

İçindekiler

Küresel Vizyon

4

- Koç Holding 40. Olağan Genel Kurul Toplantısı
- Koç, Teknoloji Atılımında
- OPET-Aygaz Bulgaristan'da
- ISO Meclis Başkanı Hüsamettin Kavi
- Stratejik Planlama Koç Topluluğu'nun Geleceğine Yön Veriyor

Ayın Gündemi

20

- Türk Sanayii "Ağa"sını Kaybetti
- Koç Holding'de Latin Ateşi

İletişim

24

- TRT Uluslararası 23 Nisan Çocuk Şenliği
- "Yakışıklı ve Delikanlı" Traktörleriyle TT Serisi
- Vehbi Koç Vakfı Genel Müdürü Erdal Yıldırım
- 16. Koç Topluluğu Spor Şenliği Başladı

e-dönüşüm

34

- KoçSistem'den e-dönüşüm Atılımı

İnsan Kaynakları

36

- Ford Otosan-TNT Logistics İşbirliği Ödül Getirdi
- Koç Topluluğu'nda Kariyerin Adresi

Kültürel Vizyon

40

- Işıkla Avlanan Hayalet Notalar

Geleceği Görmek



29 Nisan günü **Koç Holding 40. Olağan Genel Kurul Toplantısı'nı** gerçekleştirdik. Topluluğumuzun uluslararası iş dünyası içindeki yerini ve gücünü sağlamlaştırdığı bir dönemde yapılan Genel Kurul, farklı anlamlar taşıyordu. Topluluk şirketlerinin performanslarını artırdıkları, hisse değerlerini yükselttikleri bir süreçte hedef artık çok daha büyük. "Hızlı ve kârlı bir büyüme sağlayarak Avrupa'nın lider şirketlerinden biri olmak" biçiminde şekillenen bu hedef tüm grubun çalışmalarına yön verecek. Yurtdışı faaliyet gelirlerinin toplam ciro içindeki payı gün geçtikçe daha da artıyor.

OPET'le Dev Bir Adım

Geçtiğimiz ay **Bulgaristan'da**, OPET-Aygaz ortaklığında Sofya'daki ilk benzin istasyonumuzun görkemli açılış törenindeydik. Koç Holding Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç**, Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç** ve Yönetim Kurulu Üyesi **Ömer M. Koç**'un katıldıkları açılış töreni, uzun soluklu olacak bir çalışmanın ilk adımı olması açısından büyük önem taşıyordu. OPET ve Aygaz ortaklığında kurulan OPET-Aygaz Bulgaria EAD'nin hedefi beş yıl içinde yüze yakın istasyon açmak. Her açıdan önemli, her açıdan dikkatle takip edilmesi gereken bir atılım bu. Hızla büyüyen bir pazarda güçlü bir biçimde var olmak, "geleceği görebilmek"... "Geleceği görmek" denince akla ilk gelenlerden biri de Topluluk şirketlerinin büyük bir başarıyla yürüttükleri Ar-Ge çalışmaları. Bugün gururla söyleyebiliriz ki, Koç Topluluğu şirketleri, araştırma ve geliştirmeyi, bölgesinde lider ekonomik güç olmanın vazgeçilmezi olarak

görüyor. Ar-Ge faaliyetleri, günümüzde sadece teknoloji yaratma ya da yeni buluşlara imza atma değil, rekabet üstünlüğü sağlamanın da vazgeçilmez bir yolu. **Şeref Oğuz** imzasıyla hazırladığımız dosyamızda Topluluk şirketlerinin Ar-Ge çalışmalarına genel bir bakış bulabileceksiniz.

Çocuklarla Birlikte

Koç Holding-TRT işbirliğinde 7. kez düzenlenen Uluslararası Çocuk Şenliği, 26. yaşını kutladı. Her geçen gün daha da büyüyen, daha da güçlenen bu şenliğin bir parçası olmak bizi mutlu ediyor. Şenliğe konuk olan çocukların mutluluk ve sevinçleri, Topluluk olarak ne kadar önemli ve doğru bir projeye imza attığımızı bizlere kanıtıyor.

