen göstermeniz gerekir. Ülkeyi bütünüyle bir ürün olarak görüyorsanız asimetrik enformasyondan kaçınacak, sizi bu tehlikeden kurtaracak bir iletişim stratejisine ihtiyaç duyarsınız. Devlete düşen birinci rol bu stratejinin üretilmesine önyak olmak. Sonra birlikte üretilen bu stratejinin kurgulanmasını koordine etmek, teşvik etmek ve desteklemektir. Benim yapmaya çalıştığım şey de budur. Geride bıraktığımız son beş yıl içinde bu konuda epeyce bir mesafe kat edildiğini düşünüyorum. Nitekim turizmde rakip olduğumuz ülkeler bizi taklit ediyorlar ve bundan da hiç yüksünmediklerini apaçık söylüyorlar. Yunanistan Turizm Bakanı sonunda -kendisine müteşekkirim- bir gazetecinin sorusuna cevaben "Evet, Türkiye'nin reklam yapma stratejilerini ve ürünlerini taklit ediyoruz, bunda gizlenecek ve gocunacak bir şey görmüyoruz; çünkü çok iyi yapıyorsunuz" dedi. İyi ki o söyledi, o söylemeseydi biz hâlâ başarılarımızı kendi kendimize anlatmak durumunda kalacaktık.



Avrupa ülkelerinde turizm bakanlığı yok ama...

Yeni yeni kurmaya başladılar.

Şimdilik turizm bakanlıkları olmasa da Avrupa ülkeleri başlı başına bir marka. Türkiye'nin marka olması nihayetinde "business" bir yaklaşım gerektiriyor. "Devletten Türkiye'yi marka haline getirmesi görevi beklenmemelidir" deniliyor. Bu görüşe katılıyor musunuz?

Katılmıyorum. Çünkü devlet dediğimiz kavram ne toplumdaki ayrışık, toplumun üstünde müstakil varlığı olan bir katman, ne de toplumun ta kendisi. Devlet dedi-

ğimiz kavram bu ülkede yaşayan insanların tümünün kamusal alanda ortaya çıkan ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulmuş bir organizasyon. Bu organizasyona hayat veren yine bu toplumun içinden çıkan insanlar. Devlet pekâlâ, çağdaş bir ülkenin, çağdaş bir toplumun, çağdaş ihtiyaçlarını karşılamak üzere son derece verimli çalışan bir organizasyon, bir mekanizma şeklinde örgütlenerek çalışabilir.

Türkiye, Marka Değer Evreninde Nerede?

Türkiye marka mı? Türkiye zaten bir marka. Ama marka değer evreninde nerede? Bunu konuşmak lazım. Biz aslında nerede olmasını istiyoruz; ancak dünya kamuoyunun algılamasında nerede? Buna bakmak lazım. Dünya kamuoyunun algılamasında az gelişmişlerin, sorunluların bulunduğu yerde. Biraz iyimser bir bakışla gelişmekte olanların bulunduğu yerde. Marka değer evreninde yukarıda olan değerlerin, üstte bulunan değerlerin bulunduğu alana doğru bir hareket başlatmak zorunda. Gerçekten de ürününüzle, bütün gösterge değerlerinizle oraya yakın bir yerde duracaksınız.

DON KİŞOT'TAN CUMHURİYET AYDINLARINA

Don Kişot ve Cyrano De Bergerac'ın sizin kahramanlarınız olduğunu biliyoruz. Yerli bir kahramanınız var mı?

Doğru, Cyrano adamımdır. Yerli kahramanımsa Yunus Emre'dir. İnsanlığın kılavuzudur o. Bizden önce her yere gitmiş ve bunu inanılmaz bir güzellik ve sadelik içinde anlatan biri:

"Ben yürürem yane yane / Aşk boyadı beni kane/ Ne akilem ne divane / Gel gör beni aşk neyledi." Bunu söyleyince o kadar çok şey anlatıyorsunuz ki.

Türkiye'yi anlatabilmek için tanımak gerekir. Ülkemizi kitaplardan öğrenmek mümkün mü? "Olmazsa olmaz" üç kaynak verebilir

misiniz Türkiye'yi tanımamızı sağlayacak?

Birincisi, Cemil Meriç'tir. Hiç kimse Cemil Meriç'i okumadan, anlamadan Türkiye'yi derinlemesine ve bütün olarak anladığını söylemesin. Ben inanmam. İki: Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi. Üç: Cumhuriyetin ilk yıllarının aydınları. Dört: Falih Rıfkı'nın "Zeytin Dağı"nı okumadan Türkiye hakkında konuşmamak lazım. Atatürk'ün, Kâzım Karabekir'in, Fevzi Çakmak'ın anılarını okumadan, hazmetmeden Türkiye hakkında konuşmamak lazım. Konuşmamak derken, yani çok emin konuşmamak lazım. Beş: Devlet hakkında kendinizden emin konuşabilmek istiyorsanız, Kemal Tahir'in "Devlet Ana"sını okumuş olmalısınız.



Son yıllara baktığımızda Türkiye'nin turizmden beklediğini elde ettiğini söyleyebilir miyiz?

"Beklenti" çok anlamlı bir kavram. Kimin ne beklediğine göre soru da değişebilir, yanıt da. Şunu rahatlıkla söyleyebiliriz; turizmden beklenilenin üstünde bir değer elde ettik. 1980'lerin başında turizmin ne olduğunu Türkiye'de pek az insan biliyordu. Turizm deyince hippiler veya birkaç arkeoloji meraklısı turistten öteye bir şey canlanmıyordu gözümüzde.

Cumhuriyet Türkiye'sinde turizm bilinci ne zamana uzanıyor?

Ben çok ciddi bir turizm bilincinin olmadığını söyleyebilirim. 1950'li yılların sonunda Meclis müzakerelerinde yansıyan bir bilgidен yola çıkabiliriz. İstanbul milletvekilleri, İstanbul'a seyahatlerin sayısını artırmak bakımından yabancıların yurda girişlerinin kolaylaştırılmasını talep eden soru önergesi veriyor. Zamanın İçişleri Bakanlığı'nın verdiği cevap: "Vize işlemlerini kolaylaştıramıyoruz. Çok sayıda ecnebinin gelmesini de istemiyoruz, çünkü bu kadar çok sayıda ecnebiyi izleyecek memur kadromuz yok." 1950'li yılların turizm perspektifi bu. İşte bunu anlatmaya çalışıyorum. 1980'li yıllarda Turgut Özal bir turizm hamlesi başlattığında kimse aslında böyle bir ihtiyacın olduğunu

nu da ifade etmiyordu. Bu tamamen Özal'ın vizyonuydu. Ülke kendi potansiyelinin farkında bile değildi. Bir yaratıcı vizyon getirdi, koydu.

Ülkenin son dönemde gündemini en çok meşgul eden konu kuşkusuz Avrupa Birliği. AB yolunda umut verici gelişmeler oluyor. 17 Aralık'ta verilecek olan tarih ile ilgili öngörünüz nedir?

Ben gayet pozitifim o konuda. Sadece Türkiye'nin AB'ye olan ihtiyacının değil, Türkiye'nin AB'ye olabilecek katkısının da Avrupalılarca anlaşıldığının kanısındayım. Karşımıza çıkacak zorluklar Avrupa iç politikasından kaynaklanan zorluklar olacaktır. Müzakerelerin başladığı ve devam ettiği süreç içinde iletişim çok önemli. Her şeyden önce Türkiye ile ilgili önyargıları yıkmak bakımından iletişimin önemi büyük. Özellikle kültür üzerinden kuracağımız iletişim son derece değerli. Bu sürecin süratle önyargıları kıracağını, Avrupalı siyasetçilerin de kararını kolaylaştıran bir iletişim sürecinin içine gireceğimizi düşünüyorum.

AB yolunda olası olumlu gelişmeler sonucunda turizm alanında Türkiye için ne değişecek? Köklü değişimler bekliyor musunuz?

Tabii ki bekliyorum. Bir kere yabancı sermaye girişi daha güçlü bir boyuta ge-

lecek ama bence en önemli Türkiye öz güvenine yeniden kavuşacak. Bu yeter.

Sektörde özellikle kongre turizminde Avrupa'dan Uzakdoğu'ya bir kayışın olacağı yolunda öngörüler var; özellikle Çin... Çin hakkında ne düşünüyorsunuz?

Modern çağda hakkında en çok efsane yazılan ülkelerden birisi Çin. En popüler olanı da "Her Çinliye bir portakal satsak" efsanesidir. Çin çok büyük bir ülke. Tarih boyunca da böyle olmuştur. Ama tarihi boyunca tekrarladığı yanlışlarıyla bir dünya gücü olmayı reddetmiştir. Bugün de Çin göz kamaştırıcı bir büyüme süreci içinde ama hâlâ gidecek çok yolu var. Çin'in bir turizm pazarından çok bir turizm destinasyonu olarak dünyada daha ön plana çıkacağından hiç kuşku yok. 2020'den önce Çin'in Türkiye'de algılanabilir bir turist sayısına ulaşmasının helle Almanya ile mukayese edilebilir bir sayıya ulaşmasının mümkün olduğunu düşünmüyorum.

Daha önemli pazarlar var. Örneğin Hindistan daha önemli bir pazar. Güney Kore, Tayland, Malezya'nın daha önemli pazarlar olduğunu düşünüyorum. Kongre turizminin o tarafa yönelmesini doğal buluyorum. Destinasyon seçimlerini genel kurullar yapar. Kongrenin düzenleyicisi hangi örgüt veya organizasyon ise bu tercihi o yapar. Önemli olan kongre altyapısını sunuyor olsun, güvenli olsun ve görmediği bir ülkeyi ve kültürünü de görmüş olsun. Doğu'nun da şansı artıyor, Türkiye'nin de şansı artıyor.

Siyaset dünyasının içinden birisi olarak özel sektöre baktığınızda turizm ve kültürün içinde özel sektörü, özel sektör içinde de Koç Topluluğu'nu nasıl görüyorsunuz?

Koç Topluluğu Türkiye'de geleneği olan, kurum kültürüne ve kimliğine çoktan kavuşmuş, diğer kurumlara da örnek olmuş bir topluluk. Koç artık Türkiye'yle eşanlamlı. Topluluğun "Koç" adını taşıyor olması, sadece kurucularının bu soyadını taşıdığı içindir; o kadar. Vehbi Bey'in soyadı Koç olduğu için ve o başlattığı için... Ancak, Koç Türkiye'ye ait bir değer. Koç Ailesi'nin sahip olamayacağı kadar büyük, kapsamlı, köklü bir değerden söz ediyoruz. 🌟

Ülkü S. Osmanoğlu

Koç Holding bayilerini sanal ortamda bir araya getirmek ve bayilerin iletişimlerinin sağlanmasına katkıda bulunmak amacıyla tasarlanan Koç Holding bayi web sitesi, www.kocbayi.com, kısa bir süre önce hizmete girdi. Sitenin amaçları, hedefleri ve içeriği ile ilgili Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü sorularımızı yanıtladı

Koç Bayileri Sanal Ortamda Buluşuyor

Koç Holding Bayi Portalı kısa bir süre önce hizmete girdi. Böyle bir portalin açılmasını gerekli kılan nedenler nelerdi?

Koç Holding bünyesinde en önemli çalışmaların başında, sayıları 12 bini aşan bayilerle olan ilişkilerin güçlendirilmesi geliyor. Bu doğrultuda geçtiğimiz yıl "Anadolu Buluşmaları" adı altında hayata geçirilen bayi toplantılarının büyük bir önemi var. Bayilerimizle görüşmelerimizde, "Bayi Memnuniyeti Anketleri"nde ve "Anadolu Buluşmaları" çerçevesinde yaptığımız bire bir görüşmelerde ortaya çıkan en önemli taleplerden biri, daha sık görüşmek, daha etkin ve hızlı iletişim olanaklarının sağlanması oldu. Bugün, iletişimimizi güçlendirmek için bundan 20-30 yıl önce hayal bile edemeyeceği-



miz olanaklara sahibiz. Bu olanakların başında da internet ortamı geliyor. Bu çerçevede uzun süredir planladığımız "Bayi Web Sitesi"ni hayata geçirdik. Bilindiği gibi şirketlerimizin pek çoğunun kendi bayilerine yönelik internet üzerinden bilgi alışverişini mümkün kılan web siteleri var. Şimdi bu yöntemi bir adım daha ileri götürerek, tüm şirketlerimizin bayilerinin bir araya geleceği bir web sitesini uygulamaya soktuk.

Web sitesinin içeriğinde neler var?

Web sitesi; yeni ürünlerimizi, bayilerimizin kendilerini tanıtan sayfaların, erişim olanaklarının bulunabileceği bir araç olmanın ötesinde, Topluluğumuzun bayilerimiz için sunduğu özel imkânları, kampanyaları da duyurabileceğimiz bir iletişim panosu görevini de görecek. Site temel olarak altı ana başlıktan oluşuyor: "Haberler", "Tanıtımlar", "Kampanyalar", "Finansal Bilgiler", "Faydalı Bilgiler" ve "İletişim". Tüm bu ana başlıkların altında da pek çok alt başlık yer alacak.

Web sitesinde bayi iletişimi dışında konular da yer alacak mı?

Elbette. Örneğin "Finansal Bilgiler" başlığı altında "Döviz-Borsa Endeksi", "Gün-

lük Finans Bülteni", "Hesaplama Araçları" ve "Aylık Ekonomik Durum" gibi alt başlıklar olacak. Bunun yanı sıra "Aydın Konuştu" başlığı altında röportajlar yer alacak. Bu ayki ilk konuşumuz Kültür ve Turizm Bakanı **Erkan Mumcu**. Ben şahsen, bayilerimizin web sitemizi bilgilenecek ve iletişim dışında da bir dergi mantığı içinde keyifle kullanabileceklerine inanıyorum.

Bu web sitesinin geliştirilmesi için bayilerden beklentileriniz neler?

Bayilerimiz için kurduğumuz ve **www.kocbayi.com** adresinden yayınlanacak olan web sitesinin, hem bayilerimizin kendi aralarında, hem de Koç Topluluğu yöneticileri ile çok daha kolay ve hızlı bir iletişim ortamı yaratacağını düşünüyorum. Bu sitede bayilerimiz kendi ilanlarını verebilecekler. İsteyen bayilerimiz kendileriyle ilgili tanıtımları bu site aracılığıyla yapabilecek. Sitemizde, farklı bölgelerdeki farklı bayilerimizle söyleşiler yer alacak. Bu nedenlerle bu web sitesinin asıl sahibi bayilerimizin ta kendisi. Doğal olarak içeriğin oluşturulmasında ve geliştirilmesinde de onların büyük desteğini bekliyoruz.

Bayilerimizin bu siteye haber ve makale ile katkıda bulunmalarını bekliyoruz.





Anadolu Buluşmaları'nda **Beşinci Kent** **SAMSUN**

Yaklaşık 15 ay önce başlayan Anadolu Buluşmaları'nın beşincisi Karadeniz'in önemli kentlerinden Samsun'daydı. Samsun dışında Amasya, Tokat, Ordu, Giresun, Sinop ve Çorum'dan gelen bayileri bir araya getiren toplantıya ilgi büyüktü

Daha önce Konya, Gaziantep, Denizli ve Erzurum'da yapılan "Anadolu Buluşmaları"nın beşincisi 30 Eylül'de Samsun'da gerçekleştirildi. Bundan yaklaşık 20 yıl önce Türkiye'nin en büyük yedinci kenti olan Samsun, pek çok etkenin sonucunda bugün 37. sıraya dek gerilemiş durumda. Özellikle sanayi yatırımlarının yetersiz olması, Samsun'un bugünkü durumunun en önemli nedeni olarak gösteriliyor. Diğer yandan tarıma elverişli Çarşamba ve Bafra ovalarına da tarım açısından yeterli yatırımın yapılmaması,

bölgenin tarım alanında da yetersiz kalmasına neden oluyor. Samsun ilinin ekonomik yapısını oluşturan sektörlerin başında tarım geliyor. Diğer yandan Samsun'un Doğu ve Orta Anadolu'dan gelen belli başlı yolların kesişme noktasında yer alması ve Samsun Limanı'nın Karadeniz'e açılan en önemli kapılardan biri olması kentin önemini artırıyor. Deniz, kara ve hava ulaşım imkânları ile büyük potansiyele sahip bulunan Samsun, sanayide istenilen seviyede gelişme gösterememiş.



Özellikle 1980 yılından sonra kentte dalan istihdamın geliştirilmesi için, endüstri çağına uygun olarak gerek kent civarında gerekse ilçelerinde küçük sanayi siteleri oluşmuş, istihdam yavaş yavaş sermaye yoğun olan küçük işletmelere doğru yönelmeye başlamış.

Samsun'da düzenlenen toplantıya Samsun, Amasya, Tokat, Ordu, Giresun, Sinop ve Çorum'dan 500'ün üzerinde bayi katıldı. "Anadolu Buluşmaları"nın programı, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, Koç Holding CEO'su **F. Bülend Özyaydınlı**, Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı **Hasan Bengü**, Finans Grubu Başkanı Dr. **Rüşdü Saraçoğlu** ve Arçelik Genel Müdürü **A. Gündüz Özdemir**'in sabah saatlerinde Samsun'a gelmeleriyle başladı. Koç Topluluğu yöneticilerini tıpkı diğer illerde olduğu gibi Samsun'da da yoğun bir program bekliyordu.

Konvoy, kent merkezine çok yakın havaalanından Aygaz'ın sahilde kurulmuş olan dolum tesislerine doğru yola çıktı. Sinop'tan Artvin'e dek 11 ile hizmet veren tesisin yılda 55 bin ton LPG satışı kapasitesi var. Bölgede sanayinin gelişmiş



olmaması nedeniyle bu miktarın 42 bin tonu tüplü gaz. Kendi limanına bağlı olarak hizmet veren tesisin denizin içinde 700 metrelik bir boru hattı var. Bu hat aracılığıyla Rusya'dan alınan gaz tesislerde dolduruluyor ve bölgeye dağıtımı yapılıyor.

Samsun'da Koç Damgası

Aygaz'daki ziyaretin ardından Mustafa V. Koç ve beraberindeki heyet, Otokoç, Birmot ve Ford Otosan bayilerini ziyaret ettiler. Burada tesisler hakkında da bilgi alan heyet, özellikle Fiat'ın piyasaya yeni sürülen modeli Strada ile yakından il-

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, yaptığı konuşmada bayilere büyük bir güven duyduklarını söyledi (en üstte solda).

Samsun'u ziyaret eden Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Koç Holding CEO'su F. Bülend Özyaydınlı, Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü ve Arçelik Genel Müdürü A. Gündüz Özdemir; Aygaz Dolum Tesisleri (en üstte ortada), Migros (en üstte sağda), Ford Otosan (üstte solda) ve Beko Bayi Yığıt Tören'e de konuk oldular.

Bayi toplantısından önce Samsun Valisi Mustafa Demir'i ziyaret eden Mustafa V. Koç'a, Vali Demir kentin sembolü olan Atatürk heykelinin küçük bir modelini armağan etti (solda).

gilendiler. Daha sonra Samsun Migros'u ziyaret eden Koç Holding yöneticileri buradan, Samsun Bulvarı Caddesi'ndeki Arçelik Bayi'ne geçtiler. Babasından devraldığı Arçelik bayrağını yakın bir zamanda oğluna devretmeye hazırlanan **Fatih Temiz**'in konukseverliğinde bayii gezen heyet, satışlar ve Arçelik'in bölgedeki pazar payı hakkında bilgi aldılar. Samsun'da özellikle Koç Topluluğu'na ait markaların çok sevildiğini de belirten Temiz, diğer markalara olan ilginin de Arçelik'e olan ilgiyle eşit olduğunu söyledi. Ekibin son bayi ziyareti ise Beko ve Mogaz bayilikleri yapan



F. Bülend Özaydınlı



Yiğit Tören'e oldu. Koç Topluluğu yöneticileri burada Tören ile Beko satışlarının yanı sıra bölgenin ekonomik sorunları hakkında da fikir alışverişini yapma şansı da buldular.

Bayi ziyaretlerinin ardından heyetin son durağı Samsun Valisi **Mustafa Demir** oldu. Valilik makamında ziyaret edilen Vali Demir, Mustafa V. Koç başkanlığındaki heyete Samsun halkı adına "hoş geldiniz" dedi. Vali Demir'in bölge ile ilgili bilgiler verdiği görüşmede bölgenin sorunlarından da bahsedildi. Vali Mustafa Demir, Mustafa V. Koç'a Samsun'un simgesi olan Atatürk heykelinin küçük bir modelini hediye etti.

Bayiler Bir Arada

Görüşmelerin ardından heyet Samsun Limanı'nda demirli, halen restoran olarak Samsun halkına hizmet veren tarihi Yalova Vapuru'nda gerçekleştirilen öğle yemeğine katıldı.

Büyük Samsun Otelindeki bayi toplantısı her zaman olduğu gibi Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü'nün açış konuşmasıyla başladı. Hasan Bengü'nün ardından kürsüye gelen Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Samsun'da bulunmaktan büyük mutluluk duyduğunu söyledi ve Koç Topluluğu'nun en büyük gücünün bayi teşkilatı olduğunu belirtti. Daha sonra konuşmasını yapmak için kürsüye gelen Koç Holding CEO'su F. Bülend Özaydınlı, ülkemiz ve Koç Topluluğu'ndaki geliş-

melerle ilgili bilgiler verdi. F. Bülend Özaydınlı konuşmasında "Tüketiciye En Yakın Kurum" olma hedefinde bayilerin büyük önemi olduğunu belirtti ve "Tahmin ve beklentilerimize uygun bir şekilde ülkemizde büyük bir ekonomik canlanma yaşanıyor. Biz de aynı canlanmayı yaşıyoruz. Hatta Koç Topluluğu, Türkiye'den çok daha hızlı bir şekilde hedeflerine doğru ilerliyor. Zaten hep böyle olmuştur: Türk ekonomisi yürümeye başladığında Koç Topluluğu koşmaya başlıyor" dedi.

F. Bülend Özaydınlı, konuşmasının ardından bayilerin sorularını yanıtlama olduğunu da buldu. Bu bölümde de Türkiye'nin geleceğinden umutlu olduğunu ifade eden Özaydınlı, "Son seçimler sonrasında iktidarın son derece güçlü bir parlamento ayağının olmasına rağmen, kamuoyundan gelen değişik konularda, farklı düşüncelerin ortaya konması da parlamentoda izdüşümünü göstermiş ve olumlu gelişmeler sağlamıştır. Bu bakımdan umutsuz değilim. Türkiye'nin çok önemli adımlar atmakta olduğunu düşünüyorum. Ancak bunları yeterli görmediğimi de ifade etmek isterim" dedi.

Koç Topluluğu'nun çok ortaklı modellerle bakış açısıyla ilgili bir soruyu da Özaydınlı şöyle yanıtladı: "Araç muayene istasyonlarının özelleştirilecek olması çok ortaklı modelle değerlendirmek arzusunda olduğumuz bir fırsat. Bunların tümü bir fırsat olarak karşımıza çıkarken, gelişmeler daha farklı olabiliyor. Birçok



Dr. Rüşdü Saraçoğlu

olumlu gelişmeye rağmen özelleştirme konusunda başarılı bir performans sergilenememiştir".

Karadeniz'e daha çok yatırım yapılmasını isteyen bir bayiye ise CEO Özaydınlı, "Yatırımlarımızı mevcut planlar çerçevesinde gerçekleştiriyoruz. Geçmişte pek çok il ya da bölgemiz için devlet tarafından benzer talepler gerçekleştirildi. Fakat ne yazık ki, bazı ekonomik koşullar yerine getirilemediği için çok iyi düşüncelerle yapılan bu yatırımlar olumlu sonuca ulaşamamıştır. Ekonomik faktörlerin herhangi bir ilimizde yatırım gerektiriyorsa bunu memnuniyetle yapmak isteriz" şeklinde yanıt verdi.

"Ufukta Kriz Yok"

F. Bülend Özaydınlı'nın ardından kürsüye Koç Holding Finans Grubu Başkanı Dr. Rüşdü Saraçoğlu, ekonomik gelişmeler hakkında bilgi verdi ve konuşmasına tüm bayilerin yüreğine su serpecek bir başlık koyduğunu belirtti: **"Ufukta Kriz Yok."** Bayi toplantısının ardından düzenlenen kokteylden sonra gala yemeğine geçildi. Tüm gün yoğun bir program uygulayan Koç Topluluğu yöneticileri ve bayiler, yemekte Hande Yener'in şarkısıyla hoş bir gece geçirdiler. 

Burak Tezcan



SÖZ BAYİLERDE...

Cenk Türebek / Aygaz Orta Anadolu Bölgesi Yöneticisi

Bu katıldığım ikinci toplantı. Koç Topluluğu ile çalışanlar ve bayiler arasındaki iletişimi sağladığı için bu tür toplantılar çok önemli. Bayilerimizden aldığımız görüşler ve değerlendirmeler de toplantının verimliliğini kanıtıyor. Özellikle Rüsdü Bey'in yaptığı konuşma çok etkileyiciydi. Mustafa Koç'un yaptığı açıklamalar ise heyecan verdi. Çok keyif aldım.