Uzun yıllardır büyük bir heyecanla düzenlenen **Koç Topluluğu Spor Şenliği** de bu yıl 16. kez düzenleniyor. Topluluk şirketleri yine spor salonlarında ve sahalarında kıyasıya mücadele edecek, başarı için çaba gösterecekler. Tüm sporculara başarılar diliyorum.

Sakıp Sabancı'ya Veda

Sakıp Sabancı, kuşku yok ki **Vehbi Koç** ile birlikte Türk sanayiinin en önemli kilometre taşlarından biriydi. Bugün atılan her önemli adımda bu iki ismin öncü rolü kendini gösteriyor. Sakıp Sabancı'yı 10 Nisan günü ebediyete uğurladık. Türk ekonomisinin, Türk sanayiinin, Türkiye'nin başı sağ 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

Fax: (0 216) 343 15 37

Internet: <http://www.koc.com.tr>

e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr

Mayıs 2004 Sayı: 314

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

Genel Yayın Yönetmeni: Hasan Bengü

Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil

Editör: Ülkü S. Osmanoglu

Sanat Yönetmeni: Nihal Atatepe

Yayın Kurulu: Şeref Oğuz, Şeniz Akan,

Ann Dörtok, Burak Tezcan

Yapımcı: Kesim Yayınılık ve İletişim

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

Renk Ayrımı ve Baskı: Çali Grafik Matbaacılık A.Ş.

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

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

bizden



Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç:

“Ana Hedefimiz Avrupa’da Lider Şirketlerden Biri Olmak”

Koç Holding Genel Kurulu 29 Nisan’da yapıldı. Toplantıda bir konuşma yapan **Mustafa V. Koç**, Koç Holding’in ana hedefini **hızlı ve kârlı bir büyüme** sağlayarak **Avrupa’nın lider şirketlerinden biri** olmak şeklinde ifade etti

Koç Holding 40. Olağan Genel Kurul Toplantısı, 29 Nisan 2004 Perşembe günü Koç Holding Nakkaştepe Tesisleri’nde yapıldı. Toplantıya Koç Holding’in ortakları, üst düzey yöneticileri ve Topluluk yöneticileri katıldı.

Toplantıda bir konuşma yapan Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, Topluluğun 2003 yılı faaliyetleri ile ilgili bilgi verdi. “Koç Holding, Topluluk şirketlerinin performanslarını artırarak kârlılığını ve hisse değerini yükseltmeyi, hissedarlarına değer yaratmayı ve yeni yatırımcıları da hissedarları arasına katmayı hedeflemektedir” diyerek sözlerine başlayan Mustafa V. Koç, “2003, Koç Topluluğu açısından iç ve dış piyasalarda beklentilerin çok üzerinde performansın gösterildiği bir yıl oldu.



Mustafa V. Koç: “2003, Koç Topluluğu açısından iç ve dış piyasalarda beklentilerin çok üzerinde performansın gösterildiği bir yıl oldu.”

Ana iş birimlerimizde görülen yüksek artışlar 2003 yılı konsolide ciromuzu 11.1 milyar Dolar'a, konsolide net kârımızı 274 milyon Dolar'a çıkardı. Bu olumlu göstergeler; otomotiv, dayanıklı tüketim, perakende, finansal hizmetler gibi ana iş birimlerimizdeki gücümüz ve son birkaç senedir yaptığımız yatırım ve girişimlerimizin sonucu" dedi.

Konuşmasında Topluluğun 2003 yılı finansal sonuçlarıyla ilgili bilgiler veren Mustafa V. Koç, şunları söyledi: "Koç Holding 2003 yılını başarılı finansal sonuçlarla kapatmıştır. Türkiye ekonomisindeki olumlu hava, düşen faiz oranları, özellikle otomotiv ve dayanıklı tüketim sektörlerinde artan iç piyasa talebi, yine otomotivde ihracat artışının devam etmesi ve 2002 sonunda %50 hissesi satın alınan **Opet**'in katkısı, Koç Holding'in sabit TL bazında cirosunu %20, faaliyet kârını %83, net kârını ise %725 artırmasını sağlamıştır. Konsolide finansal oranların tümünde 2002 yılına göre olumlu gelişme sağlanmıştır. Bu sonuçların elde edilmesine katkıda bulunan gelişmeler özetle şunlardır:

Topluluğumuzun 2003 yılı kombine cirosu 24.912 trilyon TL olup, bu rakamdan uluslararası muhasebe standartlarının müşterek yönetime tabi ortaklıklara uygulanması sonucunda 5.986 trilyon TL ve konsolidasyon gereği yapılan düzeltmeler sonucu 3.422 trilyon TL düşülmesi sonucunda 15.504 trilyon TL konsolide ciro sağlanmıştır. Kombine ciromuz %70 artarak 17.9 milyar Dolar olmuştur. 2003 yılı kombine vergi öncesi kârımız 1.555 trilyon TL ve Dolar bazında geçen yıla göre %390 artışla 1.114 milyar Dolar olmuştur. Topluluğun izlediği etkin tasarruf politikalarının da yardımıyla 2002 yılındaki 455 trilyon TL faaliyet karı %83 nispetinde bir artışla 833 trilyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Enflasyonist ortamlarda faaliyet gösteren firmaların net parasal pozisyonları üzerindeki enflasyon etkisini gösteren parasal kayıp tutarı enflasyonun 2002 yılında ki %30.8 seviyesinden 2003 yılında



Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç: "2003 yılı, Koç Topluluğu açısından iç ve dış piyasalarda beklentilerin çok üzerinde performansın gösterildiği bir yıl oldu"

%13.9'a düşmesi nedeniyle TL bazında %69 azalmıştır.

Faiz oranlarındaki düşüş ve TL'nin 2003 yılı içerisinde ABD Doları ve Euro karşısında değer kazanması finansman giderlerinin azalmasını sağlamış, net finansman gelirleri 2002 yılındaki 24 trilyon TL düzeyinden 2003 yılında 146 trilyon TL düzeyine yükselmiştir. 2003 yılı neticeleğinde, gerek faaliyet kârı ve net finansman gelirinin artışı gerekse net parasal pozisyon zararının azalması 2002 yılında 46 trilyon TL tutarındaki net kâr 382 trilyon TL düzeyine yükseltmiştir. Bu %725'lik bir artış demektir".

Konuşmasında Koç Topluluğu'nun 2003 yılı yurtdışı faaliyetleri ile ilgili bilgiler de veren Mustafa V. Koç, "Yurtdışı satışlarını artırmaya odaklanan Koç Topluluğu, uluslararası satışlarının yaklaşık üçte iki-

sini otomotiv ve dayanıklı tüketim sektörlerinde gerçekleştirmektedir. Grubumuz bir taraftan uluslararası pazarlardaki mevcudiyetini artırmakta diğer taraftan yeni pazarlara girmektedir. Koç Topluluğu, 25 ülkede 31 bağlı ortaklık ve 9 ofisiyle temsil edilmektedir. Topluluk şirketleri 2003 süresince uluslararası pazarlarda 4.994 milyon Dolar'lık kombine satış gerçekleştirmiştir. Bu satış, geçen seneye göre ABD Doları bazında %56'lık bir artışı ifade etmektedir" dedi.

Yapısal Değişiklikler

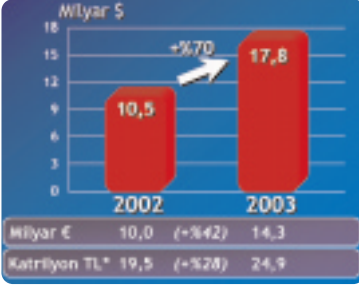
Konuşmasında Koç Topluluğu bünyesinde hayata geçirilen yapısal değişiklikler ile ilgili de bilgiler veren Mustafa V. Koç, şunları söyledi: "2003 yılında Stratejik Planımız doğrultusunda birçok yapısal değişiklik gerçekleştirdik.