Arif Yusuf Uygun / Aygaz Ordu Bayii

Toplantının çok olumlu olduğunu düşünüyorum. Özellikle ekonomi programı hakkında aradığım cevapları buldum. Mustafa Koç ve Bülend Özyaydın'ın mesajları çok netti. İl bazında bu tür toplantıların etkili bir şekilde devam etmesini dilerim.

Murat Anadol / Aygaz Samsun Merkez Bayii

Genel anlamda oldukça faydalı bir toplantıydı ve daha sektörel olmasını da umut ederim. Bilhassa Sayın Bülend Özyaydın'ın açıklamaları yararlıydı. Demek ki insanlar bu kademelere boş yere gelmiyorlar. İşinin erbabı bir insan.

Tahir Yazıcıoğlu / Aygaz Samsun Bayii

Gerçekten de profesyonel bir kadro karşımızdaydı. Üst düzey katılımın olduğu toplantıya ilk defa katılıyorum. Sayın Bülend Bey'in ve Rüsdü Bey'in yaklaşımları oldukça bilgilendiriciydi. Aklımda pembe bir tablo kaldı ve inşallah böyle devam eder.

Nazmi Hürriyet Kambur / Aygaz Sinop Bayii

Aygaz'ın bazı sorunları var ama genelde iyi bir toplantıydı. Kâr marjlarının düşük olması benim gibi birçok arkadaşın sıkıntısı ama petrol yasasından sonra daha umutluyuz.

Salih Güzel / Arçelik Sinop Erfelek Bayii

Konuşmalarda krizin olmayacağına dair verilen mesaj bence toplantının en güzel haberlerinden biriydi. Farklı sektörlerin bayilerin aynı toplantıda olmasını olumlu karşıladım.

Necdet Özdemir / Beko Çorum Ortaköy Bayii

Son derece yararlı ve bizi oldukça bilgilendiren bir toplantıydı.

Alişan Yaşar / Aygaz-Beko Çorum Mecitözü Bayii

Toplantıyı düzenleyenlere öncelikle teşekkür ediyorum. Ekonominin geleceği açısından çok önemli bilgiler aldık. Sayın Rüsdü Saraçoğlu'nun konuşması bizim ekonominin geleceğine bakışımızı değiştirdi. Süpheyile bakıyordum ama şimdi olumlu bakıyorum.

Mahir Ceylan

Tofaş Çankırı, Kastamonu, Tokat, Ankara Bayii

1984 yılında ben ilk olarak Tofaş bayiliği ile başladım. Genisleyerek ve büyüyerek devam ettik. Stratejimiz ortada; Koç Topluluğu'nun tarzıyla belli bir uyum sağlayınca başka bir tarafa kanalıze olamıyorsunuz. Önümüzdeki günlerden çok umutluyuz ve iyi işler yapacağımıza inanıyorum. Toplantı çok verimli geçti. Mustafa

Bey'in ve Bülend Bey'in konuşmalarından çok iyi bir sinerji yakaladık. Ağır ve hantal bir şirket yapısından daha yalın ve ulaşılabilir bir noktaya gitmek istediklerini samimi bir biçimde gördük. Bu bize güven veriyor.

Hakan Dede / Arçelik Gövel Bayii

Toplantı güzel geçti ama özellikle Mustafa Koç'un katılması çok hoşumuza gitti çünkü toplantıya önem verildiğini anladık. Toplantı ve soru cevap bölümü biraz daha uzun olabilirdi.

Hüseyin Mürtezaoğlu / Arçelik Giresun Bayii

Ben genelde Mustafa Bey'in konuşmalarını ve diğer yöneticilerin konuşmalarını takip ettim. Benim açımdan olumlu bir toplantıydı. Farklı sektörlerden bayilerin bir araya gelmesi iletişimi kuvvetlendirdi. Karşılıklı fikir alışverişinde bulunuldu.

İbrahim Ünal / Mogaz Tirebolu Bayii

Günlük hayatta takip ettiğimiz konular konuşuldu ama olumlu olduğunu söyleyebilirim. Bilgilerimizi tazelemiş olduk.

Mustafa Yayla / Arçelik Sinop Boyabat Bayii

Sunumları çok beğendim. Sayın Saraçoğlu'nun açıklamaları güzel haberler ile doluydu. Bizim bilmediğimiz konulardan bahsetti ve bilgilendirildik. Kâr marjları konusunda bayiler taleplerini ilettiler. Onun dışında yaramaz bir durum yok.

Tayyar Türkeli / Koç Allianz Ordu Acentesi

Toplantıyı biraz kısa buldum ama genelde olumlu ve bilgilendirici bir toplantıydı. Bana göre farklı sektörlerin bir araya gelmesi iyi bir fikir değildi çünkü aynı sektörden bayilerin ortak konuları konuşulmalıydı. Bu açıdan biraz eksik kaldı. Konuşmaları fazla iyimser buldum.

Mehmet Yüceküşcu / Koç Allianz Çorum Acentesi

Türkiye'nin genel ekonomisini irdeleyen bir toplantıydı. Sektör ile ilgili pek fazla eleştiri getirilmedi ve tartışılmadı diye düşünüyorum. Sigorta pazarında büyük sıkıntılarımız var. Fiyat uygulamaları birbirinden farklı. Prim rakamları arasında büyük uçurumlar olduğunu görüyorum.

Mehmet Belenk / Aygaz Satış Sorumlusu

Toplantı ülke sorunlarına daha çok Koç Topluluğu gözüyle bakan bir toplantıydı. Sektörel ince ayrıntılara inilmedi ama bayilerimiz Koç Holding'in genel bakış açısını gördüler. Bu bakımdan faydalı olduğunu düşünüyorum.

Ulvi Özkök / Arçelik Amasya Bayii

Bu toplantıda konuşmalar gerçekten çok aydınlatıcıydı. Tüm detaylar ve Koç Holding'in bakış açısı çok güzel ifade edildi. Burada gerçekten de önemli bir başarı öyküsü anlatıldı. Benim arzum tüm anlatılan bu başarıların bir reklam filmi ile halkımıza aktarılması.

“Samsun’da Tek Rakibimiz Beko”

Babasından aldığı **Arçelik** bayiliği bayrağını oğluna devretmeye hazırlanan **Fatih Temiz** ile **Samsun**’daki Anadolu Buluşmaları öncesinde **kentin** geleceği ve **Arçelik** üzerine konuştuk. Samsun; devletin ve özel sektörün ilgisini bekliyor

Arçelik ile birlikteliğiniz ne kadar zamandır devam ediyor?

Arçelik’ten 1959 yılında babam tarafından bayilik alınmış. Babam 1959 yılından 1983 yılına kadar bizzat kendisi yönetti ve 1983 yılında bayiliği ben devraldım. Nasip olursa 45. yılımızı dolduruyoruz. Oğlum Arda Temiz bu yıl üniversiteden mezun olunca ona devretmeyi düşünüyorum, böylece üçüncü kuşak olarak Arçelik bayiliğini devam ettireceğiz. Üçüncü kuşak Arçelikçi olarak bayrağı devralacak.

Samsun’da Arçelik ürünlerine ilgi nasıl?

Türkiye’de Samsun, Arçelik’in kalelerinden biridir. Pazar payı olarak oldukça yüksektir ve Samsun’da 11 Arçelik bayii mevcut. Daha önce Ladik’te olan mağazamızı, 1993 yılından itibaren bugünkü yerimize taşındık. O günden bugüne Karadeniz’in en fazla ciro yapan bayisi olduğumu mutlulukla söyleyebilirim. Gayretli bir çalışmanın neticesini, Türkiye çapındaki satışlar bazında ilk 20 sıraya girerek alıyoruz. Bizim çalışmalarımızın yanında bu başarıda büyük payı olan Arçelik yöneticilerinin faaliyetlerini de belirtmek isterim. Olaylara anında müdahaleleri ve kampanya zamanlamaları çok başarılı. Birlikte çok iyi bir yıl geçirdik ve böyle devam etmesini dileriz. Ayrıca Samsun’da bizim rakibimiz Beko, diğer markaları rakip kabul etmiyoruz.

Yaklaşık bir buçuk yıl önce Arçelik’te önemli bir değişim yaşandı. Samsun halkının tepkisi nasıl oldu?

Özellikle Çelik’in çıktığı dönemlerde ilgi

çok fazlaydı. Arçelik’in **Cengiz Solaçoğlu** zamanında yükselişi vardı; devamında piyasayı çok iyi koklayan **Gündüz Özdemir**’in gelmesiyle bu yükseliş devam etti. Örneğin kampanyaların doğru zamanlaması, üretim planlamasının son derece başarılı yapılması sayesinde hiçbir şekilde ürün sıkıntısı çekmiyoruz. Eskiden kalma bir alışkanlıkla stoklu çalıştığımız için üretim planlaması bizim için çok önemlidir.

Arçelik’in özelinden biraz çıkarsak genel anlamda Samsun’daki ticari hayatı değerlendirir misiniz?

Önceleri tütüne dayalı bir ekonomi var-

dı ve bildiğiniz gibi son 3-5 yıldır tütün ekonomisi geriledi. Bunun yanında Bafra ve Çarşamba ovalarında büyük çaplı sebze üretimi yapılıyor. Bana göre bu konuda da pek başarılı değiliz çünkü üretilen sebzenin pazarlama planı iyi yapılmadığı için ürünün büyük bir bölümü ziyan oluyor. Örneğin bu yıl karpuzların çoğunluğu Bafra’da Yeşilirmak’a ve Çarşamba’da Kızılırmak’a döküldü. Sonuç olarak sanayi Samsun’da pek ilerlemiş değil, Organize Sanayi Bölgesi’nin %30’u hâlâ boş. Müşterilerimiz genellikle memur ve emekli kesimi. Dört yıl önceki yerel seçimlerde göreve gelen başkanımız Samsun’da bazı çalışmalar yap-



tı, hatta denizle Samsun halkını buluşturdu. Eskiden denize gitmek mümkün değildi ve şimdi yaklaşık yedi kilometrelik sahil yoluna ve pırl pırl bir denize kavuştuk. Kentleşme olarak epey yol aldık ve şimdi ilgi isteyen konu Samsun'un ekonomisidir. Örneğin Çarşamba Ovası taraflarında devlete ait araziler var. Tersane sahipleri ile görüşülüp bu arazilere devletten tahsis çıkarıldı. Yaklaşık beş adet tersane kurulacak bir alanı tahsis ettiler. Tersane projesi hayata geçtiği zaman Samsun'da büyük bir ekonomik atılım olur çünkü bu tersanelerde yaklaşık 15 bin insan istihdam edilebilir. Azot ve bakır fabrikalarımız kapanma noktasına geldi. Özetlemek gerekirse, Samsun yatırımcılardan ilgi bekliyor. Koç Topluluğu'ndan da Samsun halkı yatırım bekliyor; çünkü Samsun halkı Koç Topluluğu'nun iyi ve sadık tüketicisidir.

Samsun eskiden Türkiye'nin yedinci büyük iliyken bugün 37.'liğe kadar gerilemiş. Sizce sebepleri nedir?

Samsun'da seçilen siyasilerin çoğunluğu Trabzonlu. Ben birinci sebep olarak bunu görüyorum çünkü Samsun milletvekili olmasına rağmen yatırımların ve hizmetlerin çoğunu Trabzon'a taşıyor. Samsun'da kapanan bir genel müdürlüğün aynısı daha sonra Trabzon'da açılıyor. Bunun yanında göç oldukça etkili. Samsun'da elde edilen kazançların çoğu



ya'ya ihracat bu limandan yapılıyor ve günde yedi-sekiz gemi Samsun Limanı'ndan kalkıyor. 1954 yılında bu liman yapıldıktan sonra limana ulaşmak için demiryolu inşa etmişler ve haliyle denizle Samsun arasına bir perde gerilmiş. Samsun'un sosyal yaşamda kullandığı tek bir yer var: Atakum. Türkiye'nin kullanılmayan, atıl ikinci yazlık alanı burasıdır. Binlerce

Samsun Arçelik Bayii Fatih Temiz babasından devraldığı işi yakında oğlu Arda Temiz'e (solda) devretmeye hazırlanıyor.

şam denizden daha fazla istifade edebilecek.

Balıkçılık sektörü nasıl?

Balıkçılık oldukça amatör düzeyde yapılıyor. Samsun'un Yakakent ilçesinde büyük gemilerle profesyonelce balıkçılık yapılıyor. Samsun'da un, şeker, yağ var, kesinlikle bunu işleyecek bilgi birikimi de var ama birliktelik yok. Samsun'da, aldığı göç dolayısıyla iyi bir mozaik var ama bu mozağin uyumu maalesef yok.

Samsunspor nasıl gidiyor?

Samsunspor üzerindeki kara bulutlar dağıldı ve bundan sonra çok iyi olacağını tahmin ediyorum. Kötü giden birkaç maç vardı ama artık daha iyiye gideceğine inanıyorum. Samsunspor'un kadrosu güçlü, başarıyı elde edebilir ama halktan ekonomik desteği alamıyor. Benim gayretimle, yıllardır Samsunspor'a reklam alıyoruz. Samsun halkı Samsunspor'a sahip çıksa her sene ligde ilk beşe oynar. Samsunspor'un stadının çevresine yapılacak olan yüzme havuzlu, oteli ve restoraniyle büyük tesis projesi var. Bu proje hayata geçtiği zaman hem sosyal yaşama hem de yaratacağı istihdam ile ekonomiye katkı sağlayacak. 🏆

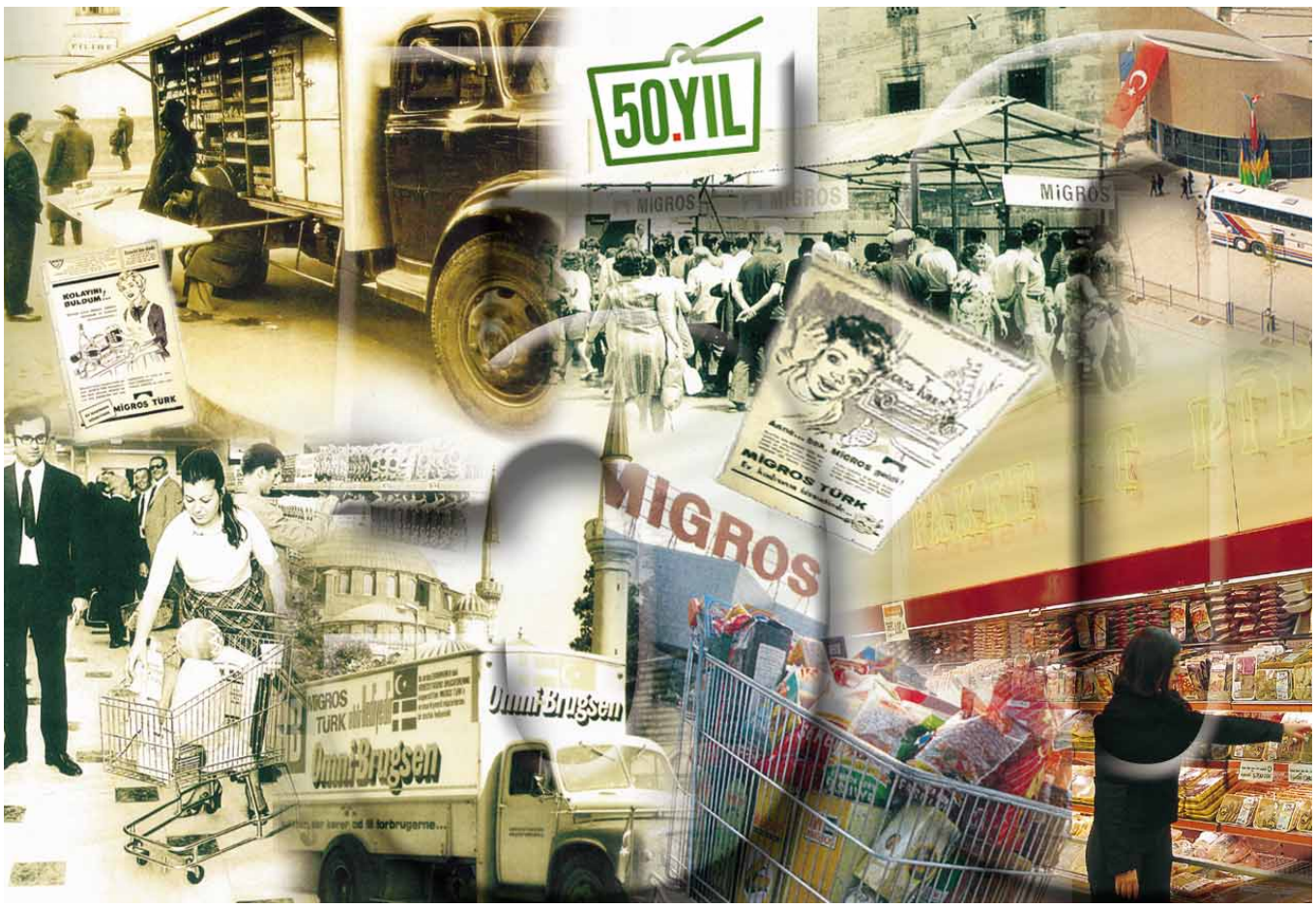
Samsun'un büyük bir limanı var. Rusya'ya ihracat bu limandan yapılıyor ve günde yedi-sekiz gemi Samsun Limanı'ndan kalkıyor. 1954 yılında bu liman yapıldıktan sonra limana ulaşmak için demiryolu inşa etmişler ve haliyle denizle Samsun arasına bir perde gerilmiş

yatırım olarak büyük şehirlere kayıyor. Bir de Samsun yeterli teşviki devletten göremedi. Yatırımcı da Samsun'u tercih etmiyor. Örneğin Çorum'da Organize Sanayi Bölgesi üçüncü alanı zorlarken Samsun daha birinci alanı dolduramadı.

Samsun denizden yeterince faydalanabiliyor mu? Ticaretin yanı sıra sosyal yaşamda denizden istifade edilebiliyor mu?

Samsun'un büyük bir limanı var. Rus-

yazlık ev var ve Samsun'da yaz sadece iki ay sürer. Yani Samsunlu yatırımını iki veya üç ay istifade edeceği lükse yapıyor. Belediye başkanımız Deniz Hatları'ndan Yalova gemisini satın aldı ve restorane haline getirildi. Limandan gemi müşterisini alacak üç saatlik bir yolculuk yapılacak. Hızlı feribot seferleri için hükümetle girişimler devam ediyor. Bu projede gerçekleşirse, denizden ulaşım da sağlanacak ve gelişecek. Sosyal ya-



Dürüst Satıcı 50 Yaşında...



Koç Holding Şeref Başkanı ve Migros Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç (solda) ile İsviçre Migros Yönetim Kurulu Başkanı Claude Hauser, 50. yıl törenini birlikte başlattı.

1954 yılında Türkiye'de modern perakende sektörünün öncülüğünü yaparak yola çıkan Migros 50 yaşında. Migros'un 50. yılı Rahmi M. Koç Müzesi'nde düzenlenen törenle kutlandı

Yıl 1954. İstanbul karaborsa ile boğuşuyor, fiyatlar tutturabildiğine, her semtte farklı fiyatlar, standart dışı ürünler yokluk ve pahalılık İstanbulluları bezdirmiş. Dönemin basını, halkın en büyük sorunu pahalılığı ve başıboş piyasayı manşet yapıyordu. İstanbul'a yoğun göç oluyor, şehir gitgide kalabalıklaşıyordu. 1940'ta 815 bin olan İstanbul'un nüfusu 1950'de 1

milyonu aşacak, '60'ta 1.9 milyon olacaktı. 1954'te yokluğu çekilen şekerin halka ulaşması için demek ve kaymakamlıklardan yardım isteniyordu. İstanbul'a verilen şeker hakkı günlük 1300 çuval toz, 310 sandık kesme şekerdi. Bakkallara ulaşan şeker nöbetle dağıtılıyordu. 1954'te şeker 157 Kuruş'a, pirinç 115 Kuruş'a, ekmek 33 Kuruş'a satılıyordu ama hiçbir yerde



fiyatlar birbirini tutmuyordu. Dönemin Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı, fiyatların kontrol hakkını belediyelere bırakıyor, belediyeler sert önlemler alarak standart getirmeye çalışınca piyasadan derhal mal çekiliyor, yokluk ve kardeş karaborsa oluşuyordu. Dönemin İstanbul Valisi ve Belediye Başkanı Ord. Prof. Dr. **Fahrettin Kerim Gökay**'ın hafızalarda yer eden ünlü sözü "Gerekirse Taksim Meydanı'nda domates satırım" bu döneme rastlıyordu. **Migros Türk** tüm bu sorunlara çözüm bulmak amacıyla kuruldu. Dönemin hükümeti İsviçre'de satış arabaları ile dağıtım ve ucuzluk sağlayan Migros'un iyi bir sistem olduğunu tespit ederek, bunun bir örneğinin Türkiye'de kurulmasını istedi. Başbakan, Ticaret Bakanı Prof. **Fethi Çelikbaş**'a görev verdi. Çelikbaş ile İstanbul Valisi ve Belediye Başkanı Fahrettin Kerim Gökay ve İstanbul Belediyesi'nin genç İktisat Müdürü **Ferruh İltter** çalışmalara başlayıp, İsviçre'ye ziyaretlerde bulundular, sistemi incelediler. İsviçre'de Migros ile ucuzluk sağlamada başarılı olan Senatör Duttweiler Türkiye'ye davet edildi. Duttweiler Türkiye'ye gelerek yetkililerle görüştü. 1954 yılında İsviçre Migros, İstanbul Belediyesi, Top-

rak Mahsulleri Ofisi, Et ve Balık Kurumu, Ziraat Bankası'nın ortaklıkları ile Migros Türk resmen kuruldu. 30 Eylül 1955'te 20 Migros satış arabası Galata Köprüsü'nden geçerek İstanbul'u selamladılar. Her semte tek fiyat ve standart ürünler götürmeye başladılar. Fiyat etiketi, son kullanma/üretim tarihi, ürün içeriği bu dönemde tüketiciler için büyük yenilikti. Bu yenilikler İstanbullulara güven verdi, Migros halk tarafından kucaklandı. İlk Migros markalı ürünler bu dönemde piyasaya çıktı. Çağdaş Türk perakende sektöründe "ilk"lerin markası Migros faaliyete geçti.

Migros, Koç Topluluğu Çatısı Altında

1974 yılında İsviçre Migros Türkiye'den ayrılmak istedi. Türk halkının ihtiyaçlarını önceden görerek yatırım yapan, halkın ihtiyaçlarını özümseyip "ilk"leri gerçekleştiren Koç Holding Kurucusu ve Şeref Başkanı merhum **Vehbi Koç**, "ilk"lerin markası Migros'u yaşatmak için hisselerin Koç tarafından devralınmasını sağladı. 1975 yılından itibaren Migros, Koç'la gelen dinamizm ile büyüme ve daha da gelişme sürecine girdi. 1980'lerde İstanbul'un nüfusu 5 milyonu aşmıştı. Migros semtlerde yeni mağazalar açıyordu; 30 mağazaya ulaşmıştı. Migros, tüketicilerin Migros'u sıkı olarak denetlemesini teşvik amacı ile ödüllü kampanyalar yapıyordu, Migros artık "Dürüst Satıcı" unvanı ile anılıyordu. İlk büyük dağıtım merkezini 1981'de Bayrampaşa'da kullanıma sokan Migros, 1980'in ikinci yarısında İstanbul'u aşarak, ilk kez İzmir'de de mağaza açtı. Migros Türk'ün 50 yıllık tarihi, Türkiye'de organize perakendenin tarihi ile eşdeğer konumda bulunuyor. Zamanın perakende gıda ticaretini düzenlemek amacıyla kurulan Migros Türk o günden bugüne sürekli bir dinamizm içinde gelişerek, Türkiye'de çağdaş mağazacılıkta bir model oldu. Tüm dünyada 50 yıldır ayakta ve lider olarak yaşamayı başaran firmalara bakıldığında, farklı sektörlerde farklı uygulamaları bulunan bu firmaların ortak özelliği dinamik olabilmeleridir. Farklılık yaratabilmeleri ve deneyimini değişim için kullanmayı sürdürebilmeleri rekabetçi avantajlarını oluşturuyor. Migros da yetişmiş insan gücü, yarım asırlık kurum kültürü, dinamik ve devrimci yapısı, geliştirmekte olduğu müşteri güveni ile 50

Bunları Biliyor musunuz?

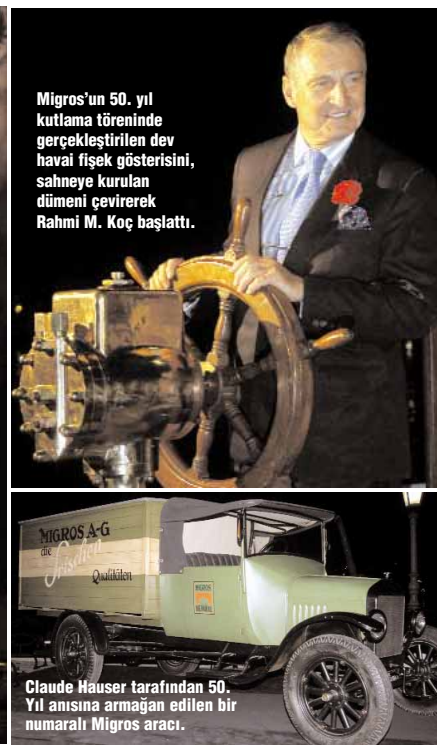
✂ Migros; Migros mağazaları, Sok'lar, Alışveriş Merkezleri, Ramstore'lar, Online Alışveriş, Bakkalım ve Toptan Satış olmak üzere yedi değişik formatta hizmet vermektedir.

✂ Migros Türk bugün itibarıyla; 180 Migros, 273 Sok; Moskova, Bakü, Sibirya, Alma-Ati, Astana, Sofya, Kazan ile toplam 36 Ramstore ve Ramstore Alışveriş Merkezi'nde; Beylikdüzü'nde, Ankara'da, Antalya'da, Gaziantep ve Ordu'da 5 Migros Alışveriş Merkezi'nde, 6 bin kişilik çalışan ordusu ile ayda 12 milyon müşteriye hizmet vermekte olup, Türkiye'de süpermarket sektörünün tartışmasız öncüsü ve lideridir. Önümüzdeki yıl açılacak olan Ramstore Makedonya, uluslararası zincirin yeni bir halkası olacak.

✂ Migros mağazaları yedi coğrafi bölgede, 38 ilde, Sok mağazaları ise beş coğrafi bölgedeki 22 ilde bulunmaktadır.

✂ Bugün 73 M, 71 MM, 33 MMM Migros mağazası, 3 hipermarket, 5 Migros Alışveriş Merkezi ve 273 Sok mağazası bulunmaktadır.

✂ Bakü'de 3 Ramstore mağazası, Rusya'da 6 Ramstore Alışveriş Merkezi ve 27 Ramstore, Kazakistan'da 1 Ramstore Alışveriş Merkezi ve 2 Ramstore'da, Bulgaristan'da 3 Ramstore olmak üzere toplam dört ülkede 36 Ramstore hizmet vermektedir.



Migros'un 50. yıl kutlama töreninde gerçekleştirilen dev havai fişek gösterisini, sahneye kurulan dümeni çevirerek Rahmi M. Koç başlattı.

Claude Hauser tarafından 50. Yıl anısına armağan edilen bir numaralı Migros aracı.

yıldır rekabetçi avantajını sürdürüyor. Migros'u 50 yıl önce 20 satış arabasından, bugün 489 mağazaya ulaştıran deneyim, gelecek için de mesajlar veriyor. Migros bugün yedi coğrafi bölgede 180 Migros, 273 Şok, Sanal Market, Kangurum, 5 Migros Alışveriş Merkezi, dört ülkede 36 Ramstore mağaza ve Ramstore Alışveriş Merkezleri ile Türk organize perakende sektörüne öncülük ediyor. Yıllar öncesinden Migros'un bugünkü resmini görebilenler, başta Türk halkının ihtiyaçlarını önceden görerek bu yolda inançla yatırım yapan merhum Vehbi Koç, Mig-

ros'un gelişmesinde büyük emeği geçen yaratıcılar, 50 yıl önce kimsenin tahayyül edemeyeceği Migros resmini çizdiler, takım çalışması ile bugünkü Migros oluştu ve yurtiçinde, ayda kasalardan geçen 12 milyon kişinin, yurtdışında pek çok ailenin hayatında yerini aldı. Migros'un gelişimi, öncülüğü, standartların yükselmesini sağlayan olumlu rekabeti ile perakende sektörünü Türk ekonomisinin lokomotifleri arasına soktu. Migros, gelecekte de "ilk"leri devam ettirmeyi sürdürecektir, kamuoyu nezdinde Koç isminden gelen itibar, 50 yıllık deneyimle oluşan güven-

le özdeşleşecek ve bu dinamizm ile anılacaktır.

Muhteşem Kutlama

Koç Holding Şeref Başkanı ve Migros Yönetim Kurulu Başkanı **Rahmi M. Koç**'un Migros'un 50. yılı nedeniyle Rahmi M. Koç Müzesi'nde verdiği davet Migros'un tarihini ve bugününü buluşturdu. Davete 1954 yılında Ticaret Bakanı olan ve Migros'un kuruluşunda önemli rol oynayan Fethi Çelikbaş, İsviçre Migros Yönetim Kurulu Başkanı Claude Hauser de katıldı. Migros gelecek 50 yıl için; İstanbul'da Türkiye'de modern perakende sektörünün öncülüğünü yaratmak için ilk yola çıktığı yerde, Eminönü Hal Binası'ndan şehre 20 satış arabasının kendilerine özgü kornaları ile dağıldığı Galata Köprüsü'nde perakende meşalesini yaktı. Türkiye'de "ilk"leri, öncülüğü, sektöre ve standartlara yenilik getiren olumlu rekabeti ile perakendeciliği Türk ekonomisinin lokomotifleri arasına sokan Migros, gelecek 50 yıl için meşalenin yanması ile yeni bir ufka açıldı. Meşalenin yakılmasının ardından Galata Köprüsü'nden Haliç'e akan ışık selleri, yapılan havai fişek gösterisi izleyenleri büyülerken, Haliç ışıltılı bir gece geçirdi. Haliç'ten üzerinde alevlerle "Migros 50. Yıl" yazısıyla geçen tekne ile gece görsel bir şölen yaşadı. 🇹🇷

Burak Tezcan



Gülçin Şeremetli (solda) ve Gülben Obuter

Gülçin Şeremetli: "Migros, Çeşme Başı Gibiydi"

Migros'la 1958 yılında Kandilli'de otururken tanıştım. Her sabah Migros arabası gelirdi. Onun kendine özgü bir müziği vardı, o müziği duyduğumuzda herkes Migros'un geldiğini anlardı. Bizim evimiz

NESİLLER BOYU MİGROS

köşedeydi ve yanımızda da bir yokuş vardı. İkinci katın arka penceresi de yolla aynı hizadaydı. Ben o zaman yeni gelindim ve kayınvalidem beni pek alışverişe göndermek istemezdi. Onun için Migros'la camdan alışveriş ederdim. Olanları alır, olmayanları ısmarlardık. Bütün komşular gelirdi; buluşulur, sohbet edilirdi. Çeşme başı gibiydi Migros. Daha sonra mağazalar açıldı. Bugün de şahsen her işimi Migros'ta hallediyordum. Ben yalnız yaşıyordum. Onun için büyük alışveriş yapmaktan kaçınıyordum. Sürekli Migros'a gidip az ve taze almayı tercih ediyordum. 46 yıldır sadece Migros'tan alışveriş yapıyorum. Buna bir tutuculuk da denebilir.

Gülben Obuter: "Migros'a Gitmek Bizim İçin Sosyal Bir Etkinlik"

Ben çocukluğumda annemin yanında alışverişe çıkardım. İlkokula gittiğim dönemlerde annemle Migros'un arabalarından alışveriş yapardık. O zamanlar herkesin kasabı, manavı ayırdı. Bugünün şartlarında ise benim için önemli olan tek bir yerden alışveriş yapabiliyor olmam. Günümüzün yaşam koşullarında alışverişe çok fazla zaman ayıramıyoruz. Benim için önemli olan tek bir yerden her şeyi temin edebilmek. Hafta sonları çocuklarla gidiyorum, orada uzun zamanımız geçiyor. Sosyal bir etkinlik oluyor bizim için.

Migros'a Hayat Verenler Konuşuyor

F. Bülend Özaydınlı / Koç Holding CEO'su, Migros Eski Genel Müdürü

Türkiye tarihinde 50 yıllık şirket ömrü oldukça uzun bir süredir. Migros, Türkiye organize perakende sektörüne öncülük etmiş, ilkleri Türk tüketicisine sunmuş, yarım asırlık yasına rağmen genç, dinamik, çağdaş bir şirkettir. Migros Türk'ün sadece Türkiye sınırları ile bağlı kalmadığını, Rusya, Kazakistan, Azerbaycan, Bulgaristan ve seneye Makedonya'daki mağazaları ile de bu ülkelerde öncülük görevini başarıyla üstlendiğini hatırlamamız gerekiyor.

Ömer Bozer / Migros Genel Müdürü

Perakende mesalesini, sektörün kurucusu ve lideri olarak, sektörü uluslararası standarda getirebilmiş olmanın verdiği haklı gurur ile bu mesaleyi, modern ve çağdaş Türkiye'nin en büyük güçlerinden birisi; Migros bütün gücünü müşterileri, tedarikçileri, çalışanları ve yatırımcıları olan paydaşlarından alıyor. Önümüzdeki yol zor bir yol, ancak 50 yıllık deneyim, paydaşlarımızla birlikte her türlü zorluğu geçebileceğimizi gösteriyor.

Hasan Yılmaz / Tüketim ve Turizm Grubu Başkanı

Çok mutluyuz, çok gururluyuz. Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede geriye doğru baktığınızda o zamanlar "benim" diyen şirketlerin bugün ortada olmadığını görüyorsunuz. Böylesine bir ortamda 50 yılı başarılı, tutarlı ve büyüyerek geçirmek bizim için bir gurur kaynağı.

Claude Hauser / İsviçre Migros Yönetim Kurulu Başkanı

Bugün geçmiş neticeler ile gelecek başarılar arasında bir köprü kulanıyor. Düttweiler'in 1925'de kurduğu bu en büyük perakende organizasyonunun tekerlekli mağazaları, İsviçre Migros'un yolunun bir göstergesi oldu. Getirdiğimiz bu hediye, İsviçre Migros'u başarıya götüren değerlerin bir sembolü. Migros Türk'ün bazı mağazalarını gezdim, son derece etkilendim. Türkiye'deki ve diğer ülkelerdeki dinamik yapıyı ve verimliliği tebrik ediyorum. Migros Türk'le ne kadar iftihar etseniz azdır.

Prof. Fethi Çelikbaş / Dönemin Ticaret Bakanı

1954 yılında Ticaret Bakanı olduğum dönemde İstanbul Belediye Başkanı ve Valisi Fahrettin Kerim Gökay'ın bir beyanatını okudum: "Hayat pahalılığı ile mücadele için gerekirse Taksim Meydanı'nda domates satacağım." Bunun üzerine İstanbul Belediyesi'ne ucuz satış için kimi mallar verdik. Fahrettin Kerim Gökay, Amerika'da bulunmuş Ferruh İler adında bir memurunu bana gönderdi. Kendisi bana İsviçre'de "pahalılıkla mücadele kralı" olarak ünlenmiş birinden bahsetti. Onu davet ettim. O da muavini Hochstrasser'i gönderdi. İsviçre'de hâlâ dağ köylerine servis yapan kamyonlarla servis yapmaya başladık.

Uğur Çatbaş / Migros Eski Genel Müdürü

1974'te Migros Koç Topluluğu'na geçtikten sonra Migros'un ilk Genel Müdürü ben olmuştum. Dolayısıyla benim dönemimde Migros bir bebektir. Bugünse yetismiş, çocuk çocuk sahibi bir delikanlı olmuştur. Bunu görmek gurur verici. İsviçreliğin temelini atmış oldukları inandırıcılık, bugün elde edilen başarının temelinde yatan en önemli unsur. Ben 15 senelik Genel Mü-

dürlük dönemimde reyollar arasında boş araba görürsem, alırım yerini götürürdüm. Bugün de Migros'a gittiğimde aynı şeyi yapıyorum.

Cengiz Solakoğlu / Koç Holding Tüketim Grubu Eski Başkanı

Benim için çok duygulu bir gün. Çocukluğumda Migros'un arabaları satış yaptığı günleri hatırlıyorum; kornanın sesi hâlâ kulaklarımda. 1990'lı yıllarda her hafta bir mağaza açışımızı, Moskova'ya, Azerbaycan'a gidişimizi de hatırlıyorum. O dönemde Türk mallarına olan itibarın düşük olduğu bir dönemde Moskova'nın en modern alışveriş merkezlerini kurduk. Migros'lular, Migros için yürekten çalıştılar, başarı da kendiliğinden geldi. Migros, Koç Topluluğu'nun 70 milyonla buluştuğu yer.

Uğur Eksioğlu / Migros Yönetim Kurulu Eski Başkanı

Çok duyguluyum. 50 yılın Koç Topluluğu'nda geçen bütün mazisini yakından biliyorum. 1977-1985 yılları arasında pek çok farklı görevde bulundum ve Migros'un bütün aktivitelerinin içinde yer aldım. Bugün de Migros'la ilişkim devam ediyor. Migros, bizim dönemimize oranla çok gelişti. Benim zamanımda "3 bin çeşit olursa çok iyi olur" denirken, bugün 30-40 bin çeşit mal var.

Tunc Uluğ / Migros Yönetim Kurulu Eski Başkanı

Su anda Koç Holding'li olmanın ve Migros üst yönetiminde görev yapmış olmanın gururunu duyuyorum. Migros özellikle son on yıl içinde çok büyük adımlar atmıştır. Bu da yöneticilerinin öngörüsü, sezgisi ve ekip çalışması sayesinde meydana gelmiştir. Migros, halkla beraber olan, halkın isteklerine cevap verebilen, halkın dilini anlayan bir şirket. Migros'un esasında dürüstlük var.

Oktay İrsıdar / Migros Eski Genel Müdürü

Ben Migros'a tam 40 yılımı verdim: 1962-2002. Migros'un büyümesi kendiliğinden geldi. Bu nedenle hep ileri baktık. Daha önce ne olduğumuzu, nerelerden geldiğimizi hiç unutmadık; ne olacağımızı daha çok düşündük. Başarının sırrı hep halka dürüst olunması. Promosyonda, fiyatta, tartıda, ambalajda hep dürüst olduk. Halk Migros'a aidiyet hissetti ve Migros'u kendi şirketi kabul etti.



Soldan sağa: F. Bülend Özaydınlı, Uğur Çatbaş, Oktay İrsıdar, Tunc Uluğ, Cengiz Solakoğlu, Uğur Eksioğlu, Prof. Fethi Çelikbaş, İsviçre Migros Yönetim Kurulu Başkanı Claude Hauser, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ile Koç Holding Seref Başkanı ve Migros Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç 50. yıl töreninde biraraya geldiler.



Deniz tutkusunu tekneyle yapacağı **dünya turuyla** taçlandırarak olan Koç Holding Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç**, yola çıktı. **Nazenin IV**'le dünyayı dolaşacak olan Rahmi M. Koç'un yolculuğu **yaklaşık iki yıl sürecek**

Koç Holding Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç**, çocukluğundan beri hayalini kurduğu tekneyle dünya turuna 19 Eylül sabahı başladı. Rahmi M. Koç'un, **Nazenin IV** adlı teknesiyle gerçekleştireceği dünya turu yaklaşık iki yıl sürecek. Bu uzun seyahate çıkmadan önce iş dünyası ve dostlarıyla farklı zaman ve mekânlarda bir araya gelen Rahmi M. Koç, 16 Eylül akşamı kendi adını taşıyan müzede bir davet verdi. İş dünyasının önemli isimlerinin katıldığı bu davetin ardından, Rahmi M. Koç, bu kez **Setur** Kalamış Marina'da dostlarıyla kuru fasulye partisinde buluştu. Dünya turu için son derece heyecanlı olduğu görülen Rahmi M. Koç'a her iki gecede de dostları pek çok armağan verdiler. Sıcak bir atmosferde gerçekleşen her iki vedanın ardından, dostları 19 Eylül sabahı Fenerbahçe Marina'da toplandılar. Kısa bir hazırlığın ardından denize açılan Nazenin IV'e 15 kadar tekne uzunca bir süre eşlik etti ve sirenlerle uğurladı.

Rahmi M. Koç, beraberindeki yedi kişiyle yapacağı seyahatte rotası gereği sürekli batıya giderek dünya turunu tamamlayacak. Doğu rüzgârlarıyla yelkenlerini şişirmeyi amaçlayan Rahmi M. Koç ve beraberindekiler, Ege ve Akdeniz'i geçtikten sonra Atlas Okyanusu'na açılacak. Kanarya Adaları'nı takiben Karayipler'e ulaşacak ve Panama Kanalı'nı geçip Galapagos Adaları üzerinden Güney Pasifik'e inecek. Orada küçük adaları dolaşmayı planlayan Rahmi M. Koç, daha sonra Yeni Zelanda ve Avustralya kıyılarına yelken açacak. Seyahatin dönüş rotasında Afrika'nın güneyinden Rio de Janeiro ve Azor Adaları'na ulaşacak olan Nazenin IV, Cebelitank'tan geçip Güney Fransa ve Yunanistan üzerinden seyahatini tamamlayacak. Tüm seyahati boyunca haberleşmeyi uydu telefonu, internet ve **www.nazenin4.com** adresindeki web sitesinden yapacak olan Rahmi M. Koç, her gün Türkiye saati ile 08.30'da Koç Ailesi'ni arayacak. 📞

NAZENİN IV'E USTA KAPTAN

Nazenin IV'ün kaptanlığını, ilk Atlantik yolculuğunda Nazenin II'nin makinisti, ikinci Atlantik yolculuğunda da Nazenin III'ün kaptanlığını yapan Joseph Katalan yapacak. Katalan'ın 150 bin deniz mili tecrübesi var. İsrail donanmasında askerlik yapan Katalan, bütün Akdeniz'i boydan boya deniz altından geçmiş.



İki yıl sürecek bir yolculukta daha çok yelkenle mi gitmeyi düşünüyorsunuz?
Teknenin yeterince ikmalî var. Atlantik'i sadece motorla geçmemiz mümkün. Ama rüzgâr yeterli olursa sadece yelken kullanmayı istiyoruz.

Rahmi Bey, "Teknedeysen patron kaptandır" demisti. Sizce de öyle mi?

Rahmi Bey'in bize gerçekten büyük saygısı var. Benim tecrübeme güveniyor. Rahmi Bey ile yaklaşık 19 yıldır birlikte çalışıyoruz. Benim doğru kararlar vereceğime güveniyor. Bu hem teknenin, hem de kendisinin güvenliği için önemli. Ama Rahmi Bey de çok iyi yelken kullanan bir insan. Çoğu zaman kararları birlikte alıyoruz.

Zorlu bir yolculuk sizi bekliyor, değil mi?
Teknenin büyük olması daha rahat bir yolculuk anlamına geliyor. Bütün yelkenler ve armalar hidrolik ve elektronik kontrollü. Mürettebatın tecrübesi de son derece fazla. Ekibin içinde birkaç sefer Atlantik'i geçmiş kişiler var.



“Forma Aşk1”

Ram Dış Ticaret'in Irak'ta yürüttüğü faaliyetlerden ve geçmişinden bahseder misiniz?

Ender Kıy: Biz **Ram Dış Ticaret Irak** ofisi olarak 1979'dan beri Irak'ta faaliyet ediyoruz. Körfez Savaşı'ndan sonra belli bir süre faaliyetlere ara verildi. 1999 yılından beri de Irak'ta ofisimiz açık ve çalışmalarımıza devam ediyoruz. 2003'teki savaştan sonraki dönemde de başka bir misyonla, **Koç Topluluğu**'nda Irak ile iş yapmak isteyen ilgili şirketlerin koordinasyon ofisi olarak işlerimize devam ediyoruz. Yatırım yapmayı düşünen Koç Topluluğu şirketlerine potansiyel ortakları bulma, yatırımlar konusunda bilgilendirme ve tabii ticari faaliyetlerde bulunma yani onların ürünlerini pazarlama gibi faaliyetlerimiz var. Savaştan sonra bu üç ana başlık altında çalışıyoruz.

Necmettin Aras: Özetlemek gerekirse Koç Topluluğu'nun Irak ihracatının bütününcü bir parçasıdır Ram Dış Ticaret.

Koç Topluluğu'nun dış ticareti deneyimli ellere teslim. **Ram Dış Ticaret**'in Irak Ülke Yöneticisi **N. Ender Kıy** ve Ülke Satış Temsilcisi **Necmettin Aras** tehlikeli şartlarda hizmet etmenin ve daha ötesi başarılı olmanın sırrını verdiler: “**Forma Aşk1.**” Sadece **ticari kaygı değil** insani kaygı güderek, Koç Topluluğu'nu **dünyanın gözlerini çevirdiği Irak'ta** en iyi şekilde temsil ediyorlar

Irak'ta özellikle savaş sonrası çetin bir ticari savaş da sürüyor. Son durum nedir?

Ender Kıy: Ülkenin petrol zengini olması, Irak'ı savaşın bitimiyle birlikte bütün dünyanın gözünü çevirdiği bir ülke haline getirdi. Ürdün, Suudi Arabistan gibi komşu ülkelerin halihazırda Irak pazarına yönelik çok ciddi faaliyetleri var. Bu dönemde sadece bölgedeki ülkeler arasında değil dünya çapında bir rekabet başladı Irak'ta. Ama malum, son altı aylık gelişmelerle beraber işin ticari avantajı bölgeyi iyi tanıyan ve risk alabilen ülkeler yararına döndü. Kültürü bilen, coğrafyayı bilen ve en önemlisi risk alabilen ülkeler arasında rekabet yaşanmaya başlandı.

Irak'ta öncelikle ilgi isteyen ve müdahale isteyen alanlar hangileri?

Necmettin Aras: Aslında öncelik halkın temel ihtiyaçlarıdır. Elektrik, haberleşme,



Ülke Satış Temsilcisi Necmettin Aras ve Ram Dış Ticaret'in Irak Ülke Yöneticisi N. Ender Kıy (sağda), Irak'taki en büyük sorunun güvenlik olduğunu belirtiyorlar.

gıda diyebiliriz, çünkü eski rejim döneminde halka gıdayı devlet alır, dağıtımını yine devlet yapardı ve fiyatlar sübvansede edilirdi. Bir anda devletin o hâkimiyeti ve dağıtım özelliği ortadan kalkınca ciddi sıkıntılar yaşandı. Günümüz itibarıyla, bahsettiğim konulara bağlı sorunların çözülmediğini görüyoruz. Örneğin Bağdat başkent olmasına rağmen günde dört defa belirli periyotlarla elektrikler kesiliyor, yaklaşık 10 saate yakın elektrik kesintisine maruz kalıyorlar.

Güvenlik anlamında yapılması gerekenler neler? Hem özel şirketlerin hem de Irak ve Türkiye devletinin sizce görevleri nelerdir?

Ender Kıy: Öncelikli konu yol güvenliği. Mallarımızı ulaştırabilmemiz lazım. Bize göre iki hükümetin çözebileceği bir konudur. Hepimizin bildiği sıkıntılar yüzünden; ki bunlar hem siyasi hem de fiziki sıkıntılar, bölgede direniş arttı. Türk ve Irak hükümetlerinin bir araya gelerek bir formül bulması gerekiyor. Bunun çok hızlı olması lazım; çünkü şu anda Bağdat'la bağlantımız tamamen kesildi. Kamyonlarımız gidemiyor. Açıkçası Türkiye'nin tek başına yapabileceği şeyler sınırlı. Özel bir şirket olarak bizim yapabileceklerimiz de sınırlı.

Koç Topluluğu'nun bölgedeki yatırımları sektörel olarak neler?

Ender Kıy: Yeni dönemde ilk girişimimizi **Koçbank**, **Migros** ve daha önceki yıllarda bayi yapısı oturmuş, pazarda önemli yeri bulunan **Arçelik** ve **Beko** ile yaptık. Özellikle beyaz eşyada çok önemli Pazar paylarına ulaşıldı. İlk başta finans, perakendecilik, gıda ve otomotiv sektörleri ile pazara girmeyi planlanmıştık. Ancak çok kısa zamanda ülkenin öncelikleri ve ihtiyaçları tamamen değişti. Herhangi bir yatırım ve girişim için şartlar, gerek güvenlik gerekse de hukuki anlamda sağlanamıyor. Söz konusu gelişmeler paralelinde planlamamızı Irak'ın değişen şartlarına göre düzenlemek zorunda kaldık.

Son olaylara bakışınız nasıl? Önlemlerinizi hangi seviyede?

Ender Kıy: Her geçen gün hareket kabiliyetimizin gittikçe daraldığını söyleyebilirim. Güvenliğimizi artırmak zorunda kaldık ve bu yüzden hareketlerimizi sınır-

mak durumundayız. Irak'ın en yakın komşuları arasında ticari anlamda en etkili Türkiye olduğu için dolaylı olarak tüm dikkatler bizlere çeviriliyor. Bu nedenle risk faktörü artıyor ve tüm bu olumsuzluklar ister istemez maliyetleri de doğru orantıda artırıyor.