Gıda sektöründe faaliyet gösteren **Tat, Maret, Pastavilla Makarna** ve **Sek Süt** şirketlerimizi, Tat bünyesinde birleştirdik. Bu birleşme ile gücünü artıran şirketimiz, **Düzye**'i de yanına alarak, Türkiye'nin lider gıda ve dağıtım şirketi olmayı hedeflemektedir. 2003 yılında ayrıca Enerji Grubu'nda LPG pazarında faaliyet gösteren **Mogaz** ve **Lipet** şirketlerimizin birleşmesi de gerçekleştirilmiştir. Turizm sektöründe **Setur** ve **Inres** şirketlerimizin birleşmesi tamamlanmış, **Mares** ve **Talya** otellerini birleştirme kararı alınmıştır. Otomotiv yan sanayi sektöründe **Matay** şirketindeki azınlık hissemizi ve **Koç Ece** şirketindeki hisselerimizin büyük kısmını yıl içerisinde, taahhüt sektöründeki **Garanti Balfour Beatty** şirketindeki hissemizi ise 2004 Ocak ayında satarak bu şirketlerden çıktık.

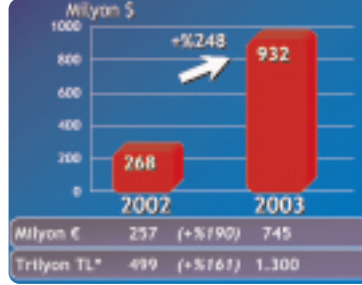
Enerji Grubumuzun %50 hissesini 2002 sonunda satın aldığı Opet, 2003 finansal sonuçlarına önemli katkıda bulunmuştur. **Aygaz** şirketimiz Opet ile birlikte, Güneydoğu Avrupa ülkelerinde gelişen akaryakıt ve otogaz piyasasına girmek, mevcut teknoloji ve deneyimini yurtdışı pazarlara taşımak amacıyla, öncelikli olarak Bulgaristan pazarında faaliyet göstermek üzere %50-50 ortaklıkla bir şirket

KOÇ HOLDİNG 2003 YILI SONUÇLARI

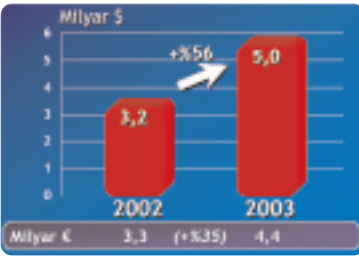
Kombine ciro



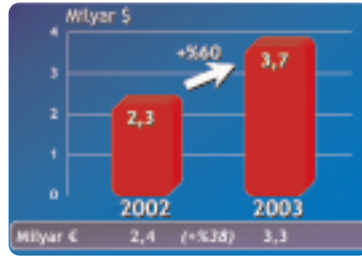
Kombine net kâr



Kombine yurtdışı gelir



Kombine ihracat



kurmuştur. Savaş sonrası Irak'ta iş ve ihracat imkânlarını değerlendirmek üzere şirketlerimiz koordinasyon içerisinde çalışmışlar ve 2003 yılı içerisinde bu ülkeye toplam 294 milyon Dolar ihracat gerçekleştirmişlerdir. Bunun içerisinde en büyük pay Opet ve Aygaz şirketlerimize ait olmuştur.

Arçelik, 2002 yılında Avrupa'da satın aldığı şirketleri yeniden yapılandırarak önemli maliyet tasarrufları sağlamaktadır. Bu amaçla Almanya ve Avusturya'daki bazı üretim hatları, Bolu ve Romanya'daki tesislere nakledilmektedir.

Beko Elektronik, Dijital Set Top Box ürünü ile ilgili teknolojiyi geliştirerek pazarlamak üzere İngiltere'de bir şirket kurmuştur. Beko Elektronik ayrıca 2003 senesinde **Grundig** firmasını satın almak için yoğun çalışmalarda bulunmuş, 2004 başında sonuca ulaşmış, Grundig'i, patent hakları, Ar-Ge'si, servis teşkilatı ve Avrupa'ya yayılmış satış teşkilatı ile birlikte %50 ortak olarak satın almıştır.

Türk Demir Döküm'ün Çin'de yerel ortak ile kurduğu radyatör fabrikası yıl içerisinde faaliyete geçmiştir. Şirketimiz ayrıca dış pazarlarda varlığını güçlendirme stratejisi doğrultusunda, ürünlerinin başta İngiltere, Fransa ve Almanya ol-

mak üzere tüm Avrupa ülkelerine satışını gerçekleştirmek amacı ile, İngiltere'de bir şirket kurmuştur.