Güvenlik problemleri halledildiği zaman bir pazar olarak Irak'ın ticari geleceğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Necmettin Aras: Aslında mevcut güvenlik probleminin enine boyuna incelenmesi gerekir. Haberlerde izlediğimiz, yaşadığı-



mız üzücü olaylar komşumuz Irak'a olan ticari desteğimizi kanaatimce etkilememelidir. Irak'ın acil ihtiyaçlarının acilen giderilmesi gerekir. Sevkiyatı yapan bizler çok iyi biliyoruz, eğer benzin sevkiyatı birkaç gün durdurulduğu zaman Bağdat'ta kilometrelerce benzin kuyrukları oluşuyor. Elbette ki bu durum halkı oldukça olumsuz etkiliyor ve Irak halkını karamsarlığa sürüklüyor. Ülkede istikrarın bozulması; komşusu olarak da Türkiye'yi dolaylı biçimde etkileyecektir. Aslına bakarsanız biz bir anlamda komşumuzla kurduğumuz bu ticari ilişkilerle Türkiye'nin geleceğini de ilgilendiren konulara yardımcı olduğumuza inanıyoruz.

Ender Kıy: Irak çok önemli, stratejik bir nokta. Irak 20 milyonluk nüfusu ve bölgedeki konumu ile çok büyük bir pazar. Savaşlardan dolayı 30 yıldır çivi çakılmayan bir ülke her sektör için oldukça cazip. Sahip olduğu petrol rezervlerini güvenli bir şekilde kullanıp pazara girdiği zaman, kısa sürede kendine gelebilecek kalifiye istihdam ve vizyon mevcut.

Koç Topluluğu'nun, Irak'ta ilk ofisi açan şirket olma özelliği var. Süreç nasıl gelişti?

Ender Kıy: Savaş sonrası dönemde lokal elemanlarımız vasıtası ile ülkenin genel durumu hakkında bilgiler bizlere ulaştırılıyordu. İyi haberler gelmeye başlayınca hazırlığımızı yaptık ve Türkiye Büyükelçiliği ile aynı anda Irak'a girdik. Ekibimizi topladık, eski ofisimizi tekrar faaliyet verir hale getirdik. Halihazırda ofisimiz faaliyetlerine devam etmekte.

Necmettin Aras: İlk vardığımızda ülkenin durumu çok iyi değildi ve genel bir şaşkınlık, şok vardı. Elektrik tamamen yok-

tu, sokaklar bomboştu, dükkânlar kapalıydı. O anda ticarete hemen başlamaktan ziyade daha önce iş yaptığımız insanlarla temasa geçmeye çalıştık. Aileleri ile beraber ofiste yaşıyorlardı ve bizi gördüklerindeki şaşkınlığı anlatamam.

Ender Kıy: Bizi görünce bir anda savaşın gerçekten bittiğini anladılar. Bu bahsettiğimiz insanlar savaştan önce Irak'ta çok etkili insanlardı. Aileleri ile birlikte çaresizlik içinde günlerce yaşamaya çalıştıktan sonra bizi görünce yaşadıkları şoku anlatmak gerçekten çok zor. Yeri gelmişken eklemek istiyorum, Ram Dış Ticaret'in temsil ettiği markalar çeşitli olmasına rağmen, bir firmanın karşısına oturduğunuz zaman sizi Koç olarak görüyor. Dolayısıyla biz kendimizi anlatmakta hiç zorlanmıyoruz. Koç ismi birçok kelimenin yerine geçiyor ve yerli yabancı müşterilere çok şey ifade ediyor. Bu sebeple insanlar içinde özellikle bizi görmek, zannediyorum moral kaynağı oldu. 🇹🇷

Beril Sönmez

OPET'te Hedef *Sektör Birinciliği*

Son yıllarda **büyük bir atılım** içine giren **OPET**, yurtiçinde ve yurtdışında **hızla büyüyor**. OPET'teki gelişmeleri, yurtdışı yatırımlarını ve **akaryakıt sektörünü**, OPET Genel Müdürü **Yavuz Erkut** ile konuştuk

Enerji sektörünün genelinde olduğu gibi akaryakıt sektörü de hareketli bir yıl geçirdi. Bu yılı değerlendirir misiniz?

Akaryakıt sektörü için önemli bir yıldır. Petrol Piyasası Düzenleme Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile 2005 yılında serbest piyasa koşullarına geçilmesi, akaryakıt sektöründe fiyatlandırma, ithalat ve ihracatın serbestleşmesini sağlayarak rekabetçi bir ortam yaratacaktır. Ocak 2005'e kadar, mevzuat gereği yurtiçindeki akaryakıt ikmalinin %60'ının yurtiçi rafinerilerinden sağlanması gerekmektedir. Bu tarihten sonra ise piyasa tamamen serbest piyasa şartlarına göre oluşacaktır. Geçtiğimiz dönemde rafinerilerin özelleştirmesi için ihale yapıldı. Ancak ihale sonuçlandırılmadı. Öte yandan Ataş Rafinerisi kapandı. Mevcut durumda Türkiye'nin rafineri kapasitesinin %100'ü Tüpraş tarafından sağlanır oldu. 2004, akaryakıt sektörü açısından olumlu bir yıl olmakta. 2001 yılında daralan tüketimin 2004 yılına gelindiğinde kendini toparladığını gördük. OPET açısından da 2004 önemli bir yıl. Özellikle 2002 sonunda Koç Enerji Grubu'yla gerçekleştirilen or-

taklık ile güç birliği oluşturuldu. Bunun sonunda yurtiçi ve yurtdışında önemli hedefler konuldu. 2004 yılında bu hedeflere ulaşmak için önemli adımlar atıldı. Öncelikli iki hedefimiz var. Birincisi hizmet ve ürün kalitesi ile tüketicinin birinci tercihi olmak; ikincisi de yurtdışında Türkiye merkezli bir akaryakıt dağıtım şirketi olmak. Sosyal projelerimiz çerçevesinde Türkiye'nin önemli problemlerine el attık. Toplumumuzdan büyük destek alan "Temiz Tuvalet" kam-

panyası uluslararası platformda da ödül kazandı. Bu yıl başladığımız "Yeşil Yol" projesi kapsamında istasyonlarımızın peyzaj düzenlemesi ve çevresinin ağaçlandırılması sürüyor. Ürün kalitesini artırmak, Türk tüketicisini layık olduğu kaliteli ürün ile tanıştırmak amacıyla Mart ayında "Full Force 98 Oktan Kurşunsuz Benzin"i piyasaya sunduk. Fiyatlandırması tanımlanmaya kadar olan dönemde fiyat farkı OPET tarafından karşılanarak, tüketiciye pompada 95 oktan fiyatı



ile satış yapıldı. Diğer yandan Aygaz ile birlikte Bulgaristan'da OPET-Aygaz Bulgaria kuruldu. Böylece ikinci hedefimiz için de önemli bir adım atmış olduk. Şu an Bulgaristan'da altı istasyonumuz faaliyette ve yedinci istasyon kurulmak üzere. Eylül ayında piyasaya bir yeni ürün daha sunduk: "Ultra Euro Diesel." Kü-kürt oranı çok düşük olan çevreci bir motorin. Son teknoloji dizel aracı olanlar bu ürünü kullanmak zorundalar.

Akaryakıt sektöründe karşılaşılan en temel sorun nedir?

Kaçak akaryakıt. Mevcut mevzuatla çok değişik birimler için içinde. Dolayısıyla tam bir koordinasyon, tam bir yaptırım gelmiyor. Cezalar yetersiz kalıyor. Akaryakıtın pompa fiyatının %70'i vergi. Kaçak yakıt sisteme girdiğinde üzerindeki %70 vergi farkı ile haksız rekabete neden oluyor. Hem devlet büyük vergi kaybına uğruyor, hem de tüketici bozuk kalite nedeniyle mağdur oluyor. Kontrolsüz bir yakıt olduğu için kalitesi göz ardı ediliyor. Ama yeni kanunla yaptırımlar çok daha ağır olacak. Hem maddi hem de yasaklama anlamında cezalar var. Men-şei ispatlanamayan yakıt tespit edildiğinde doğrudan lisans iptali söz konusu olacak. Kanunda lisans verme tek bir merciden olduğu için doğrudan istasyon ka-



rumundayız. Bulgaristan'ın biraz daha olgunlaşması, beklentilerimize cevap verdiğinin ya da vermediğinin görülmesi lazım. Hedefimiz %10'luk bir pazar payı. Beş yıl içinde bu pazar payını yakalamayı hedefliyoruz. Dolayısıyla bu dönem içinde 50-60 istasyona kadar çıkabiliriz.

OPET ile Koç'un birleşmesinden sonra neler değişti?

Koç Topluluğu'nda sektörünün lider firmaları var. Sinerji oldukça genişledi. Birçok firmayla, onların bayileriyle doğru-

büyütmeniz lazım. Planlarımıza göre beş yıllık dönem sonunda %19 pazar payı ile pazar ikinciliği yakalanacaktır. Bu aradaki beş puanlık fark yaklaşık 150-200 milyon Dolar'lık yatırım demek. Dolayısıyla her sene istasyon sayısı 50-60 gibi artıyor ama standardı yakalamak için standartlara uymayan istasyonlar da bir yandan kapatılıyor. Sayıya baktığınız zaman sanki çok hızlı artırmıyormuş gibi gözüküyor ama satış potansiyeli yüksek istasyonların devreye girmesiyle pazar payımız artıyor.

OPET açısından reklam ve tanıtım kampanyaları çok önemli değil mi?

Kesinlikle. Özellikle Tarkan'ın ortaklık döneminde çıkmış olması belli bir çerçevede örtüştü. Tarkan uluslararası bir yıldız, OPET de Türkiye'nin parlayan yıldızı. Her iki taraf da sanırım geldiği noktadan mutlu. Bu reklam filminin ürünün ve OPET'in tanıtılmasında büyük rolü oldu. Umarım yeni ürünümüzde de aynı etki olur.

Tüketicilerin OPET markasına ve ürünlerine tepkisi nasıl?

Çok olumlu tepkiler alıyoruz. Bizim yaklaşık 2500 fahri müfettişimiz var tüketiciler arasında. Gönüllü olarak istasyonlarımızı denetliyorlar ve raporluyorlar. Tamamen amatör ruhla yapılan bir çalışma. Onların desteği ve yaklaşık 12 adet hizmet geliştirme aracımız, sekiz adet ürün kalite kontrol aracımız ile müşterilerimize en iyiyi sunmaya çalışıyoruz ve bunun da sonuçlarını alıyoruz. 🌟

2002'de **beş yıllık planda** pazar **ikinciliği** hedeflenmişti. On yıllık planda **pazar birinciliğini** hedefliyoruz. Şu anda **%12'lik** bir pazar payımız var. **Pazar payınızı artırmak için istasyonlarınızı** belli bir program çerçevesinde **büyütmeniz** lazım

patmalara, üç yıllık hapis cezalarına varan uygulamalar var. Tabii ki kanunun yanı sıra uygulanması da çok önemli bir faktör.

OPET hem yurtiçinde hem de yurtdışında büyük uluslararası petrol devleriyle rekabet halinde. OPET'in bu anlamda stratejileri neler?

Bulgaristan, AB ülkelerine bir giriş amacıyla seçildi. Piyasanın şartları da dikkate alındığında yurtiçinde olduğu gibi rekabet söz konusu. Büyük bir sorun ile karşılaşacağımızı sanmıyoruz. Bulgaristan'da dikkatli ve seçici davranmak du-

dan iş yapıyoruz. Hatta OPET'in bayi yapısına kadar bir değişim söz konusu. Koç Topluluğu'yla birlikte güçlü bayiler de bize katıldı. Ortaklık bünyesinde kaynağı belli bir noktada ayrılmış bir yatırım programı var. Bu bize yatırımlarda daha emin adımlarla ilerleme imkânı sağlıyor.

Hedeflenen bayi sayısı nedir?

Pazar payına bağlı. 2002'de beş yıllık planda pazar ikinciliği hedeflenmişti. On yıllık planda pazar birinciliğini hedefliyoruz. Şu anda %12'lik bir pazar payımız var. Pazar payınızı artırmak için istasyonlarınızı belli bir program çerçevesinde

Koçbank Genel Müdür Yardımcısı Semih Bilgin:

“Koçbank İsmi Yabancı Piyasalarda Daha da Kuvvetlendi”

Koçbank geçtiğimiz günlerde çok önemli bir anlaşmaya imza atarak, uluslararası piyasalardan **325 milyon Dolar** tutarında finansman sağladı. Koçbank Genel Müdür Yardımcısı **Semih Bilgin**, Koçbank’ın temin ettiği bu **kredi** ile ilgili sorularımızı yanıtladı

Geçtiğimiz ay gazetelerde Koçbank’ın 325 milyon Dolar’lık sendikasyon kredisi temin ettiğinin haberlerini okuduk. Bu konuda bilgi verebilir misiniz?

Koçbank Ağustos ayında uluslararası mali piyasalardan 325 milyon ABD Doları tutarında, bir yıl vadeli sendikasyon kredisi temin etti. Bu krediye 23 ülkeden toplam 45 banka katıldı. İhracatçılara kullanılacak bu kredi, şimdiye kadar Koçbank’ın sağladığı krediler arasında en yüksek tutarlı olanı. Fiyatlama açısından da üç büyük banka ile birlikte 2004 yılı içinde en düşük maliyetli borçlanmayı sağlayan dört banka arasında yer aldık. Libor+%0.55 faizli kredi, diğer tüm masraflarla birlikte her şey içinde Libor+140 baz puanla sağlanmış oldu.

Sendikasyon kredilerinin ne anlama geldiğini diğer borçlanmalardan farkının ne olduğunu anlatabilir misiniz?

Sendikasyon kredileri, borçlunun tek bir banka yerine çok sayıda bankadan oluşmuş bir konsorsiyum ile mutabık kaldığı tek bir dokümantasyonun imzalandığı ve teminat içermeyen kredilerdir.

Sendikasyon kredilerinin bankalar için önemi nedir?

Sendikasyon kredileri Türk bankaları



için oldukça önemlidir. Bankaların mevduatları dışında bilançolarının pasifinde yer alan önemli bir kaynaktır. Bu kaynak, mevduatlardan daha ucuz maliyetlidir. Özellikle Türkiye gibi mevduatların

ortalama vadelerinin üç ay gibi kısa olduğu bir ülkede, bir yıl vadeli sendikasyonlar, bankaların verdikleri krediler ile kaynakları arasındaki vade uyumsuzluğunu kısmen gidermesi açısından da



önem arz eder. Ayrıca sadece 2004 yılında bankaların sağlamış olduğu sendikasyon kredileri yoluyla ülkeye giren ve kredi olarak kullandırılan toplam tutarın bu sene 5 milyar Dolar'a ulaşacağı göz önüne alınırsa bu kredilerin önemi daha da vurgulanabilir. Bu rakam 2000 yılında 6.2 milyar Dolar'ı bulmuş, daha sonraki kriz ortamlarında düşmüştü.

Bu, Koçbank'ın temin ettiği ilk kredi değildi. Koçbank'ın geçmişte temin ettiği sendikasyon kredileri hakkında bilgi verirsiniz?

Koçbank yılda iki kez sendikasyon kredisi temin ediyor. Bu senenin ikinci kredisinin çalışmalarına şimdiden başladık. 2004 yılı içerisinde yaklaşık 550-600 milyon Dolar tutarında sendikasyon kredisi temin etmiş olacağız. Koçbank'ın 2000 yılından bu yana temin ettiği sendikasyon kredilerinin toplamı yıl sonunda 2 milyar Dolar seviyesine ulaşacak.

Sendikasyon kredileri dışında bankaların yurtdışından borçlanma yöntemleri nedir?

Sendikasyon kredilerinden ayrı olarak Türk bankalarının yurtdışından temin edilen diğer bir kredi türü de "seküritizasyon kredileri"dir. Bu tip krediler bankaların yurtdışı alacaklarının temlik suretiyle teminatlandırıldığı için ülke riskinin dışında değerlendirilebilmekte, bu yüzden de 7-8 yıl vadeye kadar çıkabil-

mektedir. 2000 öncesinde yapılabilen daha sonra krizler sebebiyle mümkün olmayan yurtdışına uzun vadeli bono ihraçları 2005'ten itibaren tekrar alternatif borçlanma yöntemi olarak görülmeye başlanacaktır. Bu yöntem teminatsız bir borçlanma olduğu için borçlanan bankanın kredibilitesinin dışında Türkiye'nin ülke riskindeki değişimlerle çok yakından ilgilidir.

İmza törenini bu sene Türkiye'de Rahmi M. Koç Müzesi'nde yaptınız. Nasıl geçti?

Genelde imza törenleri, katılımcı bankalarının birçoğunun ofisleri Londra'da olduğu için oradaki bir otelde yapılır. Bu sene mevsimin yaz olmasını da fırsat bilerek İstanbul'da yaptık. İstanbul'da da diğer Türk bankalarınınkinden farklı olması için Topluluğumuza ait olan bir mekânda yapmak istedik. **Rahmi M. Koç Müzesi** bu anlamda çok doğru bir seçim oldu. Katılımcıların büyük beğenisini kazandı. Önce müzede kısa bir tur yaptık. Daha sonra **Erdoğan Gönül Salonu**'nda sergilenen arabaların arasına yerleştirdiğimiz masalarda imza töreninin formal kısmını gerçekleştirdik. İmza töreninden sonra Haliç'te saltanat kayıkları ile bir tur düzenleyip akşam yemeğini Halat Restaurant'da verdik. Daha sonra katılımcılara bu gecenin anısına fotoğraf yollamak yerine, organizasyondan özet görüntüler içeren birer CD yolladık. As-

lında imza törenini ilk defa Türkiye'de düzenleyen Türk bankası yine Koçbank olmuştur. 1997 yılındaki sendikasyon imza törenini Antalya'da **Talya Oteli**'nde gerçekleştirmiştik ve o da çok beğeni toplamıştı.

2005 yılında Koçbank'ın borçlanma programı nedir?

2005 yılında sendikasyon kredilerimiz devam edecek. İki yeni sendikasyon kredisi daha temin edilmesi planlanıyor. Ayrıca 2000 yılında gerçekleştirdiğimiz seküritizasyon işlemimiz bu sene sona erdi. Bunun yerine önümüzdeki sene bir veya iki adet uzun vadeli seküritizasyon yoluyla borçlanmamız olacak. 2005 yılını yurtdışına uygun fiyatlarla bono ihraç etmek için henüz erken görüyoruz. Yapılabilir ancak maliyeti yüksek olur diye düşünüyoruz.

Koçbank'ın uluslararası mali piyasalardaki imajı nedir?

Koçbank uluslararası mali piyasalarda oldukça kuvvetli bir isme sahip. Ancak hem halka açık olmadığımız için hem de yurtdışı sermaye piyasalarından borçlanma yapmadığımız için isim bilinirliğimiz, sermaye piyasalarında mali piyasalardaki kadar kuvvetli değil. Yabancı piyasalarda Koçbank ismi zaten kuvvetliydi, şimdi bu isme UCI ortaklığı da eklenince daha da kuvvetli olduk. 🌐

Her Eve *Dört Arçelik*

Capital dergisi tarafından yapılan ve farklı ürün kategorilerinde hanelere girme oranlarını ortaya koyan araştırmada Arçelik zirveye çıktı. Araştırmaya göre 16 milyon hanede Arçelik'e ait 60 milyon adet civarında ürün bulunuyor

Markanın değeri günümüzde şirketler tarafından fazlasıyla anlaşılmış durumda. Starteçiler, planlar, reklamlar hep "markalar savaşı"nı kazanmak üzerine kurulu. Bu nedenle markalar, hanelere adım atmanın yolunu bulmak için büyük çaba sarf ediyor. Hanelerde ürün bulundurma konusunda yüksek orana sahip firmalar, sektörünün de doğal lideri oluyor. Marka tanınırlığı konusunda son 10 yılın lideri olan **Arçelik**, haneye girme alanında da büyük bir başarı elde etti. Türkiye'de yapılan markaların tanınırlığı ko-

nusundaki araştırmaların zirvesinde yıllardır oturan Arçelik'in bu başarısı, Arçelik'in sadece ilk akla gelen marka olmadığını, aynı zamanda da evlere en çok giren marka olduğunu ortaya koyuyor. **Capital** dergisi tarafından yapılan araştırmaya göre, şu anda 16 milyon hanede Arçelik'e ait 60 milyon adet civarında ürün bulunuyor. Bu da yaklaşık olarak her evde dört Arçelik ürünü olduğu anlamına geliyor. Şirket, buzdolabında, bazı hanelerde birden fazla soğutucu olması nedeniyle %100'ün üzerinde bir penet-

rasyona sahip. Çamaşır makinesinde bu oran %90 iken, bulaşık makinesinde %25 düzeyinde. Penetrasyon konusunda bir diğer lider firma ise **Aygaz**. Yaklaşık 50 firmanın faaliyet gösterdiği sektörde "hane gücünde" ilk sırayı Aygaz alıyor. Geçen yıl 39 milyon adedi aşan satış rakamına ulaşan Aygaz'ın toplam beş milyon evde ürünü olduğu biliniyor. Bu da Türkiye'de her 10 evden üçünde Aygaz olduğu anlamına geliyor. Hane Tüketim Paneli (HTP) tarafından yürütülen araştırmada lider durumdaki bir diğer **Koç Topluluğu** şirketi de **Tat**. Şirket, konserve, ketçap ve salçada lider durumda bulunuyor. Tat, toplamda %60 penetrasyon oranı olan salçada %19'la, toplam penetrasyon oranı %50 olan ketçapta %19 ve %31 penetrasyon oranı olan konserve de %12 ile lider durumda. 🍷

Türk Otomobil Tarihinde *"Hayalden Gerçeğe"*

Türk otomotiv sanayiinin 50 yılı, düzenlenen bir sergiyle otomobilseverlerle buluşuyor. Otomotiv Sanayii Derneği tarafından düzenlenen ve "Hayalden Gerçeğe" adı verilen sergi Rahmi M. Koç Müzesi'nde gezilebilir

Rahmi M. Koç Müzesi, 7 Ekim tarihinde başlayan "Hayalden Gerçeğe" projesi ile "Türk Otomobil Sanayiinin 50 Yılı" konulu sergiye ev sahipliği yapıyor. 1954 yılında Tuzla Jeep Fabrikası'nın kurulmasıyla başlayan bu etkileyici yolculuk, Otomotiv Sanayii Derneği ve bu sektör-

de önemli yerleri bulunan Ford Otosan, Oyak-Renault, Tofaş, Toyota, Honda ve Karsan'ın katkılarıyla Rahmi M. Koç Müzesi'nde otomobil severlerle buluşuyor. Türkiye'nin endüstri ve ulaşım tarihine adanmış ilk ve tek sanayi müzesi olan Rahmi M. Koç Müzesi bu önemli sergiye, 7 Ekim-7 Kasım tarihleri arasında **Erdoğan Gönül Galerisi**'nde ev sahipliği yapıyor. Bizi tarihimize içinde keyifli bir yol-

culuğa çıkaran ve tarihi yansıtan görsel malzemelerle zenginleştirilen sergi, önemli otomobillerle onların orijinal yedek parça ve aksesuarlarından oluşacak. Nostaljik otomobil reklamları, gazete ilanları, eski plakalar, otomobillere yazılan yazılar, eski otomobil yarışlarından fotoğraflar, kupalar, madalyalar ise sergide görme şansını bulacağınız ilginç objektiflerden sadece birkaçı. 🍷



TÜRK OTOMOBİLİYLE 50 YIL



Üniversite ve Meslek Liselerinde Okuyan Öğrencilere Burs Veriyor

Vehbi Koç Vakfı' nın her yıl Bizden Haberler Dergisi aracılığı ile Topluluğumuz elemanlarının yükseköğrenim yapan ve meslek liselerinde okuyan başarılı çocuklarına vermekte olduğu burs programına 2004-2005 eğitim öğretim yılında da devam edilmektedir. Burs, kontenjanımızı aşan miktarda talep olduğu takdirde istekliler arasında yapılacak seçim sonucunda yükseköğretim ve meslek liselerinde (ticari, teknik) okuyan öğrencilere tahsis edilecektir.

Sosyal ve kültürel yardım amacına dönük bir kuruluş olan Vehbi Koç Vakfı'nın Koç Topluluğu mensubu çocuklarına vermekte olduğu burslar için gerekli gördüğü koşullar şunlardır :

1. Burs adayı üniversite, yüksekokul veya meslek lisesi (ticari, teknik) öğrencisi olmalıdır. Açıköğretim ve ikincil öğretim öğrencileri bu burslardan yararlanamaz.
2. Öğrenci anne ve/veya babası Koç Topluluğu'na bağlı bir kuruluştadır.
3. Üniversiteye yeni giren öğrenciler üniversite giriş sınav sonuç belgelerinin fotokopileri ve kayıt yaptırdıklarına dair belgeleri, üniversitede okuyanlar ise son ders yılı içinde aldıkları notları belgeleyerek başarı durumlarını kanıtlamalıdır. Meslek Lisesi (ticari, teknik) öğrencileri bir önceki ders yılına ait notları ve sınıfı geçtiklerine dair okuldan alacakları yazıyı Bilgi Formu'na eklemelidir.
4. Öğrenci öğrenimine ara vermemiş, sınıf kaybetmemiş olmalıdır.
5. Öğrenci ailesinin 2004 yılı net geliri **12.500.000.000 TL**.'nin altında bulunmalıdır. Net gelirin hesabında 2004 yılı sonunda tahakkuk etmesi muhtemel her türlü ikramiye, prim, sosyal yardım ve ailenin diğer gelirleri de dikkate alınmalıdır.
6. Öğrenci, kamusal veya özel bir kuruluşun burs veya kredisinden yararlanmamış olmalıdır.

Bu koşullara uygun burs isteyen öğrencilerin, yayınladığımız "Burs İçin Bilgi" formunu doldurup, gerekli belgeleri ve vesikalık fotoğraflarını da ekleyerek ilgili Koç Topluluğu kurumunun İnsan Kaynakları bölümüne teslim etmeleri gerekmektedir.

Kurum; verilen bilgilerin doğruluğunu kontrol edip imzaladıktan sonra, formu ve ilgili belgeleri en geç **28 Ekim 2004** tarihine kadar **Vehbi Koç Vakfı Nakkaştepe Azizbey Sok. No:1 34674 Kuzguncuk/İSTANBUL** adresine göndermelidir. Bu tarihten sonraki başvurular dikkate alınmayacaktır. Burs tahsis edilecek öğrencilerin adları **Bizden Haberler Dergisi'** nde ilan edilecektir. Bu burslar karşılıksız olup mecburi hizmeti ve bir yükümlülüğü yoktur.

2004-2005 dönemi için üniversite öğrencilerine bursları aylık 180.000.000 TL, meslek lisesi öğrencilerine aylık 72.000.000 TL (2 ay yaz tatili hariç, on ay üzerinden) verilecektir.

Halen burs almakta olan öğrencilerin bu formu dikkate almamaları rica olunur.

Burs Bilgi Formu

(2004-2005)

Öğrencinin adı soyadı :
Veli (baba veya anne) adı soyadı :
Baba veya annesinin çalıştığı şirket :
Doğum tarihi ve yeri :
Daimi adresi varsa telefon numarası :



ÖĞRENİM DURUMU (Üniversite öğrencileri dolduracak)	ÖĞRENİM DURUMU (Meslek Lisesi öğrencileri dolduracak)	GELİR DURUMU
Bitirdiği Lise :.....	Okuduğu Okul :.....	Aile reisinin yıllık geliri NET:.....
Derecesi :.....		Ailede başka çalışan varsa yıllık geliri:.....
Üniversite giriş puanı:.....		Ailenin ek geliri varsa miktarı:.....
Halen okuduğu üniversite ve fakültesi:.....	Sınıfı :.....	Ailenin toplam geliri NET:.....
.....	Okula başladığı ders yılı :.....	Fert sayısı:.....
.....	Geçen yılki not ortalaması:.....	Ailenin kira verip vermediği/veriyorsa miktarı:.....
.....		
Sınıfı:.....		

Bu formdaki bilgilerin doğru olduğunu beyan ederiz.

- Bu burslardan yararlanmak isteyen öğrencilerin başka hiçbir yerden burs yada kredi almamış olmaları gereklidir.
- Şirket yetkilisinin şirket kayıtlarını kontrol ederek öğrenci velisinin yıllık net gelirini tasdik etmesi gerekmektedir.
- 2004 yılı gelirinin hesabında (bu miktar 12.500.000.000 TL'yi geçemez) maaş, her türlü ikramiye, prim, sosyal yardım ve ailenin diğer gelirleri de dikkate alınmalıdır.

ÖĞRENCİNİN İMZASI

ŞİRKET KAŞESİ VE
YETKİLİNİN TASDİKİ

KOÇ TOPLULUĞU MENSUBU
VELİNİN İMZASI

Şirket yetkilisinin görüşleri:.....
.....
.....
.....

At

SEKTÖREL VİZYON

EKİM 2004

SAYI 319

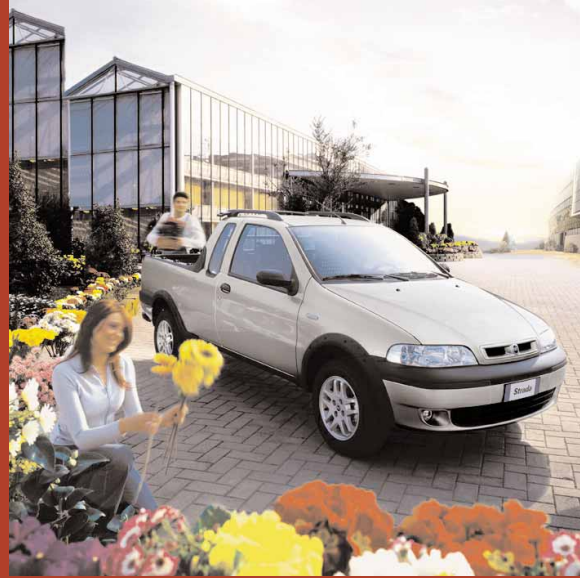
OTOMOTİV

Fiat, Strada ile Pick-up Pazarında

Fiat'ın uzun zamandır merakla beklenen pick-up modeli **Strada** Türkiye yollarına çıktı. Strada, Fiat'ın Türkiye'de piyasaya çıkaracağı ilk pick-up modeli olma özelliğini taşıyor. Satışa sunulmadan önceki yol testlerini başarıyla tamamlayan Strada, böylece Fiat'ın Türkiye'de satışa sunulan **Ducato**, **Doblò** ve **Palio Van** versiyonlarından sonra ticari ürün gamını tamamlayan yeni bir modeli oluyor.

Fiat'ın küçük pick-up'ı, rakiplerine göre hem fiyatıyla hem de fonksiyonelliğiyle avantaj sağlıyor. Doblò'da da kullanılmakta olan 1.2 lt. benzinli ve 1.9 lt. dizel motor versiyonlarına sahip Fiat Strada, kullanıcısına ekonomik fayda da sağlıyor.

Strada, Türkiye'de standart ve uzun kabinli olmak üzere iki farklı seçenekle pazara sunuluyor: Uzun kabinli versiyonda, sürücü koltuğunun arkasında bulunan 30 cm derinliğindeki kapalı alana çanta ve eşyalar konulabiliyor. Ön tasarımı ve B sütununa kadar ailesinin diğer fertleriyle aynı hatlara sahip olan Strada, 4.4 metre uzunluğunda. İki donanım seviyesi bulunan araçlar metalik renk farkı alınmaksızın beyaz, çelik grisi ve barok kırmızı renkleriyle satışa sunulacak.



Iveco'dan İzmir Fuarı'nda Boy Gösterisi

Iveco, bu yıl 73.'sü düzenlenen İzmir Enternasyonal Fuarı'na katıldı. Fuar alanındaki

standında hafif, orta ve ağır segmentteki araçlarını sergileyen Iveco, boy gösterisi

yaptı. Koç Holding Diğer Otomotiv Grubu Başkanı **Selçuk Gezdur**'un da ziyaret ettiği Iveco standında müşterilere, bayilere ve basına yönelik bir tanıtım kokteyli düzenlendi. Kokteyle, Otoyol Pazarlama Genel Müdürü **Cengiz Nayır**, Genel Müdür Yardımcısı **Ömer Bursalıoğlu**'nun yanı sıra Iveco İzmir Bayii Musal Otomotiv, Birmot İzmir ve Oto İzmir ile

400'e yakın davetli katıldı. Fuarda Daily Minibüs, hafif yük taşımacılığında üstün özelliklere sahip Daily Van ve Daily Şasi, farklı ihtiyaçlara yönelik yeni opsiyonları ile Eurobus midibüs, ağır vasıta grubunda geçtiğimiz yıl Avrupa'da yılın kamyonu seçilen Stralis Active Time'in Lux modeli ile Iveco'nun yakıt ekonomisinde lider kamyonu 80.12 yer aldı.

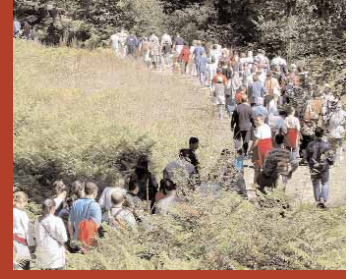




Otokar, İlkyardıma Hazır

55 Otokar çalışanı temel ilkyardım eğitimini başarı ile tamamlayarak sertifikalarını aldı. Zenkar İlkyardım Merkezi tarafından Otokar Adapazarı fabrikasında verilen eğitime 55 Otokar çalışanı katıldı. 3-13 Ağustos 2004 tarihleri arasında düzenlenen eğitimde

katılımcılar dört gruba ayrılarak 16 saatlik uygulamalı ders aldılar. Eğitim kapsamında Otokar çalışanları olay yerinden yaralıların süratle uzaklaştırılması, araç içinden yaralı çıkarılması gibi birçok hayati konuda bilgilendirildiler.



Otokar Ailesi'nde Yaza Veda

Yaz mevsiminin son günlerini yaşarken Otokar çalışanları, aileleri ile birlikte yaptıkları doğa yürüyüşünde hem stres attılar, hem spor yaptılar. Otokar Ailesi, Sülüklügöl'ün eşsiz güzellikteki doğasında keyifli bir yürüyüş gerçekleştirdiler. Maceralı geçen doğa yürüyüşünde Otokarlılar, her zaman olduğu gibi yine zorluklara karşı birlikte mücadele etme ve başarıya ruhunu sergileyerek, engellerle dolu parkuru aştılar. Hep birlikte yenen öğle yemeği ile yorgunluğunu atan Otokarlılar, dinlenme alanında yapılan yarışmalar ile günü neşe içinde tamamladılar.

Otokar, Yeni Modelleriyle İzmir Fuarı'ndaydı

Otokar, bu yıl 73.'sü düzenlenen İzmir Enternasyonal Fuarı'na ticari araç ürün gamında yer alan Sultan küçük otobüsleri ve M-2000 minibüsleri ile katıldı. Tasarım-

dan üretime tamamen Otokar'ın imzasını taşıyan küçük otobüs ve minibüslerle Otokar, Türk tasarımının, Türk mühendisliğinin gücünü bir kez daha sergiledi.

Otokar, küçük otobüs alanında, pazara ilk sunulduğu günden bu yana yoğun ilgi gören Sultan'ın 2005 modelleri ile fuara katıldı. Fuarda Sultan VIP, Sultan 145S ve Sultan 125L



olmak üzere üç model küçük otobüs sergilendi.

Otokar, İzmir Enternasyonal Fuarı'nda esas sürprizi minibüsteki yeni özel serisi M-2000 Sport ile yaptı. Türkiye'nin bütün büyük şehirlerinde yıllardan beri toplu taşımacılığın omurgasını oluşturan M-2000 minibüslerinin özel serisi M-2000 Sport, farklı olmak isteyen ve otomotivde son modayı takip eden minibüsçüler için tasarlandı.

Birmot Gebze'de

Birmot, 12. temsilciliği olan Gebze Temsilciliği ile müşterilerine hizmet vermeye başladı. Birmot Gebze Temsilciliği, Gebze'de 2220 m² kapalı alanda Fiat, Iveco ve Alfa Romeo araçlarının satış,

teknik servis ve yedek parça hizmetlerini verecek. Müşterilerinin, çalışanlarının ve hissedarlarının güvenine layık olmayı en önemli iş hedefi sayan Birmot, Türkiye otomotiv sektörüne getirdiği "Öncelik Sizin" anlayışı ile müşterilerine "Geçiş Üstünlüğü", "Servis Üstünlüğü" ve "Keyif Üstünlüğü" ayrıcalığını sunarak üç yıl gibi kısa bir zamanda sektörün örnek şirketleri arasında ilk sıradaki yerini aldı.



TT Serisi Tarlada



New Holland Trakmak, geleneksel hale gelen "New Holland Trakmak Tarla Tatbikatları ve Servis Günleri" etkinlikleriyle TT Serisi traktörleri Türk çiftçisi ile buluşturdu. Sivas ile başlayan, Karadeniz, Güneydoğu Anado-

lu ve Doğu Anadolu bölgelerinde toplam 17 ilde, dört etap olarak gerçekleştirilen "TT Serisi Tarla Tatbikatları ve Servis Günleri" Diyarbakır'da tamamlandı. "TT Serisi Tarla Tatbikatları ve Servis Günleri"nde çiftçiler traktörleri inceleme, test sürüşü yapma ve teknik bilgi alma imkânı buldular. Etkinlikler sırasında, çiftçiler traktörleri çok beğendiklerini ve etkinlikleri çok faydalı bulduklarını ifade ettiler.

Birmot'tan Servis Günleri

Birmot, 15 Eylül-15 Ekim tarihleri arasında Koçbank Kredi Kartı sahiplerine, tüm servislerinde, aksesuarda, mekanik bakım ve onarım hizmetlerinde beş taksit avantajı sunan özel bir kampanya başlattı. Koçbank kredi kartı sahipleri, Birmot servislerinde, servis, yedek parça ve işçiliğe verilen bir yıl ve her marka araca uygulanan boya hizmetine verilen üç yıl garanti uygulamasından da faydalanabilecekler.

Otoyol Oyuncuları “ve Perde” Dedi

Otoyol'da kültürel paylaşım, fabrikada çalışanlara ve topluma duyarlılığın ve çalışanlar arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi gibi amaçlarla 2003'ün Nisan ayında başlatılan tiyatro çalışmaları meyvesini verdi. Otoyol Tiyatro Topluluğu 17 Eylül 2004 tarihinde saat 19.30'da AFA Kültür Merkezi'nde Moliere'in “Kibarlık Budalası” adlı

oyununu sergiledi. Fabrika üst yönetiminin de katılımı ile geçen gecede, oyuncular uzun süre ve ayakta alkışlandılar. Oltukça yoğun bir program

gerektiren Tiyatro çalışmalarının özveri ile gerçekleştirilmesi sonucunda ortaya çıkan ürün tüm izleyenlerin beğenisini kazandı.



ENERJİ

OPET'ler Manolyalanıyor

OPET'in başlattığı “Yeşil Yol Projesi”, peyzaj çalışmalarını başarıyla tamamlayan istasyonlara simge olarak, manolya ağacı dikilmesiyle devam ediyor. 100'ün üzerinde OPET istasyonunda peyzaj çalışmaları başarıyla tamam-

lanırken, istasyonlar içinde en başarılı peyzaj çalışması gerçekleştirenlere, kampanyanın simgesi olan manolya ağaçları dikilmeye başlandı. 1 Eylül'de OPET Yönetim Kurulu Üyesi **Nurten Öztürk**, Genel Müdür Yardımcısı

Aydın Güneş ve diğer OPET yetkililerinin katıldıkları törenlerle, peyzaj çalışmalarını titizlikle tamamlayan Alkent Petrol (Büyükçekmece), Özyılmaz Petrol (Gürpınar) ve Esenkent Petrol (Esenkent) istasyonları-



nın önüne, simgesel manolya ağaçları dikildi.

Erdek Sahil Şeridinde Aygaz Temizliği

Aygaz, Deniztemiz (TURMEPA) Derneği işbirliğiyle, 10 Ağustos 2004 tarihinde gerçekleşen Erdek sahil şeridini temizlik çalışmasına Aygaz çalışanları, Erdek halkı ve Deniztemiz Derneği gönüllüleri katıldı. Sahil şeridinde yaşanan kirlenmeyi azaltmayı amaçlayan etkinliğin ardından, sahilde düzenlenen barbekü partisinde

katılımcılar keyifli saatler yaşadı. Deniztemiz (TURMEPA) Genel Sekreter Yardımcısı **Levent Laçın**, “Aygaz gibi firmaların desteği büyük önem taşıyor. Böylece daha fazla insana ulaşabiliyoruz. Beş gemi ile denizlerde temizlik yapıyoruz; sadece İstanbul'daki deniz süpürge-miz yılda bin tona yakın katı atık topluyor” diye konuştu.



Aygaz'dan Dev İhale

Aygaz, 10 uluslararası firmayı geride bırakarak, Karadeniz'in en büyük LPG kaynağı olan Chevron-Texaco (Thengiz Chevroil) firmasının Kazakistan / Thengiz bölgesindeki LPG üretimine ait satış ihalesini Ağustos 2004-Temmuz 2005 dönemi için kazandı. Aygaz gemileri, Ağustos ayı başından itibaren, ihale kapsamında Ukray-

na'nın Karadeniz kıyısında, Odessa'daki terminalden LPG yükleme faaliyetlerine başladı. İhalenin alınmasının ardından oluşan bu temin kanalı ile Aygaz'a ait gemiler, maksimum aktivite düzeyine ulaşacak olup, otogaz kalitesine uygun LPG'nin ithalatının ağırlıklı olarak Samsun ve Ambarlı tesislerine yapılması hedefleniyor.

Aygaz Malatya Fuarı'nda



Malatya Sanayi ve Ticaret Fuarı'na **Aygaz** 30 metrekairelik bir stand ile katıldı. Fuar boyunca gerçekleştirilen SMS Kampanyası, ilgililere verilen Dökmegaz indirim kuponu ve dağıtılan hediyeler ile standı sürekli katılım sağlandı. Düzenlenen anket formları ile katılımcıların bilgileri ve tüp değişim talepleri de kayıt altına alındı. Fuarın açılış gününde Milli Eğitim Bakanı **Hasan Hüseyin Çelik**, Malatya milletvekilleri **Ahmet Münir Erkal** ve **Ali Osman Başkurt** da Aygaz standını ziyaret ettiler.

Aygaz 5. Etabı Tamamladı

Aygaz tarafından Nisan 2002'de başlatılan "Aygaz/Dikkatli Çocuk Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası" beşinci etabını tamamladı. Kampanya kapsamında beşinci etabın sonunda 78 bin 650 km yol

kat edildi. 50 farklı ilde, 184 ilçe ziyaret edilirken, 492 okulda 707 kez eğitim verildi. 344 bayinin destek verdiği kampanyada 212 bin 544 ilköğretim öğrencisi "Dikkatli Çocuk" oldu.



Aygaz ile Fazıl Say

Aygaz dünyaca ünlü piyanistimiz **Fazıl Say**'ın Ayvalık'ta gerçekleştirdiği piyano resitaline sponsor oldu. Piyanimiz Fazıl Say'ın Anadolu'da düzenlediği konserler çerçevesinde Ayvalık Klasik Müzik Derneği tarafından gerçekleştirilen konser Ayvalık Anfitiyatrosu'ndaydı. Aygaz'ın da desteğiyle İstanbul, Bursa, Çeşme, Marmaris ve Antalya harici bir yörede ilk kez düzenlenen bu önemli sanat etkinliğine Altınoluk, Edremit, Burhaniye, Altınova ve Ayvalık sakinleri katıldı.

Emek ve Barış Festivali'ne Aygaz Desteği



15. Aliğa Uluslararası Emek ve Barış Festivali, 30 Ağustos-4 Eylül tarihleri arasında **Aygaz**'ın sponsorluğunda gerçekleştirildi. Festivalde, 14 metrekairelik standında ziyaretçileri ağırlayan Aygaz,

açık hava tiyatrosunda Aygan Gezici Tiyatro Ekibi'ni çocuklarla buluşturdu. Festival alanında bulunan Aygaz standında ziyaretçilere Maksimum Güvenlik Zinciri tanıtıldı. Standı ziyaret

edenlere Maksimum Güvenlik zinciri el ilanı, LPG avantaj kuponu, şapka, kalem, anahtarlık, çakmak gibi promosyon malzemelerinin bulunduğu hediye paketleri dağıtıldı.

DAYANIKLI TÜKETİM VE İNŞAAT

"Sağolasın İzocam"

İzocam, yeni reklam filmiyle uzun süren sessizliğini bozuyor. **Halit Kıvanç**'in rol aldığı filmde, yıllardır yalıtımda yaşanan sorunlara karşı en iyi çözümü İzocam'ın sunduğu vurgulanıyor.

1970'li yıllarda karikatürize edilmiş kapıcı karakterinin rol aldığı "Sağolasın İzocam"

reklamları en çok hatırlanan reklamlar arasında yer alıyor. İzocam, filmlerde yalıtımdaki sorunları esprili bir yaklaşımla dile getiriyordu. "Yak şu kaloriferleri kapıcı, donuyoruz.", "Söndür şu kaloriferleri kapıcı, pişiyoruz.", "Yöneticimiz uyuyor mu?" diyalogları hâlâ belleklerdeki yerini ko-



ruyor. Filmde, İzocam'ın kurulduğundan günümüze uzanan gelişim ve değişime tanık olan Halit Kıvanç rol alıyor.

7'den 70'e herkesin tanıdığı bir isim olan Halit Kıvanç, yalıtımın hayatımızdaki önemini keyifli bir dille anlatıyor.

Türkiye'nin Dijital Panolu İlk ve Tek Kat Kaloriferi: Solitech

DemirDöküm Türkiye'de ilk kez dijital kumanda panosu ile akıllı çalışan katı yakıtlı döküm kat kaloriferi Solitech'i piyasaya sunuyor. Sağladığı yakıt tasarrufunun yanı sıra kullanım kolaylığı da bulunan Solitech, İzmir Crown Plaza'da düzenlenen bir toplantıyla bayilere ve basına tanıtıldı.

Dünyadaki teknolojik gelişmeleri yakından takip eden DemirDöküm, bünyesindeki Ar-Ge çalışmaları sonucunda Solitech'i üreterek kat kaloriferi ailesine bir yenisini daha ekledi. Dijital kumanda panosu sayesinde Solitech akıllı çalışarak yakıttan ekonomi sağlıyor. DemirDöküm tarafından tasarımı yapılan elekt-

ronik kartla fan devri sıcaklığa bağlı olarak otomatik olarak ayarlanıyor.

Katı yakıtlı kat kaloriferi Solitech uygun brülör ilavesi ile doğalgaz, LPG ve motorinle çalışan kat kaloriferine dönüşebiliyor. Türkiye çapında yayılmış 300'ü aşkın DemirDöküm servisleri dönüşüm hizmetini de veriyor.



DemirDöküm Diyarbakır'da



DemirDöküm Türkiye'nin farklı bölgelerinde açtığı showroom'larıyla tüketicilere doğrudan buluşma noktalarını artırıyor. Doğalgazın yaygınlaştırılması projesi kapsamında yer alan illerde atılım yapan DemirDöküm, Konya ve Kayseri'den sonra geçtiğimiz hafta Diyarbakır'da açılan showroom'la hizmet zincirini genişletti. DemirDöküm'ün 150 metrekairelik showroom'u, irtibat

bürosu ve sürekli görev yapacak mühendisleri ile Diyarbakır'da tüketiciye daha yakın olmayı, ihtiyaçlara uygun ürün ve hizmet sunmayı hedefliyor. Diyarbakır showroom'da gaz yakıtlı ve sıvı yakıtlı ürünler ile klimalar sergilenerek, tüketicilere

doğalgaz ve cihazlar hakkında bilgi veriliyor. Diyarbakırlılar tarafından ilgiyle karşılanan açılışta konuşan DemirDöküm Genel Müdürü **Melih Batılı**, yurt çapında 200'ü aşkın bayii ve 300'ü aşkın servis ağına sahip olduklarını belirterek, "Diyarbakır Showroom'la birlikte bu bölgede de geniş bir kadro ile vatandaşlara en iyi hizmeti sunabilmenin mutluluğunu yaşıyoruz" dedi.

Kayseri'de Örnek Bir Beko Bayii

Kısa bir süre önce Kayseri'de açılışı yapılan Beko Bayii Örnek, her açıdan örnek olmayı sürdürüyor. TOBB **Rifat Hisarcıklioğlu**, Kayseri Valisi **Nihat Canpolat**, Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı **Mehmet Özhasseki**, Beko Satış Direktörü **Koral Boro** ve pek çok davetlinin katıldığı açılışta ön plana çıkan bir slogan vardı: "Çiçek yerine kitap bağışlayın."

Kayseri'nin Amarat kasabasına bundan üç yıl önce yapılan kütüphane için kitap toplanmasını amaçlayan kampanya büyük bir beğeni ve ilgiyle karşılandı. Bundan sonra da benzer kampanyaların gerçekleştirileceğinin müjdecisi olan bu organizasyon, Kayseri'de eğitim alanında atılan önemli bir adım oldu.

DemirDöküm Erzurumlularla Buluştu

Bu yıl 50. yılını kutlayan **DemirDöküm**, 16 Eylül'de düzenlenen toplantıda Erzurumlularla buluştu. Toplantıya DemirDöküm bayilerinin yanı sıra sektörde faaliyet gösteren çok sayıda mimar,

mühendis ve müteahhit katıldı. Toplantıda açılış konuşmasını yapan Genel Müdür Yardımcısı **Orhan Ercek**, DemirDöküm'ün strateji ve yatırımları hakkında bilgi verdi. Global bir şirket olma

yolunda son yıllarda önemli adımlar attıklarını vurgulayan Ercek, teknoloji ve üretim gücünü birleştirerek sektördeki liderliklerini koruduklarını belirtti. Erzurumluların yoğun katılımıyla ger-

çekleşen toplantıda DemirDöküm ürünleri hakkında da detaylı bilgi verildi. Toplantının ardından DemirDöküm yetkilileri ve Erzurumlu katılımcılar birlikte akşam yemeği yediler.