Koç Allianz Hayat ve Emeklilik şirketimiz, uygulamaya giren mevzuat çerçevesinde, bireysel emeklilik sistemini faaliyet konuları arasına katmıştır. Koç Ailesi 2003 yılı içerisinde, **Temel Ticaret** aracılığı ile sahip olduğu **Migros'a** ait %50.81 hisseyi, Koç Holding'e aynı ser-

maye olarak koymuş ve Koç Holding'i bundan böyle tek yatırım aracı olarak kullanma kararını uygulamaya geçirmiştir."

Yeni Atılım ve Girişimler

Genel Kurul'da dağıtılan faaliyet raporunda Koç Holding CEO'su **F. Bülend Özaydınlı** özellikle yurtdışı faaliyetlerle ilgili bilgiler verdi: "2003'teki başarılı finansal sonuçlarımızla beraber, Stratejik Planımızın uygulanmasında da önemli mesafeler aldık. Yurtdışındaki hızlı büyümeye bağlı olarak yurtdışı gelirlerimizin toplam ciromuz içindeki payı artmaktadır. Bunun doğal bir sonucu olarak yurtiçi piyasalardaki dalgalanmalardan doğacak riskleri azaltıyoruz.

Topluluk olarak bu gelişmeyi otomotiv, dayanıklı tüketim ve perakende iş birimlerimizin kendi alanlarında kayda değer performans sergilemesine borçluyuz. Dayanıklı tüketim malları kombine ihracatımız 1.3 milyar Dolar'a erişirken otomotiv şirketlerimizin toplam ihracatları, geçen yıla kıyasla Dolar bazında %97 artarak 2 milyar Dolar'a ulaştı. 2003'te üretilen ve ihraç edilen her iki motorlu araçtan birinin üretiminin şirketlerimiz tarafından yapılmış olmasından dolayı gurur duyuyoruz. Otomotiv ihracatımızda yeni modellerin ilavesi ile dayanıklı tüketim grubumuzda ise bünyemize yeni katılan Grundig markamızın katkısıyla, 2004'te ihracatta büyümeye devam edeceğiz." 🌐





biletix

AYGAZ  **GVZ**

MİGROS

PROMENA

 **kangurum**



Koç Topluluğu'nda Rekabet Avantajının
Yeni Dinamosu: Ar-Ge ve Teknoloji

Koç, Teknoloji Atılımında

Koç Topluluğu şirketleri, araştırma ve geliştirmeyi, bölgesinde **lider ekonomik güç** olmanın vazgeçilmezi olarak **görüyor**

Küreselleşmenin etkilerini dünyanın uca köşelerinde dahi hissettirdiği günümüzde var olabilmek, teknoloji yaratmak ve bunu iyi kullanmaktan geçiyor. Alanı bütün dünya olan yeni rekabet yarışında önde giden firmalar arasına girebilmek için de bu bir zorunluluk durumunda. Firmaların daha ucuz ve kaliteli ürüne ulaşabilmelelerine en önemli destek, yapılan araştırma geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerinden ve bu lushçuluktan geliyor. Firmaların rekabet gücü elde edebilmelerindeki en önemli araç olarak tanımlanan Ar-Ge, küresel alanda var olabilmenin altın anahtarı haline geliyor. Bunu gayet iyi bilen lider firmalar, kaynaklarının ciddi bir kısmını Ar-Ge faaliyetlerine ayırıyor ve böylece gelecekte de var olmalarını garanti altına alıyorlar. Küresel rekabette önde olabilmenin en önemli araçlarından olan Ar-Ge, artık bütün Türk firmaları için bir "vazgeçilmez birim" olarak değerlendiriliyor. Kendi ürününü geliştiremeyen, yenilik yapamayan oyuncular rekabet yarışından hızla silinip gitmeye mahkûm görünüyor. **Koç Topluluğu**, yalnızca ülke-

mizde değil, aynı zamanda bölgesinde de lider olma hedefi doğrultusunda son yıllarda hız verdiği teknoloji yaratma ve Ar-Ge faaliyetlerini, artık rekabet üstünlüğüne yansıtma noktasına taşımış bulunuyor. Gerek yeni zenginlik alanlarında var olabilmek ve gerekse "müşteriye en yakın topluluk" yaklaşımıyla, insanların hayatını kolaylaştırabilmek için son yıllarda temposu artan bu girişimlerimizden bazılarını derledik.

Yepyeni Bir Arçelik

Arçelik, halkın yakından tanıdığı Çelik'in değiştirdiği imajıyla zaten giderek teknoloji yoğun bir firma haline gelmeye başladı. Arçelik, 90'lı yılların başından bu yana kendi teknolojisini üretme konusunda gösterdiği performansı ile Araştırma ve Teknoloji Geliştirme Merkezi'ni (ATGM) zaten bu amaçla oluşturdu ve geçen 14 sene içinde yenilikçi anlayışı, ileri teknolojisi, çevreye ve doğal kaynaklara verdiği önem doğrultusunda ciddi yatırımlar yaptı. Bugün bu yatırımların meyvelerini toplayan Arçelik, teknoloji

küresel vizyon





Arçelik bünyesinde bulunan akustik laboratuvarı bu konuda her türlü testin yapıldığı çok önemli bir merkez. Laboratuvardaki yankısız odanın (solda) dünyada da benzerleri sayılı. Yine aynı şekilde bulaşık makineleri ile ilgili mekanik ve elektronik testlerin yapıldığı merkezler de (sağda) Arçelik Ar-Ge'nin gücünü sağladığı tesisler.

alanında ödüllerin de sahibi olmaya başladı. Arçelik teknolojiye yaptığı yatırımlarla, **Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, TÜSİAD ve TÜBİTAK**'ın birlikte verdiği **Teknoloji Büyük Ödülü**'nün de iki yıl üst üste sahibi oldu. 1997 yılında Orbital Çamaşır Makinesi, 1998 yılında MQM-Motor Hata Tanımlama Sistemi ile büyük ödülü alırken, Orbital Buzdolabı ile 2001 Yılı Teknoloji Büyük Ödülü finalist olmaya hak kazandı. Arçelik'in uluslararası alanda aldığı bir diğer önemli ödül de **Energy+ Ödülü** idi. Geçtiğimiz Şubat ayında Avrupa Birliği Komisyonu'nun düzenlediği European Energy+ Yarışması'nda Arçelik kendi kategorisinde birinci olurken, tüm kategoriler arasında "En Az Enerji Tüketen Buzdolabını" üretmesi nedeniyle ayrıca ödüllendirildi; ve Energy+ yarışmasına başvuran 21 Avrupalı üretici şirketin, A+ ve A++ sınıflarındaki 900 farklı modelini geride bıraktı. Şu ana kadar ulaşılan en düşük Enerji Verimlilik Endeksi'ne sahip olan ödüllü buzdolabı, Arçelik'in Eskişehir İşletmesi'nde Türk mühendisleri tarafından tasarlanıp üretildi.

Teknolojiye yatırım sürecinin en önemli parçası, yaratılan teknolojinin patentlerle koruma altına alınması olarak gözükmüyor; patentlerle korunmayan teknoloji

rakipler tarafından kolayca taklit edilebiliyor. Bu amaçla, Ar-Ge faaliyetlerinin uygulanması ile beraber 1995 yılından itibaren Arçelik içinde "Fikri Haklar" konusunda oluşturulan ekiple birlikte, 1996 yılından itibaren Arçelik patent başvuruları artmaya başladı. Mevcut 230 başvurunun 72'si için patent alındı. Son üç yılda Türkiye'de yapılan patent başvurularının yüzde 10'u yine Arçelik'e ait oldu.