Eğitimde Gönül Birliği Devam Ediyor

“Arçelik ile Eğitimde Gönül Birliği” projesi kapsamında Van, Iğdır ve Hakkâri’den gelen Yatılı İlköğretim Bölge Okulu (YİBO) öğretmenleri “Öğretmene Destek ve Eğitim” programı için Erzurum’da toplandı. 9-10 Eylül tarihleri arasında ikinci bölümü gerçekleştirilen eğitim programında öğretmen-

ler, “Oyun Atölyesi Eğitici Eğitimi” alacak. Arçelik, “Öğretmene Destek ve Eğitim” programı için Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) ile birlikte çalışıyor. Eğitimde, Arçelik A.Ş. tarafından YİBO’larda kurulan ve öğrencilerin bireysel gelişimine katkı sağlayacak “Bizim Odalar”ın daha etkili

kullanılması hedefleniyor. Yansıtıcı Öğretmen Özelliklerini Geliştirme, İletişim Becerileri, Çocuk ve Ergen Gelişim Özellikleri, Etkili Öğretim Yöntemleri ve Öğrenci Değerlendirilmesi konularını kapsayan programın ilk ayağı, 22-25 Haziran 2004 tarihleri arasında Van’da gerçekleşmişti.



Beko İlanına Bir Ödül de New York’tan

Beko Flat TV için hazırlanan basın ilanı, uluslararası platformda en prestijli yarışmalardan biri olan “New York Festivalleri” kapsamında düzenlenen yarışmada bronz madalya kazanarak büyük bir başarıya imza attı.

TBWA\İstanbul tarafından, Beko Flat TV için hazırlanan “Dolly” adlı ilan, reklam sektörünün en önemlilerinden olan “New York Festivalleri” kapsamında düzenlenen “Tasarım, Açık hava ve Basılı İlan Yarışması”nda Ev Eğlencesi

Kategorisi’nde bronz madalya kazandı. Beko’nun ilanı, dünyaca ünlü reklamverenleri geride bırakarak yarışmada üçüncü oldu.

Beko Flat TV ile her açıdan mükemmel görüntü kalitesi elde edilebileceğinin anlatıl-

dığı ilan, festivale katılan 64 ülkeden 5000’in üzerindeki çalışmanın arasından seçildi. Aynı ilan daha önce 15. Kristal Elma’da Basın Dalı Büyük Ödülü’nü kazanmış, 2003 yılında Golden Drum’da finalist olmuştu.

TÜKETİM VE TURİZM

Lezzet Dörtlüsü Yeni Tatlar Keşfediyor

Koç Gıda Grubu’nun ana sponsorluğunda ve Silivri Belediyesi’nin katkılarıyla düzenlenen 7. Trakya Yemek Yarışması, Silivri Meydanı’nda gerçekleştirildi. Katılımcıların büyük ilgi gösterdiği yarışmada, tatlılarda “Büzme Tatlısı” ile Mediya Ararat, sıcak yemeklerde “Pilavlı Maret Ciğer Sote” ile **Olçay Özçalı**, makarna ve hamur işlerinde “Kepekli Yufkalı Börek” ile **Havva Erol**, soğuk yemeklerde “Enginarlı Saray Sarması” ile Selma Altınsaban, yaratıcı tatlılarda ise “Ana-Oğul Tatlı-

ısı” ile 12 yaşındaki **Çavlan Kutlu** birinciliği kazandı. Sunuculuğunu **Şafak Karaman**’ın üstlendiği yarışmanın jürisinde; Mutfak Profesyonelleri Derneği üyeleri, Tat Marka Sorumlusu **Sedef Fortacı**, Silivri Kaymakamı **Ali Dursun**, Silivri Belediye Başkanı **Hüseyin Turan**’ın yanı sıra **Atilla Taş**, **Reyhan Karaca** ve Akademi Türkiye yarışmacılarından **Özge** gibi tanınmış isimler de yer aldı. 7. Trakya Yemek Yarışması’nın tüm katılımcıları ve her kategoride ilk üç dereceye girenler, Koç Gıda Gru-

bu’ndan çok özel hediyeler kazandı. Atilla Taş, yarışma

sonunda verdiği mini konserle Silivrilileri coşurdu.





Türkiye'nin En Büyük Likopen Deposu

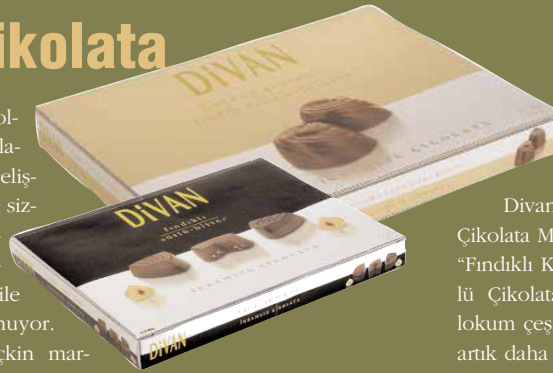
Koç Gıda Grubu bünyesindeki **Tat**, Bursa'daki Mustafakemalpaşa İşletmesi'nde fark yaratan "tat"lar üretiyor. Mustafakemalpaşa İşletmesi'ne düzenlenen ve Tat Konserve Tedarik Zinciri Grup Direktörü **Ercan Bay-**

ramlı, Pazarlama Grup Yöneticisi **Kasia Özgen** ve Tat Marka Müdürü **Selin Bugay**'ın da katıldığı gezide medya mensupları, Türkiye'nin en büyük likopen deposunu yakından tanıma fırsatı buldu.

Bayramda Divan Çikolata

Hayatınızın her anına zevk katmak için market raflarında sizlerle buluşan **Divan** çikolataları, bu bayramı farklı kutlamanız için iki müthiş lezzet daha ekledi. Özel üçgen ve iki renkli formunda "Fındıklı Sütü ve Bitter Çikolata" ile "Buğday Gevrekli

Fındıklı Krema dolgululu Sütü Çikolata". Divan yeni geliştirdiği reçeteleri ile sizlere, büyüklerimize ve tüm sevdiklerinize ağız tadı ile bir bayram sunuyor. Migroslar ve seçkin mar-



ketlerde bulabileceğiniz diğer bayramlık Divan çikolataları, "Lux Çikolata Madlen", "Majestik", "Fındıklı Krema dolgululu Sütü Çikolata", drage çeşitleri, lokum çeşitleri ile bayramlar artık daha tatlı.



Evimi Çok Seviyorum

"Evimi çok seviyorum" konseptinden yola çıkan **Koçtaş**; boya, dekorasyon, mutfak, banyo, mobilya, aydınlatma ve beyaz eşyada sahip olduğu toplam 45 bin ürün çeşidiyle daha iyi bir yaşam alanı için, evinizde kendi tarzınızı yaratıp konforu ve estetiği en iyi fiyatlarla bir arada bulabileceğiniz tek yer. Üstelik, Koçtaş bu sezon ya-

şam kalitenizi yükseltecek, bütçenize uygun çift kişilik oda takımı ve salonlar için kanepeler çeşitlerini de mağazalarında satışa sunmaya başladı. Koçtaş'ta, her biri konusunda uzman satış elemanları, dekoratör ve iç mimarlar, duvar boyasından perde seçimine kadar her alanda ücretsiz danışmanlık hizmeti veriyor.

NATO Komutanları Marmaris'teydi

Genelkurmay Başkanı Orgeneral **Hilmi Özkök**, NATO'nun yıllık planlı toplantısı için Marmaris'teydi. Deniz kuvvetleri komutanlarının katıldığı "Maritime Commander's Meeting" (MARCOMET 04) toplantısına bu yıl Türkiye ev sahipliği yaptı. Marmaris Mares Otel'deki toplantıda NATO, Akdeniz Diyalogu ve Barış İçin Ortaklık üyesi 17 ülkeden toplam 60 üst düzey komutan ve karargâh subayı yer aldı. Toplantıya, Org. Özkök,

Deniz Kuvvetleri Komutanı Oramiral **Özden Örnek** ve Donanma Komutanı Oramiral **Yener Karahanoğlu** da katıldı. Basına kapalı yapılan açılış toplantısından sonra yazılı yapılan açıklamada, Özkök'ün, "Güney bölgesindeki yeni deniz sorunları" başlıklı bir konuşma yaptığı bildirildi. Toplantıda, güney bölgesi ülkeleri arasında işbirliği, yeni deniz sorunları, bilgi paylaşımı ve geleceğe yönelik kuvvet yapısı planlamaları konuşuldu.



Koç Allianz'dan "7 Gün 24 Saat ve Kesintisiz Eğitim"

Koç Allianz, "7/24 Kesintisiz Eğitim" adını verdiği e-egitim programını uygulamaya koydu. Tüm Koç Allianz çalışanları ve acentelerine yönelik olarak hazırlanan "7/24 Kesintisiz Eğitim", genel konular ile başta bireysel emeklilik sistemi olmak üzere özel sigortacılık eğitim programlarını ve her konuyla ilgili sınavları içeriyor. "7/24 Kesintisiz Eğitim" programının Koç Allianz çalışanlarına tanıtıldığı toplan-

tıda, programın amacını açıklayan Koç Allianz Sigorta Murahhas Azası ve Koç Allianz Hayat ve Emeklilik Genel Müdürü **M. Kemal Olgaç**: "Türkiye'nin dört bir yanındaki çalışanlarımız ve acente ağımız göz önüne alındığında çok geniş bir mesleki eğitim sistemi sunuyoruz. Bu konuda yaşanması muhtemel standardizasyon riskini ortadan kaldırmak, tüm bölgelerimizde aynı eğitimi verebilmek ve



çalışanların eğitimleri için seyahat etme zorunluluğunu ortadan kaldırabilmek amacıyla e-egitim uygulamasına başladık" dedi.

Koç Allianz ile Fenerbahçe El Ele

Koç Allianz, Avrupa kupalarının gözdesi ve geçen yılın şampiyonu Fenerbahçe Bayan Basketbol Takımı'nın ana sponsoru oldu. Takıma geçen yıl "Final Four" maçları sırasında verdiği desteği kalıcı bir işbirliğine dönüştürme kararı alan Koç Alli-

anz, Fenerbahçe Bayan Basketbol Takımı'yla 2004-2005 sezonu için sözleşme imzaladı. Anlaşmanın imza törenine Fenerbahçe Kulübü Başkanı **Aziz Yıldırım**, İkinci Başkan **Nihat Özdemir** ve Koç Allianz Sigorta Murahhas Azası ve Koç Alli-

anz Hayat ve Emeklilik Genel Müdürü **M. Kemal Olgaç**'ın yanı sıra takımın oyuncularını katıldı.

Toplantıda bir konuşma yapan Fenerbahçe Kulübü Başkanı Aziz Yıldırım şunları kaydetti: "Sponsorluk desteklerinin kulübümüzün güçlenmesine ve daha sağlam bir kadro ile mücadele etmemize yarar sağlayacağına inanıyoruz. Dilerim bundan sonra sadece basketbolda değil, kulübümüzün diğer branşlarında da benzer sponsorluk çalışmaları gerçekleştirebiliriz."



Koç Allianz Basketbol Okulları

Yeni bir eğitim dönemine girerken çocukların okul dışındaki zamanlarını sporla geçirmelerini sağlamak amacıyla, geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi yine Koç Allianz Basketbol Okulları açılıyor. Yalnızca Koç Allianz sigor-

tahlılarının 6-16 yaş arası çocuklarının katılabileceği çalışmalar Koç Allianz Spor Kulübü (İstanbul Kadıköy Spor Kulübü) ve Tofaş Spor Kulübü antrenörleri tarafından yapılacak ve bu çalışmalarda ilerleyip takıma gi-

rebilecek duruma gelenler sezon sonunda altyapı kadrolarına çağırılacak.

Daha fazla bilgi için:

(0216) 463 73 00
(0216) 463 07 34
(0216) 556 60 80

BİLGİ GRUBU

BookinTurkey.com, CeBIT Bilişim Eurasia Fuarı'ndaydı

TÜYAP Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenen CeBIT Bilişim (Uluslararası Bilgi ve İletişim Teknolojileri) Eurasia Fuarı'na katılan **BookinTurkey.com**, fuardaki tek gerçek zamanlı turizm portalı olma özelliği ile ilgi çekti.

BookinTurkey.com, CeBIT Bilişim Eurasia Fuarı ile Türkiye'de turizm sektörüne getirdiği yeni anlayışı; modern, güvenli ve kaliteli hizmetlerini ziyaretçilere sundu. BookinTurkey.com, fuar alanında web sitesinin tanıtımının yanı sıra çeşitli anketler ve yarışmalar düzenleyerek standını renklendirdi.

Elektronik ticarete yüksek hacimli satış yapan bir site olan BookinTurkey.com, Türk turizm sektörüne katma değer sağlamaya devam ediyor.

Devir CRM Devri

CRM'den para kazanan herkes için bu kısaltmanın farklı tanımları vardır ama herkes bunun ne olmadığını konusunda hemfikirdir: Sokak kapınızın önüne hoş geldiniz paspası sermek ne kadar misafirperverlik ise, CRM de o kadar teknolojidir.

META Group CRM analisti **Liz Shahnam** diyor ki, "CRM pek de yeni olmayan bir kavram. Yeni olansa yüzyılın başında mahalle bakkalımızla yapabildiğimizi olası kılan teknoloji. O bakkalın az sayıda müşterisi ve herkesin tercihlerini aklında tutabilecek güçte hafızası vardı. Teknoloji, işte bu modelin gerçekleşmesini sağladı".

Doğrusu, Shahnam'ın ifade ettiği gibi CRM, "Müşteriyi tasarım noktasına yerleştiren ve müşteriyle yakın ilişki kuran bir felsefedir". EDS'in CRM Müdürü **Mike Littell** de buna katılıyor: "Biz CRM'i

süreçten çok strateji olarak görmekteyiz. CRM, şirket tabanında bulunan mevcut ve potansiyel müşterilerin ihtiyaçlarını anlamak ve sezmek için oluşturulmuştur." "Bir kez bunu başardıktan sonra", diyor Littell ve ekliyor: "müşteri verisini ve dış kaynakları yakalamaya ve bunu tüm CRM stratejisini zenginleştirmek için merkezi bir ambara birleştirmeye yarayan fazlaca teknoloji var."

CRM ve pazarlama hakkında, Minneapolis merkezli High-Yield Marketing Yöneticisi, "The Customer Relationship Management Planning Guide" ve büyük yankı uyandıran "Customer Relationship Survival Guide" yazarı **Dick Lee** de aynı fikirde. Lee, CRM'i "şirketi fonksiyon-

Günümüzün üzerinde en fazla durulan terimlerinden biri de CRM, yani "Müşteri İlişkileri Yönetimi".

Konuya bir de CRMguru.com sitesinin editörü, araştırmacı David Sims'in perspektifinden bakalım

nel rollerinde değişikliklere zorlayan, iş süreçlerinin yeniden yapılanmasını gerektiren, CRM teknolojisiyle yönlendirilmek yerine desteklenen, müşteri-odaklı iş stratejisi olarak" tanınıyor. Yani; önce

iş yaklaşımınızı değiştirin, sonra bu yaklaşımı desteklemek için şirketinizdeki rolleri yeniden yapılandırın ve ancak ondan sonra satıcılarla konuşmaya başlayın.

Houston merkezli Brendler & Associates Başkanı **Bill Brendler** açıkça diyor ki: "Başarılı CRM دائما üst yönetimle başlar. Eğer değişimin başında olmazlarsa, bu gerçekleşmez." Kurulu bir organizasyonda değişim zordur. Asıl ağır yük burada karşımıza çıkar.

"İnsanlar teknolojiyle hedefi vurmak istiyorlar; ama onlara bunun teknoloji ile ilgili olmadığını, iş yapmada yeni bir yol olduğunu söylemeye çalışıyoruz" diyor Brendler. Yine de, "çoğunun en ufak bir fikri bile yok. Benim ne konuştuğumla ilgili hiçbir fikirleri yok. Ama vizyon meselesi olmazsa olmaz. Bunun için, sağlıklı bir kararlılık ve değişime liderlik etmek için cesaret gereklidir. Bir bilgenin bir zamanlar dediği gibi, vizyon olmazsa insanlar yok olur. Eğer bir CEO, CRM'in şirket için önemini anlamıyorsa, biliyorum ki başansız olacak".

Hangi CRM tanımını yeğlerseniz yeğleyin, bir bilgenin gerçek hayatta, bugünün iş dünyasında görülen CRM'i değerlendiren yaptığı "lise koridorları" benzetmesi ne yazık ki doğru gözüküyor: Çok laf, az iş. 🙄

Bu yazı yazarının izni alınarak yayımlanmıştır.

GVZ ile Filmler Gerçek Oluyor

İsterseniz GVZ ile başlayalım. Şirketten bahseder misiniz?

Şirketimiz 2000 yılında **Koç Bilgi Grubu** çatısı altında kuruldu. Bir Ar-Ge şirketi. Faaliyet alanımız tamamen ses teknolojileri; konuşma ve sesin içinde bulunduğu sinyal işleme... Her biri kendi alanında Türkiye'de ilk olan yeni teknolojiler ürettik ve geliştirdik. Tüm bu teknolojilerin sahibi **Koç Holding**. Biz dünyada da en hızlı büyüyen 10 teknoloji-den birisi olarak gösterilen ses teknolojileri başlığı altında üç ana teknolojiyi inceliyoruz. Bunlardan ilki konuşma teknolojisi. Bu, söyleneni anlayarak aksiyon üretimini sağlayan bir yazılım teknolojisi. İkincisi bilgisayarlı ortamlar-

Bugüne dek pek çok filmde izlediklerimiz artık yavaş yavaş hayatımıza giriyor. Bunların arasında önemli bir yeri olan ses teknolojileri alanında çalışan GVZ de, benzerlerini "Uzay Yolu" ya da "Kara Şimşek" gibi Hollywood yapımlarında izlediğimiz teknolojileri gerçek kılıyor. GVZ'yi Genel Müdür Serhat Görgün ile konuştuk

da var olan metin formatındaki bilginin konuşma olarak dinlenmesini sağlayan yazılım teknolojisi. Üçüncü teknoloji de hepimizin sesinde kendine özel var olan bir takım bilgilerden yola çıkarak kişinin kimliğinin onaylanması. Bir konuşmacı belirleme yazılımı geliştirdik, bir de konuşmacı tanıma yazılımı. Bunlar Türkiye'de kendi alanında ilk ve şirketimiz de bu konuda faaliyet gösteren tek şirket. Bu teknolojiler dünyada ve Türkiye'de çok yeni. Birilerinin çıkıp bu teknolojileri geliştiriyor olması gerekiyordu. Koç Holding bu noktada vizyonerliği, yaratıcılığı ve girişimciliğiyle bu teknolojilerin gelişmesi için gerekli yatırımı yaptı. Hatta şirketimizin adı da oradan geliyor: Girişim ve zekâ; yani **GVZ**. Girişim, Koç Holding'in girişimciliği; zekâ, Ar-Ge ekibinin zekâsı. Bunun yanında GVZ, "geveze" anlamında çok konuşan. Bugün insanlar makinelerle tuşlarla veya butonlarla hükmedebilirken bizim teknolojilerimizde bu arayüz insan sesi oluyor. Bu anlamda kimi telefon uygulamaları geliştirdik. Telefon bankacılığı, çağrı merkezi gibi geliştirdiğimiz uygulamalar yanında, Koç Holding, **Aygaz**, **Ford Otosan**, **Migros** ve daha bir çok şirketin de santralinde çalışan operatör uygulamamız var. Bu noktadan hareketle "**Arçelik**"le başlayalım, akıllı ev konseptiyle ev aletlerinin insan sesiyle kumanda ve kontrol edilmesini sağlayalım" dedik. Arçelik'te böyle bir proje hayata geçirdik. Yine geçen sene **Ford Otosan** ile birlikte arabaların birtakım çevre birimlerinin sesli kumanda ile kontrol edilmesini sağladık. Özellikle göremeyenler, bilgisayarı göremediği, mouse'u kullanmadığı için "ekrandaki bilgileri ses ile duyunsunlar ve ses ile kumanda etsinler" dedik. Bir yazılım geliştirdik ve bunu tüm Beko PC'lere uygulayıp, insanların PC'leri sesle kontrol etmelerini sağladık.

Ses teknolojileri son derece yeni uygulamalar. 20 yıl sonrasına bir projeksiyon yapmak mümkün mü? 2024 yılında ne olacak?

Bunu öngörmek çok güç. Bizim teknolojilerimizin özeline ve geneline bakıldığında belki 2020'lerde ulaşacağımız nokta şu olacak: Herhangi bir serbest konuşmayı telefon veya mikrofon



üzerinden bire bir metin formatına çeviriyor olacağız. Bunu yaptıktan sonra elimizde bir konuşmanın metin formatı olacak. Yine 2020 yılında bu metin formatındaki içerik başka bir dile çevrilebiliyor olacak. Bugünkü teknolojilerle yapabildiğimiz metni konuşmaya çevirme sistemi de başka dildeki konuşmayı insan sesine çevirebilecek. Yani ben telefon ile İspanya'yı arayıp "Merhaba, nasılsınız, ben Serhat Görgün işte sizi şu sebepten aradım" diyeceğim, karşı taraftaki benim tasarladığım dilde dinleyecek. Yani ben Türkçe konuşacağım, karşı taraftaki kişi bunu İspanyolca dinleyecek. Bu teknolojilerin vizyonu ve gideceği yer aslında bu. Aynısı tabii gerçek zamanlı olacağı için bu simultane tercüme için geçerli olacak. Belli ölçeklerde belli dillerde belli performans seviyelerinde yapılabilir ama güncel kullanıma veya ticari bir ürüne dönüşebilmesi için daha zaman var.

Pratik anlamda dünyada farklı uygulamalar var mı, burada henüz kullanmadığımız?

Kullanamadığımız birtakım uygulamalar var. Bugün biz teknoloji olarak hazırız ama belli sebeplerden dolayı kullanamadığımız örneğin bir navigasyon sistemi var. Amerika'da ve Avrupa'da çok yaygın iken ülkemizde henüz kullanımda değil: Arabanızda bir GPS (Global Positioning System) var. Ben İstanbul veya Türkiye haritasında gitmek istediğim yeri sisteme söylüyorum ve sistem benim gitmek istediğim yeri optimum haritayı çizerek tarif ediyor ve beni yönlendiriyor. Bu hep sesle yapılıyor. Örneğin "Şu anda Çamlıca'dayız Etiler'e gitmek istiyorum" dediğimde sistem bana optimum rotayı çiziyor. Birtakım kritik noktaları da kullanıyor.

Bir nevi bilimkurgu filmlerinde karşılaştığımız bir durum aslında, otomobille kullanıcısının sesle iletişim kurması, değil mi?

Aynen öyle. Ben aslında, teknolojileri çok özetle anlatmam gerekirse hep bu örneği veriyorum: "Kara Şimşek" veya "Uzay Yolu". "Uzay Yolu"nda Kaptan Kirk; bilgisayarlı ana sistem ile görüşürken, bilgisayarın Kaptan'ın konuşmasını anlaması "konuşma tanıma". Bilgisayarın buna cevap vermesi konuşma sentezleme; yani bilgisayar metni konuşmaya çeviriyor. Bilgisayarın konuşanın Kaptan

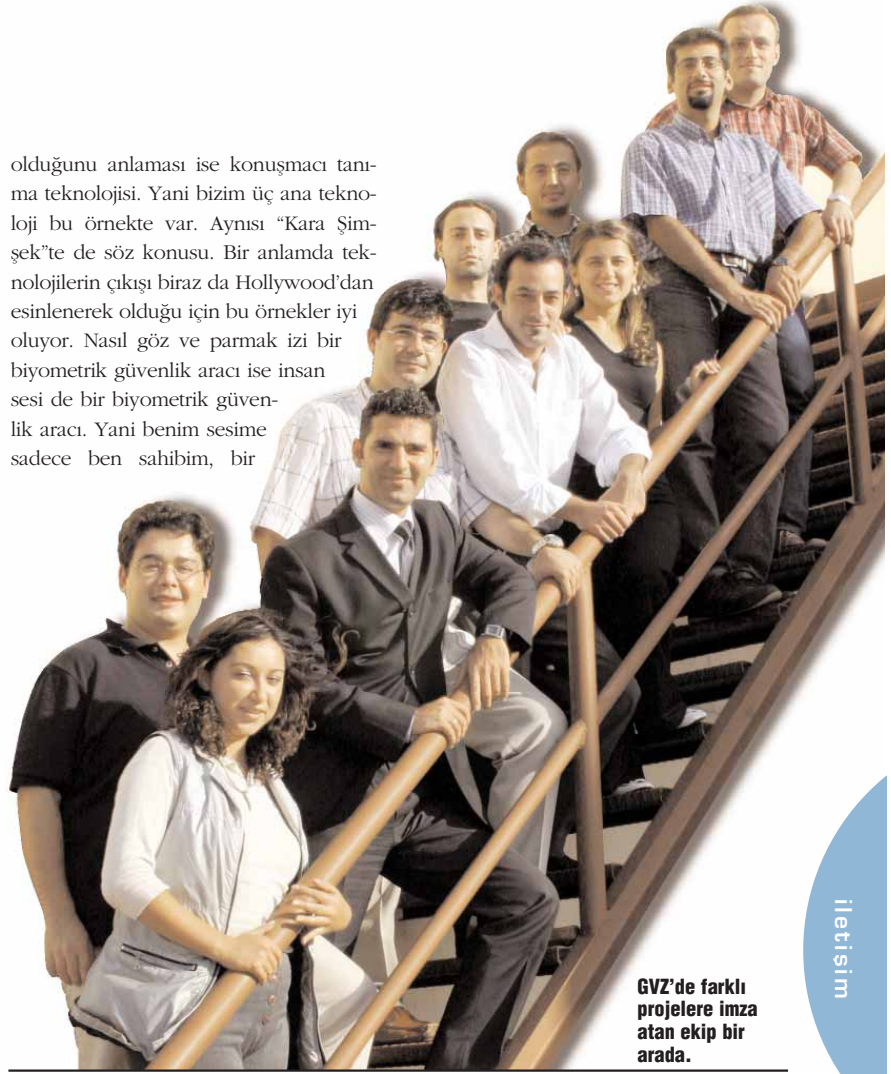
olduğunu anlaması ise konuşmacı tanıma teknolojisi. Yani bizim üç ana teknoloji bu örnekte var. Aynısı "Kara Şimşek"te de söz konusu. Bir anlamda teknolojilerin çıkışı biraz da Hollywood'dan esinlenerek olduğu için bu örnekler iyi oluyor. Nasıl göz ve parmak izi bir biyometrik güvenlik aracı ise insan sesi de bir biyometrik güvenlik aracı. Yani benim sesime sadece ben sahibim, bir

başkası değil; diğer yandan ben bunu kaybedemem, bir başkası bunu çalamaz benden. Bildiğim veya elimde tuttuğum bir şey değil, sahip olduğum bir şey. Dolayısıyla ses biyometrik güvenlik aracı olarak önümüzdeki günlerde hayata geçecek. Yine bizim üzerinde çalıştığımız, Türkiye'de de örneği olmayan ama dünyada nispeten kullanılan bir başka uygulama da "audio spotting" dediğimiz büyükçe bir ses içerisinden daha küçük bir sesi yakalama.