Beko: Bir Dünya Markası

Beko Elektronik, bugün Avrupa'nın en modern ve gelişmiş televizyon fabrikasına sahip. Üretimdeki otomasyon oranı yüzde 95'i buluyor. Ayrıca üretimin ihtiyacı olan otomasyon sistemlerinin üretimini, ürün test sistemlerinin donanım ve yazılım dizaynlarını, üretim hatlarının yazılım ve mekanik tasarımını kendi bünyesinde gerçekleştirebilecek bilgi birikimi ve tecrübesine sahip. Televizyon üreticisi olarak büyük başarıları imza atan Beko, 2005 yılında Avrupa'nın lider televizyon üreticisi olma hedefi doğrultusunda, 2003 yılında ağırlıklı olarak yeni "display" teknolojileri olmak üzere toplam 29.8 milyon Euro'luk yatırım gerçekleştirdi. Ayrıca İngiltere'de kurduğu Fusion Digital Technologies Ar-Ge ve satış şirketiyle de Avrupa'da her yıl %100 bü-

yüme gösteren dijital televizyon (IDTV) ve "set-top-box" (STB) pazarına da iddialı bir şekilde girdi. 2003 yılının ilk çeyreğinde kurulan Fusion Digital, güçlü ve alanında uzman Ar-Ge ve satış teşkilatıyla Avrupa pazarında hızla payını artırıyor. Beko'nun Ar-Ge Grubu farklı lokasyonlarda faaliyet gösteriyor. Endüstriyel Tasarım/Analog, Dijital ve Mekanik Tasarım İstanbul'da yer alırken, Dijital Tasarım da Beylikdüzü, İzmir, İngiltere ve Nürnberg'de hizmet veriyor. Beko'nun bugün mekanik ve elektronik uygulamalara dair mevcut beş adet patenti var. Bunun yanı sıra Grundig'in satın alınmasıyla birlikte bu kuruluşa ait 717 adet aktif patent de Beko'ya geçti.

Ford Otosan: Ar-Ge'de de Lider

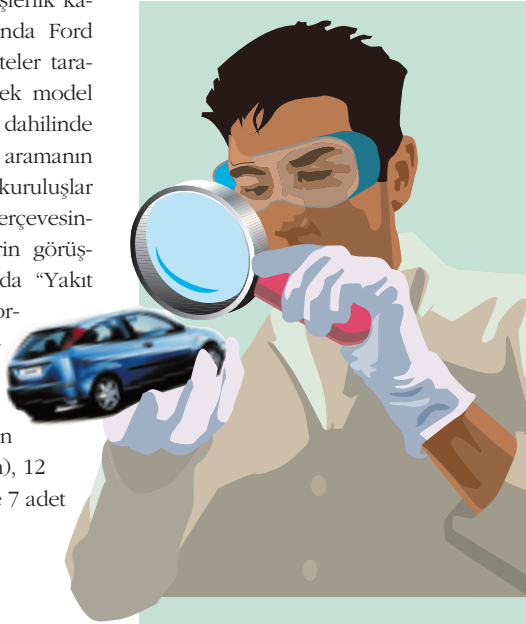
Ford Otosan, son dönemde, Türkiye'de otomotiv sektörünün lideri olma bilinci ile 2010 yılına uzanan bir Ar-Ge perspektifi ortaya koydu. Bu kapsamda Ar-Ge Program Koordinatörlüğü'nü kuran Ford Otosan, edindiği tecrübeleri ve yoğun bilgi potansiyelini yeni teknolojilerin yaratılmasında kullanmak ve Ar-Ge faaliyetlerini artırmak için yeni bir yapılanma oluşturarak teknoloji envanterini çıkardı. Şirket bünyesinde Avrupa Birliği'nin Ar-Ge fonlarından yararlanmak ve bu tür