Bunun bir teknoloji tarafı var ama birde dilbilimcilerin de alanına giren ve onların da çok yoğun çalışmasını gerektiren bir alan var. Bu alanda neler yapılıyor?

Tespitiniz çok doğru. Yaptığımız iş dille çok ilintili. Bu noktada teknolojilerin gelişme safhasında biz Ankara Üniversitesi Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi ile işbirliğine gittik. Kendilerinden iki yıl kadar bu anlamda destek aldık. Daha sonra Türkçe ile ilgili bu destek belli olgunlu-

ğa, belli noktalara eriştiği için çalışma son buldu. Ama önümüzdeki dönemde farklı dillere adapte etme hedefimiz var. O anlamda linguistik bir desteğe ihtiyaç duyuyor olacağız. Bir ülke için dil çok kritik. Dil üzerinde bu tür teknolojilerin geliştiriliyor olması dil için olduğu kadar ülke için de kritik. Türkçe için bunu geliştiriyor olmak, birçok açıdan -güvenlik anlamında olsun, uluslararası alanda bilinirliği, teknoloji imajı anlamında olsun- büyük önem arz ediyor. Yurtdışında katıldığım neredeyse her toplantıda en fazla karşılaştığım soru şu: "Siz uluslararası bir teknolojiyi mi lokalize ettiniz, yoksa kendiniz mi geliştirdiniz?" Böylesine yoğun ve teknolojinin odağında olan bir işin Türk bilim adamları tarafından geliştiriliyor olmasına inanamıyorlar. Ama gerçek bu. Koç Holding bu anlamda çok önemli bir adım atmıştır. Dünyadaki en önemli alanlardan birisinde Koç Holding vardır; Koç Holding'in girişimciliği vardır, vizyonerliği vardır. 🌐



GVZ'de farklı projelere imza atan ekip bir arada.

iletişim

“Yönetim Sistemlerinde Koç Grubu’nda Öncüyüz”

Beko Elektronik, içerik olarak çalışan haklarını savunmasıyla öne çıkan SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı belgesini almaya hak kazandı. SA 8000, Beko Elektronik ile çalışan tüm **yan sanayilerin** de iyileştirilmesini şart koşuyor. Beko Elektronik’teki kalite çalışmalarını Kalite Sistemleri Yöneticisi **Hayri İnönü** ve Kalite Sistemleri Uzmanı **Haydar Dalgıç** ile görüştük

SA 8000 standardını almaya nasıl karar verdiniz?

SA 8000 almaya 2004 senesi başında karar verdik. Daha önce OHSAS 18001, yani işçi sağlığı ve iş güvenliği belgesini almıştık. O da bir ilktir. Çalışmalara sene başında başladık. Projeyi, bu konudan sorumlu kişi olarak **Haydar Dalgıç** yürüttü. Altı aylık bir çalışma sonucunda belgemizi aldık. SA 8000, sosyal sorumluluk standardını belgeleyen bir düzen. Sendikali işçi çalıştırma, çocuk işçi çalıştırmama, işçilere eşit muamele etme, sendikalaşma ve örgütlenme özgürlüğünü engellememe gibi konuları kapsıyor.

Standardın içeriğinde neler var?

Standartta yer alan dokuz madde var. Uluslararası çalışma örgütünün yayınladığı yasadın, çocuklar ile ilgili uluslararası beyannamelerden ve İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi’nden oluşmuş bir standart. Bu dokuz madde bunlardan oluşuyor. İşe bu dokuz madde içinden elektronığın yerinin nerede olduğunu tespitle işe başladık. Biz kendimizi çok iyi görüyorduk ama objektif olarak nerede olduğumuzu gösterecek bir standarda ihtiyacımız vardı. Sonra iyileşmeye açık olan unsurları tespit ettik. Bunlarla ilgili yapılması gereken faaliyetlerimizi planladık ve bunları yerine getirdik. Daha sonra işin ikinci boyutuna geldik. Standartta üreticileri ya da belgelenme sürecinde firmaları zorlayan en

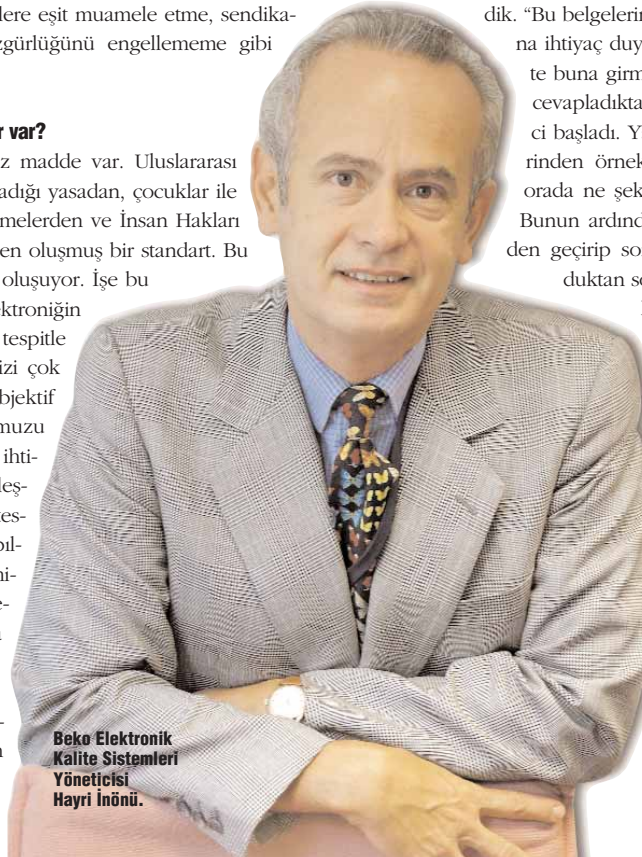
önemli unsur alt yüklenicilerin de sizinle aynı yerde olmasının gerekliliği. Beko Elektronik’te yardımcı sanayi olarak çalışan tüm firmaların bu standarttan haberdar olması ve bunun gereklerini yerine getirmesi için aksiyon planı hazırladık.

Nasıl bir aksiyon planıydı bu?

İlk önce tüm firmalarımızı çağırarak bir eğitimden geçirdik. “Bu belgelerin kriterleri nedir?” “Beko neden buna ihtiyaç duyuyor?” “Sizler neden bizimle birlikte buna girmek zorundasınız?” Tüm bu soruları cevapladıktan sonra bir takip ve inceleme süreci başladı. Yan sanayilerimizin büyük ölçeklerinden örnekler seçerek SA 8000 gereklerinin orada ne şekilde yerine getirildiğini takip ettik. Bunun ardından tüm faaliyetlerimizi tekrar gözden geçirip sonuçların yeterli olacağına ikna olduktan sonra, Türkiye’de Beko ve Koç Topluluğu’nun da birlikte çalıştığı, belgelendirici firmaya “hazırız” dedik. Dokümanlarımızı hazırladık, müracaatımızı yaptık. İçimizde ön inceleme yaptıktan sonra henüz Türkiye’de bunu belgelendirecek tetkikçi bir firma olmadığından inceleme yapmak için firmanın İtalya ofisindeki baş tetkikçisi geldi.

Beko Elektronik böyle bir şey neden ihtiyaç duydu?

Uluslararası firmalar ya da global pazardaki tüketiciler ürünü alırken belli şeylere dikkat edi-



Beko Elektronik
Kalite Sistemleri
Yöneticisi
Hayri İnönü.



Özellikle insan ve çalışan hakları çok gündemde olduğu için tüketici firmalar birlikte çalıştıkları firmaların bu konudaki yaklaşımlarını takip ve merak ediyorlar. Çünkü maliyetler gittikçe aşağı iniyor. Tüketici firmalar da bu konuya çok önem veriyor



yor. Ürünün sadece kalitesi değil tasarımı, diğer konulardaki aşamalarında çevreye olan saygısı, hatta insanlara olan saygısının belirli bir düzeyde olması talep ediliyor. Hatırlarsanız, dünyada bazı yerlerde üretim fabrikalarında hak ve hürriyetlerin kısıtlandığı ortaya çıktı. Tüketici eşit etmenlere sahip firmalar arasında bir tercih yaparken çeşitli kısıtlamalar koyuyor. Eskiden ISO 9000 aranır. Daha sonra çevre yönetimi, ardından da işçi sağlığı ve iş güvenliği gündeme geldi. Şimdi de SA 8000 gündemde. Özellikle insan ve çalışan hakları çok gündemde olduğu için tüketici firmalar birlikte çalıştıkları firmaların bu konudaki yaklaşımlarını takip ve merak ediyorlar. Çünkü maliyetler gittikçe aşağı iniyor. Tüketici firmalar da bu konuya çok önem veriyor. Pazarlama şirketleri, ürün aldıkları yerlerdeki çalışan haklarının ve şirketlerin bulunduğu toplum içindeki etik değerlere saygısının belli bir düzeyde olmasını talep etmeye başladı. Artık bu konuda hassas davranan şirketlere ayrıcalık tanımaya başlandı. Beko Elektronik de Koç Topluluğu'nun öncü şirketlerinden biri. Tüm yönetim sistemlerinde Koç Topluluğu'nda öncüyüz.

SA 8000 alındıktan sonra neler değişti?

Beko bünyesinde pek fazla bir şey değişmedi. Zaten kurum kültüründe bu var. Beko Elektronik zaten kurumsal bir kültürle çalışıyor. Bu iş bizimle çalışan yan firmaların iyileştirmelere gitmelerinde faydalı oldu. Bizim kurmuş olduğumuz yönetim sistemleri; çevre boyutu ile ürün kalitesini kapsıyordu. Ayrımcılık, zorla çalıştırma, çalışma saatleri, çocuk işçi gibi konulara fazla girememiştik. Şimdi bu konulara girmeye başlayınca yan sanayi-

lerimizin bilinç düzeyi de yükselmeye başladı. Bu konuda biz hiçbir zorlama getirmek de, Beko Elektronik ile çalışan yan sanayilerin de toplam kalite uygulamalarına gönüllü olarak katılmaları çok iyi oldu. Yaptığımız eğitimlere 70 yan sanayi kuruluşu katıldı. Böylelikle bu firmaların çalışma ortamlarında birtakım iyileştirmeler sağlanmış oldu.

Kalite uygulamaları çok eski yıllara dayanıyor. Biraz bundan bahsedebilir miyiz?

1983 yılında toplam kalite hareketi gündeme geldi. O zamanki uygulamalar çok basitti. Beko Elektronik buna 1984 yılında başladı. Amaç yönetim sorunlarını çözmektir. Sistematik hale gelmesi gerekliliği doğunca ISO dediğimiz standart zo-

Kalite Sistemleri Uzmanı Haydar Dalgıç.



runluluk ortaya çıktı. Türk Standartları Enstitüsü ile ISO 9000 çalışmasını 1989 yılında başlattık. 1990'da ise ISO 9000 kalite standardını belgelendiren ilk şirket olduk. ISO 9000 standardında belli bir yere geldikten sonra çevre yönetiminde de belli bir yere gelmek gerektiğini fark ettik. O dönemde de ISO 14000 çevre yönetim sistemine uygun bir yönetim sistemi oluşturduk. Buradaki amacımız, ürünü üretirken çevreye karşı olabilecek bütün kötü etkilerimizi kontrol altında tutmak. Bu konuda da belli bir yere gelerek büyük başarılar elde ettik. Bundan sonra Ulusal Kalite Başarı Ödülü'ne müracaat ettik. 1999 yılında bu ödüle layık görüldük. O dönem içinde İstanbul Sanayi Odası'nın çevreye saygılı olma kapsamında verdiği başka bir çevre ödülünü aldık. İlk TPI çalışmalarını da Beko başlattı. Belli bir yere geldikten sonra Dünya TPM (Toplam Verimlilik Yönetimi) Ödülü'ne başvurduk. Japonya'dan gelen bir profesörün yaptığı değerlendirme sonucunda Beko'nun TPM'de de çok iyi bir yere geldiğini kanıtlayarak ödülü aldık.

Bu ödüller aldıktan sonra işiniz bitmiyor. Sürekli bir çalışma, koruma ve daha iyiye gitme planları yapmanız gerekiyor. Önemli olan sizin kendinizi ne kadar iyi gördüğünüz değil dışarıdan birilerinin bu standartları nasıl gördüğü. İşçi sağlığı ve iş güvenliği konusunda Türk Standartları'na başvurumuzu yaptık. "Biz bu konuda çok iyi bir yerdeyiz ve uluslararası standartların gereklerini yerine getiriyoruz" dedik. Toplam kalite süreci Beko Elektronik'te 1983'te başladı ve hâlâ devam ediyor. 🌟

Gelecek, Hizmet Mükemmelliği'nde

Türkiye Kalite Derneği (KALDER) tarafından verilen “Ulusal Kalite Ödülleri”nde finalistler açıklandı. “Büyük Ölçekli Kuruluşlar” kategorisinde Koç Topluluğu’nun iki şirketi Birmot ve Otokoç finalist oldular. Birmot’taki kalite çalışmalarıyla ilgili sorularımızı Genel Müdür Ersin İkier yanıtladı

Kısa bir süre sonra gerçekleştirilecek 13. Ulusal Kalite Kongresi’nin bu yılki başlığı “Geleceği Şekillendirmek”. Gelecekte “kalite” kavramının ne denli bir önemi olacak?

Sektörümüzden cevap verirsek, ortak araç üretimleri ve aerodinamik zorunluluklar araçların giderek birbirine benzemesine yol açıyor. Ayrıca müşterilerin ek hizmet beklentileri de oluyor. Bundan dolayı müşterilerin tercihleri giderek “hizmet mükemmelliği”ne doğru kayıyor. Bunun hızı giderek de artacak. “Blok Muafiyet” sisteminin de devreye girmesiyle bizim açımızdan gelecekte hizmet mükemmelliği önemini artırarak devam ettirecek. Bu durum 1990’dan beri aslında tüm sektörlerde önem kazandı ve kazanmaya da devam ediyor.

Birmot içindeki kalite uygulamalarından bahseder misiniz?

Birmot, 1950’li yıllardan gelen tecrübe ile 1990’lı yıllardan gelen kalite kültürü üzerine inşa edilmiş bir şirkettir. Birmot’ta mükemmellik modeli ile ISO 9000 kalite sistemlerinin harmanı olan Birmot Kalite Yönetim Sistemi (KYS) uygulanıyor. KYS’nin somut faydalarını gerek uygulayıcılar gerekse müşteriler yoğun olarak hissettiler ve hissediyorlar. Müşteri odaklı bir şirkette, şirketin her kazanımı aynı zamanda müşterinin kazanımıdır. KYS sayesinde izleme ve ölçümlemimizi sistematikleştirdik. Sadece satış adetleri ya da servise giriş adetleri olarak değil, sürecin performansını oluşturan diğer göstergeleri ve çevrimleri de

izliyor ve ölçüyoruz. Bu, bize zaman, süre, hız ve bunların hepsi demek olan etkinlik açısından kazanımlar sağlıyor.

Odağında müşteri olan bir sistem kurduk. Müşteri odaklı davranışı kuru bir klişe olmaktan çıkaran eylem; davranışlardır, müşteriyi gerçekten velinimet, yani varlığınızın kaynağı olarak görmektir. KYS ile birlikte müşteri memnuniyetini ölçerken, memnuniyetsizlikleri, yani şikâyetleri de sistematik bir şekilde ele almaya başladık. Bu sistemi 2003 yılında

devreye aldığımız web tabanlı müşteri ilişkileri modülü ile destekledik.

Birmot “Büyük Ölçekli Kuruluşlar” kategorisinde “Ulusal Kalite Ödülü”nde finalist oldu. Bu başarının sırrı nedir?

İş yapış şekilleri ve Koç kültürü ile beslenen ortak kültürle doğrudan ilgili. Birmot’un kuruluş amacı “Müşteri Odaklılık” olduğuna göre, tarzları monotonlaştıran ve müşterilere “aynı” üstün hizmeti veren bir yapı kurulmalıydı. Her işlet-



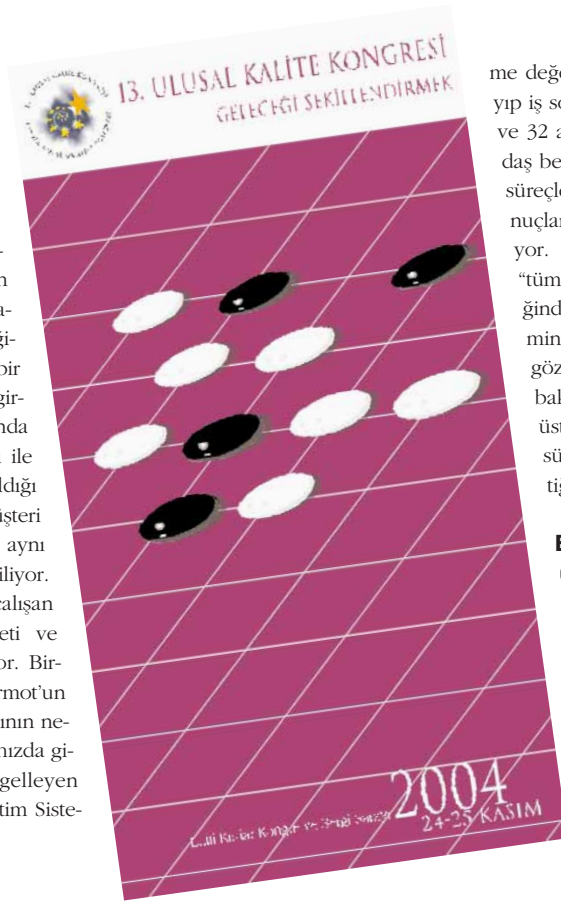
me sistemlerini gerçek anlamda müşterisi için geliştirir. Bir bak-
kal da bunu yapar, binlerce ki-
şinin çalıştığı şirketler de. Dağınık
yapıda çalışan bir şirkettir. 11
temsilciliğimizin müşterileri hem
farklı hem de “aynı” kişiler. Mü-
kemmellik modeli ve ISO 9000’in
getirdiği müşteri odaklı sistem sa-
yesinde, herhangi bir temsilciliği-
mizden araç alan bir müşterimiz, bir
başka temsilciliğimizin servisine gir-
diğinde, isimler farklı olsa da aslında
“aynı” kişilerle aynı iş yapış tarzı ile
karşılaşıyor. Çünkü, İstanbul’da aldığı
hizmetin aynısını, yani aynı müşteri
odaklı ve sıcakkanlı yaklaşımı ve aynı
kaliteli hizmeti İzmir’de de bulabiliyor.
Bu, elbette, dağınık sistemde çalışan
Birmot için müşteri memnuniyeti ve
“farklılık” açısından başarı sağlıyor. Bir-
mot gerçekten hızlı bir şirket. Birmot’un
kısa bir sürede piyasada tanınmasının ne-
denlerinden birisi de bu. Yüksek hızda gi-
derken yoldan çıkmamızı engelleyen
kontrol noktamız ise Kalite Yönetim Siste-
mimiz.

Ödül neyi ifade ediyor?

“2004 Yılı Ulusal Kalite Ödülü”ne beş kuruluş
başvurdu. Yani beş kuruluş, yönetim sistem-
lerinin mükemmel olduğunu düşünerek,
ödüle başvurmaya cesaret etti. Ve bu beş şir-
ketten sadece üçü finalist oldu; bunlardan bi-
risi de Birmot. Birçok şirket gibi “ödül almak
için başvurmadık” yerine, güçlü yaklaşımlar-
la süreçlerini yöneten, katılımı sağlayan ve iş
sonuçları düzgün olan bir şirket olarak, rahat-
lıkla ödüle, ödül almak için başvurduk diye-
biliyorum. Fakat ödül başka kazanımlar da
getiriyor. Bunlardan birisi de ortak amaçlar
için tüm paydaşlarla düşünce, çözüm ve uy-
gulama üretmek. Birmot KYS, çalışanlarımızın
bir ürünü ve ödülüdür. Aslında biz ödü-
lümüzü zaten aldık. Türk şirketlerinin kalite ödülleri-
ndeki başarıları da sebepsiz değil. Belirtmek isterim ki, Avrupa’da bu ödü-
lül alan ülkelerin başında Türkiye var. Bu başarının altında, ça-
lışkanlığımız, toplumsal yapımız ve zengin kültürümüz yatıyor.
Biz de bunun örneklerinden birisi olmak için, Birmot olarak eli-
mizden geleni yapıyoruz ve yapmaya devam edeceğiz. 2005 yı-
lında da “Avrupa Kalite Ödülü”ne başvurma kararımız var.

“EFQM Mükemmellik Modeli” nedir, neyi amaçlıyor?

Model, sonuçlara yönlendirme, müşteri odaklılık, liderlik ve
amacın tutarlılığı, süreçler ve verilerle yönetim, çalışanların ge-
liştirilmesi ve katılım, sürekli öğrenme, yenilikçilik ve iyileştir-



**Birmot’un kuruluş amacı
“Müşteri Odaklılık”
olduğuna göre, tarzları
monotonlaştıran ve
müşterilere “aynı” üstün
hizmeti veren bir yapı
kurulmalıydı. Her işletme
sistemlerini gerçek
anlamda müşterisi için
geliştirir**

aşamalara bölünmeli. Biz, özdeğerlendirme yaklaşımı olan iyi-
leştirmeye açık alanların objektif olarak belirlenmesi ve gerçek-
çi eylem planları ile faaliyete başlamak konusunda kararlı ol-
duk. Kesin bitirme süreleri belirleyerek, ara izlemelerde bulun-
duk. Bu şekilde, “Kalite Kurulu” ya da haftalık koordinasyon
toplantılarında çözüm aşamalarının sürekli gündemde tutulma-
sını sağladık ve bu aşamaları da çalışanlarımızla intranetimiz
aracılığı ile paylaştık. Bizce model oldukça faydalı bir ortak akıl
yaratıyor. Aslında model herkesin bireysel hayatında dahi kul-
lanılabileceği basit, yalın ve etkin çözümler üretiyor. Bu açıdan,
modelin araçlarından olan özdeğerlendirmeyi çok faydalı bir
iyileştirme aracı olarak görüyoruz. ☺

me değerlerini temel alan, liderlikle başla-
yıp iş sonuçları ile tamamlanan dokuz ana
ve 32 alt kriterden oluşuyor. Model, pay-
daş beklentileri doğrultusunda kuruluşun
süreçlerini “sürekli” iyileştirmesi ve so-
nuçlarla bunu desteklemesine dayanı-
yor. Özünde zor gibi görünen fakat
“tüm” çalışanlar tarafından benimsendi-
ğinde her şeyin ölçümlendiği, her siste-
min “sürekli” ve “sistemati olarak”
gözden geçirildiği, işe her yönden
bakmanızı sağlayan bir model. Adı
üstünde, bu modeli uyguladığınızda
süreçlerinizin giderek mükemmelleş-
tiğini verilerle hissediyorsunuz.

Birmot’un “EFQM Mükemmellik Mo- deli” alanında yaptığı çalışmalardan bahseder misiniz?

“Mükemmellik Modeli”nin katkıla-
rından birisi, gözden geçirme
araçlarımız içine kattığımız “öz-
değerlendirme sistematiği” oldu.
Ödül benzetimi tipinde özdeğer-
lendirme uyguluyoruz. “Ulusal
Kalite Ödülü” aday olduğumuz
için ödül benzetimini daha uy-
gun gördük. Daha önce proje
ekipleri oluşturarak iyileştir-
meler gerçekleştiriyorduk. Öz-
değerlendirme ile birçok ko-
nuyu aslında tek ekibe indir-
gemiş olduk. Birçok konuya
sistemati olarak tek büyük
bir ekibin ortak aklı ile çö-
zümler üretmenin iyileştirme
sürecini kısalttığını gözlemle-
dik. Gerek özdeğerlendirme
gerekse proje ekibi çalışmalara
rında her zaman ekibin siste-
matik yürümesi gerekiyor.
Bundan kastım şu: Sorunlar
objektif olarak tesbit edilmeli,
çözümler ise mutlaka planlı

KoçLease ile KOBİ'lere Yeni Ufuklar

Küçük ve orta ölçekli işletmelerde yatırım finansmanı için çok avantajlı bir ürün olan **leasing**, bu işletmelere pek çok **avantajı** da beraberinde sunuyor. Konuyla ilgili sorularımızı KoçLease Genel Müdürü **Çağatay Baydar** yanıtladı

Leasing nedir?

Biz Leasing'i basit anlamda yatırıma yönelik menkul ve gayrimenkulün uzun vadeli finansmanı olarak niteliyoruz. Bir firmanın sabit kıymet yazabileceği, sabit kıymet yatırımı olarak algıladığı tüm işlemleri leasing ile finanse etmesi mümkün. Bu malı biz satın alıyoruz ve beş ya da altı yıl vadelere varan geri ödeme planlarıyla müşteriye kiralyoruz. Bu sürenin sonunda müşterimiz bu mala sembolik bir bedel ödeyerek kendisi sahip oluyor.

KoçLease'den bahsedebilir misiniz?

KoçLease, sektörün lider şirketi. Çok şubeli bankaların leasing şirketlerinin de önündeyiz. 2 bini aşkın müşteri sayımız ve sözleşme tutarımız var. Çok değişik sektörlerde müşterilerimiz var. Oldukça aktif olduğumuz sektörlerin başında tekstil, sağlık, basın yayın, inşaat, ilaç ve kimya, demir-çelik, elektronik, turizm gibi sektörler geliyor. Anadolu'da yaygınlaşıyoruz. Özellikle Koç Grubu'nun yan sanayisine ve tedarikçilerine giderek onların yatırımlarını finanse etmeyi çok seviyoruz. Bir grup sinerjisinden faydalaniyoruz. Topluluk olarak iş ortağımız olan bayilerimizin, tedarikçilerimizin ihtiyaçlarını karşılamayı görev kabul ediyoruz.

Hangi kıymetler leasing kapsamında?

Makine ve ekipmanlar, torna tezgâhları, turizm ekipmanları, mutfak tesisatları,

matbaa makineleri, ulaşım araçları, tıbbi cihazlar, elektronik-optik cihazlar, tekstil makineleri gibi pek çok kalem mal leasing kapsamına giriyor. Gayrimenkul eskiden çok fazla tercih edilmiyordu, ancak günümüzde çok fazla talep var. Bunkadaki en önemli neden leasing'in muhasebe edilmesinde bir kanun değişikliği olması. 30 Haziran 2003 öncesinde leasing ile satın alınan mal, leasing şirketi tarafından sabit kıymet olarak yazılır ve amortismanla ayrılır. Dolayısıyla amortisman leasing şirketinin üstünde kaldığı için gayrimenkul leasing'i uzun vadeli amortismanı olduğu için yapılmazdı. Uluslararası muhasebe standartlarına uygun bir biçimde bu sistem değiştirildi. Leasing ile satın alınan malın kullanım hakkı aktif olarak kiracıya yazılmaya başlandı. Amortismanı da kiracı kendisi yazıyor.

Gayrimenkulün girmesi sektörü nasıl etkileyecek?

Gayrimenkul alımları büyük hacimli işler. Makinelerle karşılaştırıldığında makinelelerin birkaç misli finansman gerektiriyor. Gayrimenkul hacmi hemen büyütecek. Teminat oranının ve yapının da daha yüksek olmasını sağlayacak. Müşteri bir tekstil makinesini Adapazarı'nda kullanacağı diyor ama biz makineyi Van'da buluyoruz. Ancak gayrimenkulde böyle bir durum yok. Bizim açımızdan daha güvenilir. İkincisi gayrimenkul kiralrı çok yüksek. Kira ödüyor ve karşılığında

elde ettiği bir ürün yok. Biz ise müşteriye "biraz daha fazla öde malın sahibi ol" diyoruz. Müşteri gayrimenkulün sahibi olacağı için oldukça özenli davranıyor; eklemeler, iyileştirmeler yapıyor. Sahibi olacağı için yatırım yapıyor. Biz mal sahibi yapıyoruz.

Leasing'in ne gibi avantajları var?

Bir defa Türk Lirası'na 48 ay, döviz ve Euro'ya da 60 aya kadar vadeli sabit faiz oranlarıyla borçlanma imkânı sağlıyoruz. Yani uzun vadeli kredi veriyoruz ve gayrimenkul işlemlerinde özellikle 60 aya kadar çıkıyoruz. Bir malın %100'ü kadar finansman sağlıyoruz. Değeri 100 bin Dolar olan gayrimenkulün hepsini finanse edebiliyoruz. KDV avantajımız var. Makine ve ekipmanlarda %1, ticari araçlarda %8, binek otomobillerde %18 KDV oranı uyguluyoruz. Lüks olarak tabir ettiğimiz klima, müzik seti gibi ürünlerde de yine %18 KDV oranı uyguluyoruz. Fakat gayrimenkul veya bir fabrika alımında %1 KDV oranımız var; dolayısıyla müthiş bir KDV avantajı var. Bunun yanında ödeme planlarını müşterinin nakit akışına göre hazırlıyoruz. Müşterilerimiz nakit akışlarına göre esnek borçlanabiliyorlar. Tabloya baktığımız zaman leasing tamamen yatırıma yönelik bir destek.

Müşteri açısından krediden ne farkı var?

Bir defa biz mala, yatırıma, bir başka deyişle projeye kredi veriyoruz. Firmanın



kredilendirilmesi bizim açımızdan daha kolay oluyor. Daha kontrollü risk aldığımız için planı çok iyi olmayan firmalara da kredi verebiliyoruz. Küçük ve orta ölçekli firmalara isteyerek kredi veriyoruz. Bir bankaya gittiğiniz zaman süreç daha uzun. Bizim teminatımız ise malın kendisi olduğu için daha rahat ve daha çabuk kredilendirme yapabiliyoruz. Banka kredisi ile karşılaştırdığımız zaman ürüne uzun ve esnek vade var.

Türkiye'deki KOBİ'lerin bu ürüne ilgisi nasıl?

Türkiye'de finans sektörü genç bir sektör. Leasing ise 1980'lerin ikinci yarısında gelen bir ürün, dolayısıyla henüz 15 yıllık bir geçmişi var. Mamara ve çevresinde bilinmesine rağmen diğer bölgelerde yeterince tanınmayan bir ürün. Anadolu'da gidilecek çok yol olduğu için stratejilerimizden bir tanesi de bölge temsilcilikleri vasıtasıyla Anadolu'ya yayılmak. Leasing ürününü tanıyan KOBİ'ler sürekli olarak kullanıyorlar ve çok memnunar. Bilmeyenler de bu ürünün ne olduğunu anlatan tanıtıma ihtiyaç duyuyor. Tanıtımı daha geniş kitlelere yayarak anlatmalıyız. Leasing bence Türkiye yatırımının temel taşlarından bir tanesidir.

Leasingin dünyadaki yeri nedir?

Leasing'in dünyadaki toplam yatırımlardaki penetrasyon oranı Amerika'da %31, Kanada ve Avustralya'da %20, İsviçre'de %23, Fransa'da %13 ve İngiltere'de %15. Kabaca rakamlar bu şekilde. Türkiye'de ise bu oran %7. İyi bir pazarlama ile bu rakamı ikiye katlayabiliriz. Türkiye'nin önünde son derece iyi bir yol olduğunu düşünüyoruz. Türkiye'nin geçen seneki işlem hacmi 2.1 milyar Dolar ve önümüzdeki günlerde bu rakamın 2.7 olacağını düşünüyoruz.

Sektör açısından geleceğe yönelik beklentileriniz neler?

Ortalama dosya tutarlarının azalmasını yani daha küçük işlemlere yönelimi ve müşteri sayısının artmasını bekliyoruz. Bu çok radikal bir değişiklik. Artık sektör değiştiği için kurumsal firmalar leasing ile çok ilgilenmiyor. Leasingden daha ucuz imkânları oluyor. Biz küçük firmalara gidiyorduk ve 50 bin Dolar'dan daha küçük işlemler yapmıyorduk. Şimdilerde 10 bin Dolar'lık işler yapıyoruz. Çünkü sektör bizi oraya götürüyor. Sektörde daha çok müşteri, daha geniş bir taban ve daha çok işlem olacak. İş perakendeye gi-

diyor. Bu ürün KOBİ'ler için büyük avantajlar sağlıyor. Örneğin araba alınacak. KDV avantajını kullanacak ve yatırıma leasing ile destekleyecek. Küçük ve orta ölçekli şirketleri cesaretlendirmemiz. Kısa bir süre önce IFS'ten 30 milyon Dolar kredi aldık, altı yıl vadeli. Türkiye leasing sektörüne verilmiş en büyük kredidir bu. Bunu almamızın nedeni bizim KOBİ'lere olan yaklaşımımızdır. KOBİ'leri desteklememiz isteniyor. Elimizde böyle bir kaynak da var. Bizim KOBİ'lere verdiğimiz desteğin somut örneğidir bu.

Geçtiğimiz 15 yıla baksak, geleceğe nasıl bir projeksiyon yapabiliriz?

Sektör en az %20 büyümeye gösterecektir. Sektörün kısa bir zamanda 4 veya 5 milyar Dolar'a doğru girmesi lazımdır. Türkiye gibi ülkelerde bu ürünün kullanımının artacağını ve stratejik olarak büyüyeceğine inanıyorum. Türkiye'de yatırım bitmeyeceği için bu ürünün ömrünün çok uzun olacağını düşünüyorum. Nüfus artışından daha yüksek bir büyüme olacağı için yatırımlar artacak. Leasing gibi yatırımları finanse eden, küçük ve orta ölçekli firmalara büyüme imkânı veren ürünler her zaman para yapar. 💰

“MasterMind” ile Kariyerinize Yeni Bir İvme

Koç Bryce, kurumsal alanda verdiği eğitimlere bireysel eğitimleri de ekledi. Dünyanın önde gelen teknoloji eğitim firmalarından NIIT ile yapılan anlaşma sonrası ilk eğitimler 22 Ekim’de başlıyor. Koç Bryce Genel Müdürü Diana Fındıkoğlu sorularımızı yanıtladı

Öncelikle Koç Bryce’taki büyümeden bahseder misiniz?

MasterMind kariyer programını aktarmadan önce Koç Bryce’in 2004’ün ilk altı ayına ve genel durumuna baktığımızda, Koç Bryce yeni stratejileri çerçevesinde ciddi bir ciro ve pazar payı artışı sağlamıştır. IT sektörünün 2004’te %20 büyümesine karşılık, KoçBryce 2003-2004 temmuz sonu kıyaslamasında aynı döneme göre %70’lik ciro artışı sağlamıştır. Aynı zamanda 2003 yılı sonundaki ciro rakamına 2004’te Temmuz ayında ulaşmış durumdadır. Yılbaşı itibarıyla başlayan ivme ile geçen yıla göre 2004’te yüzde 100 büyüme hedeflemektedir. Ofis lokasyonunu 2003’ün son çeyreğinde Altunizade’ye taşıyan; 10 sınlı, TFT ekranlı ve güçlü donanımlara sahip bir altyapı ile katılımcılarını karşılayan Koç Bryce, “Mobil Sınıf” hizmeti ile şirket katılımcılarına kendi ofislerinde eğitim vermektedir. Bugün yetkili eğitim merkezi olduğumuz iş ortağı sayımız altı ve tek yetkili eğitim merkezi olduğumuz iş ortağı sayımız ise dördüttür. Bunlar; Microsoft, Cisco, Oracle, Check-Point, BMC, Macromedia ve tek yetkili eğitim merkezi olduğumuz SAP, Red Hat, Sun, Java’dır.

KoçBryce diğer yandan İngilizce dil eğitimleri de veriyor. Bu eğitimlerle ilgili bilgi verir misiniz?

Koç Bryce olarak b-learning (blended

learning-karma eğitim) ile sınıf ve uzaktan eğitim hizmetlerini beraber veriyoruz. Dil eğitiminde dünyanın lider şirketlerinden DynEd ile İngilizce eğitimi için bir işbirliğine imza attık. DynEd ile gerçekleştirdiğimiz İngilizce eğitim programıyla bireyler ve kurumlar, kişisel bilgisayarları ile evlerinden veya ofislerinden etkin bir sistemle TOEFL 500 düzeyine 380-450 saatte, klasik eğitim sitesine (1000 saat) göre daha kısa zamanda ulaşabiliyorlar. Bireylerin aldıkları DynEd İngilizce eğitimini tamamlayanlar, Koç Bryce’in yanı sıra Boğaziçi Üni-

versitesi tarafından da sertifikalandırılıyorlar.

Bilişim sektörüne yönelik farklı alanlarda da eğitimleriniz var mı?

Nortel Networks Netaş ile gerçekleştirdiğimiz işbirliği kapsamında “Telecommunication, Computing ve Networking”i kapsayan TeleCom Net eğitimlerine 26 Temmuz 2004 tarihinde başladık. TeleCom Net eğitimleri ile telekomünikasyon sektörünün ihtiyacı olan nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesini amaçlıyoruz. Telekomünikasyon (iki seviyeli te-



lekommunikasyon), bilgisayar ve ağı yapıları (TCP/IP) olmak üzere üç konuyu bir eğitim programında sunan tek eğitim paketi olan TeleCom Net'in içeriğini üründen bağımsız olarak tasarladık.

Bu tür bilişim eğitimlerini ön plana almanızın sebepleri neler?

IDC verilerine göre Türkiye'de 2002 yılında bilişim sektöründe 81 bin çalışan ve 123 bin açık pozisyon vardır. 2006 yılında ise bu alanda 130 bin çalışan olması beklenmektedir. Yine IDC raporlarına göre, 2006 yılında Türkiye'nin bilişim alanındaki fakültelelerinden mezun olacak insan gücü sayısı, 2800'ü bilgisayar mühendisi olmak üzere 5 bin kişi civarında olacaktır. Cisco'nun yaptığı araştırmalara göre ise Türkiye'de sadece bilgisayar ağları uzman açığı 2003 yılında yaklaşık 20 bin kişiye ulaşmıştır. Bilişim alanında eleman açığı Avrupa'da %34 seviyesinde iken Türkiye'de bu oran daha yüksek olup %45'tir. Görülen o ki, sürekli gelişen ve büyüyen bilişim sektörü, gelecekte büyük beklentileri olan genç, yaratıcı ve dinamik nüfusumuz için istihdam platformu yaratmaktadır. Eğitim, gelecek için yapılan uzun vadeli bir yatırımdır. Bu nedenledir ki, ülkeler eğitim sistemlerine, şirketler insan kaynaklarına, kişiler de bireysel eğitimlerine, geleceği öngörerek yön verirler. Başarılı bir kariyer için atılması gereken ilk adım, hangi alanda çalışacağınıza karar vermektir. Bu kararda, seçilecek mesleğin yeteneklerle örtüşmesi kadar, istihdam vaat etmesi de önemli bir kriterdir.

Üniversite eğitimi alanlar kadar, istediği bir bölüme giremeyenler de hedef kitleniz arasında.

Sadece bu yıl Öğrenci Seçme Sınavı'na 1.7 milyon kişi girmiş, bunlardan ancak 350 bini bir yüksek öğretim kurumuna yerleştirilmiştir. Sınava giren öğrencilerin yüzde 79'u açıkta kalmıştır. 2006 yılında, bilişimle ilgili fakültelerimizin vereceği mezun sayısı ise 2800'ü bilgisayar mühendisi olmak üzere, sadece 5 bin civarındadır. Dolayısıyla bir tarafta ihtiyacı karşılayamayan mezun sayısı, diğer yanda kariyer arayışında olan yüz binlerce gencimiz bulunmaktadır. Bugün üniversite öğrenimi gören ancak iş sorunu ya-



Eğitim, gelecek için yapılan uzun vadeli bir yatırımdır. Bu nedenledir ki, ülkeler eğitim sistemlerine, şirketler insan kaynaklarına, kişiler de bireysel eğitimlerine, geleceği öngörerek yön verirler

sayan mezunlar ya da herhangi bir yüksek öğretim kurumuna giremeyen gençler için bilişim sektörü, gelecek vaat eden çok ciddi bir kariyer seçeneğidir.

Sizin çok kısa bir süre önce başladığınız bir diğer eğitim de NITT ile yaptığınız işbirliği sonucu hayata geçirildi. Bu eğitimden bahsedebilir misiniz?

Türkiye'nin bilgi toplumuna geçiş sürecinde "One Stop Shop" ürün ve hizmetleriyle aktif rol üstlenen Koç Bryce, dünyanın teknoloji eğitimlerinde lider şirketlerinden NIIT ile gerçekleştirdiği işbirliği çerçevesinde, üniversite düzeyinde eğitim ile dünya çapında geçerli NIIT sertifikası ve yurtdışında anlaşmalı

üniversitelerde diploma imkânı sunuyor. NIIT, Avustralya, ABD, İngiltere, Fransa, Almanya ve Japonya dahil olmak üzere 44'ten fazla ülkede, 3900 noktada, 3.5 milyonda fazla öğrenciye eğitim veren bir kuruluş. Microsoft tarafından üç yıl arka arkaya Asya'daki en iyi eğitim partneri seçilmiştir. NIIT; İngiltere, Avustralya, Kanada, İrlanda gibi ülkelerde uluslararası üniversitelerle akademik işbirliği içinde.

MasterMind Series aynı zamanda bir diploma programı, değil mi?

Evet. Türkiye'de Koç Bryce tarafından sunulan NIIT'nin MasterMind Serisi eğitim programlarına katılanlar, temel eğitim süresini tamamladıklarında, NIIT'nin "Bilişim Uzmanı" sertifikası'na sahip oluyorlar ve yazılım mühendisliği ile sistem&network mühendisliği arasında seçim yapıyorlar. İki yıl sonunda eğitimlerini başarı ile bitirenler ise yazılım geliştirme ya da sistem ve network konusunda dünya çapında geçerli olan DNIIT sertifikası'na sahip oluyor. Üniversite-lisans diploması almayı hedefleyenler, İngiltere, Kanada, Avustralya ve İrlanda'daki anlaşmalı üniversitelerde eğitimlerine devam ederek lisans diploması almaya hak kazanıyorlar. Programa katılan öğrencilere DYNED İngilizce eğitimi de veriliyor. Programda başarı gösteren öğrencilere kontenjan bazında bazı Koç Topluluğu şirketlerinde 2-6 ay arasında staj imkânı sağlanması planlanıyor. MasterMind Serisi eğitim programında sınıflar 15 kişiden oluşacak. Sınıflarda başarılı olup ilk üçe girenler laptop bilgisayarı ile ödüllendirilecektir.

MasterMind Serisi eğitimlerinin hedef kitlesi nedir?

Kariyerine bilişim sektöründe yön vermek isteyenlerin katılabildiği MasterMind Serisi eğitimlerinde, Ekim ayında başlayacak olan ve talep doğrultusunda sürekli açılacak yeni sınıflarla devam edecek eğitim programlarının Türkiye'deki hedef katılımcıları şu kesimlerden oluşuyor: Üniversite mezunu olup yeni kariyer edinmek isteyenler, üniversitede okuyup kariyerine değer katmak isteyenler, üniversiteyi kazanamayıp bilişim sektörüne yönelmek isteyenler. 

Damdaki Mizahçı

Cihan Demirci

Yağmur Yağıyor, Seller Akıyor!

Çocukluğumuzun en unutulmaz tekerlemelerinden biriydi: “Yağmur yağıyoor, seller akıyoor, Arap kızı camdan bakıyoor!” Küçüküktüm, ufacıktım ve şahsen her yağmurda pencerelere bakan bir çocuktum. Bütün merakım camdan bakan bir Arap kızına rastlamaktı. Ne yağmurlar gördüm, lakin onca yağmur görmeme rağmen şu Arap kızını camdan bakarken görmek ancak gençliğe adım attığım 80’li yıllarda kismet oldu. Özal’lı yıllardı. Boğaz’ın en güzel yerlerini Araplar kiralamaya başlamıştı. Tarabya, Sanyer Arap kaynıyordu. İşte böylesi bir dönemde sağanak yağmurlu bir sonbahar gününde Bebek’ten geçerken camdan bakan bir Arap kızı gördüm. Nihayeeeet!.. Yağmur felaket yağıyordu ve o Arap kızı elindeki üzüm salkımından üzümleri birer birer koparıp, Boğaz’daki lüks bir dairenin penceresinden kasıla kasıla bakarak sanki benimle dalgasını geçiyordu, çünkü şehirde altyapı yoktu. Çadırdan gelmiş bir toplum her afet sonrasında yeniden çadıra muhtaç oluyordu. Peki çadır bilir Arap kızına n’oluyordu? Sonrasında İstanbul’da ne zaman ortalığı sel alsa, benim gözümün önüne kakhahalarla gülen Arap kızları gelir oldu. Hem kakhahalarla gülen hem de elindeki salkımdan iştahta üzüm yiyen Arap kızları... Bu yüzden epeydir yağmur yağdığına pencerelere bakmaz oldum.

İstanbul’da ya da ülkemizin başka bir şehrinde hiç fark etmiyor, şiddetli bir yağmur bizim medeniyetin neresinde olduğumuzu suratımıza, hatta iç çamaşırıma kadar vuruyor! Her sınırlıklam oluşumuzda aşık filan da değiliz üstelik. Sellerin orta yerindeyiz. Bir bakıyorsunuz hayatında deniz yüzü görmemiş insanların usta birer bot kullanıcısı. Ana cadelerde şişme botlar yüzüyor. Şişme botlarla kurtarılmaya çalışılan şaşkın hayatlar. Sen hem bodrum katında oturacaksın hem de yüzme bilmeyeceksin, ülkemizde olur şey değil bu durum. Yüzmedeki durumumuz ortada. Geçtiğimiz Atina Olimpiyatları’nda da yüzücülerimiz kulaç topladılar her zamanki gibi. Bunun bir

nedeni de bodrum ya da giriş katlarında oturup da yüzme bilmeyen vatandaşlarımız! Bodrum katlarında oturanlara bir an önce yüzme kursları açılmalı. İçlerinden bazıları hayatlarını kurtarmakla kalmayıp ülkemize hiç umulmadık madalyalar da getirebilir.

Yıllardır futbol takımlarımız için şöyle der dururuz: “Bu takımda altyapı yok kardeşim!” Sanki futbol takımlarımızda olmayan altyapı şehirlerimizde varmış gibi. Çocuklarımız bu altyapısız şehirlerde maşallah “sular-seller” gibi hazırlanırlar hayata. Daha ortada sel filan yokken, belediye nin açtığı çukurlara düşüp ilk idmanlarını yapmış olurlar. Evinizde suyunuz akmaz ama sıkı bir yağmurda sele kapılıp gitmeniz an meselesidir. Tam karşı cinse kapılma çağı gelmiş bir genç olursunuz ki, bir de bakmışsınız ani bir sele kapılıp gitmişsiniz!..

Yıllar önce, çocukluk işte, yağmurlar yağıyor, camlara bakıyoruz ya, o yıllar...

Balkanlar’dan göç etmiş bir komşumuza günün birinde merakla sormuştum: “Fehmi Amca yaaa, siz Balkanlar’dan göç ederken Balkanlar’dan gelen alçak basınçla yolda hiç karşılaştınız mı?” Fehmi amca uzun uzun gülmüştü. Zira her yağmurun bir numaralı faili gibiydi bizim için Balkanlar’dan gelen şu alçak basınç! Sanki o da Balkanlar’dan göç etmişti çıkartmadan. Ne alçak bir basınçtı bu böyleee!.. Her ne kadar dört mevsimden iki mevsime inen bir dünyada yaşamaya başlamış olsak da sonbahar bulutları tepimizde gene. Ekim ayı, yağmur ve sel ayıdır bizim için. Özellikle dere yatağına ev yapan halkımız için gene çamur renkli ve bol hareketli bir sezon başlıyor. Şişme botları şimdiden şişmeye başlamakta yarar var. Dere yatağında evi olan bir Alibeyköylü vatandaşımızın çığlığını duyar gibiyim: “Sen kendine bak kardeşim, sonuçta hepimiz aynı fay kınğının üzerinde yaşamıyor muyuz bu şehirde?..”