projelerde ortak olmak amacı ile çalışmalar yapıldı; şu aşamada iki adet entegre projede partner olunması kesinleşti ve projeler ilgili AB komiserliğinin değerlendirilmesine sunuldu. Diğer iki projenin ise hazırlıkları devam ediyor. Ülkemizin bu konudaki genel başarısının düşüklüğü göz önüne alındığında bu çok önemli bir yol alma olarak değerlendiriliyor. Ford Otosan, ÜG/AR-GE projelerinin kapsamına giren bazı çalışmalarını üniversiteler ile birlikte yapma kararı aldı ve üniversitelerin de görüşlerini alarak, projede çalışacak öğrenciler için bir destek fonu oluşturuldu. ODTÜ-BİLTİR, Boğaziçi Üniversitesi ve İTÜ ile bu kapsamda ki "Endüstride Uygulama Destekli Tez Programı" anlaşmaları imzalandı ve sadece dört ay içinde altı proje işlerlik kazandı. Bu anlaşmalar sonucunda Ford Otosan; TÜBİTAK ve üniversiteler tarafından diğer firmalara bir örnek model olarak sunuluyor. AB fonları dahilinde dış rakiplerle ortaklık zemini aramanın yanı sıra, yurt içindeki firmalar/kuruluşlar ile de rekabet öncesi işbirliği çerçevesinde yürütülecek ortak projelerin görüşmelerine başlandı. Bu aşamada "Yakıt Pili ve Hidrojen" konulu bir ortak projenin yürürlüğe konması konusunda Arçelik, Tofaş ve TTGV ile bir konsorsiyum oluşturuldu. Bu yıl Ford Otosan 2 faydalı model, 1 eser (yazılım), 12 endüstriyel tasarım, 1 marka ve 7 adet patent başvurusunda bulundu.

Teknolojiye Türkçemizi Öğretiyoruz

Ses teknolojileri alanında bir ilk olarak kurularak 2000 yılında **Koç Bilgi Grubu** çatısı altında faaliyete geçen **GVZ; Interpro Bilişim Ödülleri** yarışmasında "Yılın Ar-Ge Projesi" ödülünü kazanan Konuşma Sentezleme, Konuşma Tanıma, Konuşmacı Tanıma teknolojilerini şirket bünyesindeki Ar-Ge ekibi ile geliştirerek pazara yön veriyor. Bu teknolojilerden Konuşma Sentezleme, elektronik ortamlarda bulunan her türlü Türkçe metni son derece anlaşılabilir ve doğal olarak Türkçe seslendiriyor; konuşma hızını, tonu, vurgusunu ve kalınlığını/inceliğini ayarlıyor. Kısaltmaları, rakamları, parasal ve takvimsel terimleri tanıyabildiği gibi "html" sayfalarını ve elektronik

mesajları da okuyabiliyor. GVZ'nin geliştirdiği bir diğer teknoloji olan Konuşma Tanıma, duyulan sesi bilgisayar tarafından, listelenmiş kelime veya cümlecikler içerisinde en yakın olanına eşleyerek yazıya dönüştürüyor, herhangi bir seçenek listesinden konuşulan seçeneği algılayıp karşılığında bir aksiyon üretiyor. Ocak 2002 tarihinde kurulan **Promena**, elektronik satınalma (e-Procurement) ve elektronik ihale düzenleme (e-Source) konularında internet tabanlı çözümler sunuyor. İş süreçlerini hızlandıran, çalışanların verimliliğini artıran ve kârimize ederek şirketlere yüzde 50'nin üzerinde verimlilik ve maliyet tasarrufu sağlayan Promena'nın geliştirdiği e-satınalma platformu ve e-ihale uygulamala-



Koç Topluluğu; uzun yıllardır yaptığı çalışmalarla Arçelik, Beko, Ford Otosan, Bilgi Grubu, Tofaş, Migros, Aygaz, Otoyol, Otokar, DemirDöküm ve Divan'daki **teknoloji yaratma** ve **Ar-Ge faaliyetlerini**, artık rekabet üstünlüğüne **yansıtma noktasına** taşımış bulunuyor

rı, şirketlerin ulusal ve uluslararası rekabet güçlerini artırmalarına yardımcı oluyor. 2005 yılına kadar firmalar arası ticaretin yüzde 35'inin elektronik ortama taşınacağı tahmin edilirken, Promena, Türkiye ve bölgesindeki ülkelerde en büyük pazar yerlerinden birisini yaratarak öncü ve lider konumunu devam ettirmeyi hedefliyor.

Sanal Alışveriş'in Öncüsü Olmak

Bu girişimler dışında Koç Bilgi Grubu, 2000 yılının Ocak ayında kurulan ve bugün B2C alanında Türkiye'de lider konumunda bulunan **Kangurum**; yine 2000 yılının başlarında kurulan, kullanıcılarının popüler kültür, sanat ve spor etkinlikleri hakkında bilgi edinmesine ve Türkiye çapında bu etkinliklerin biletlerini online, telefonla veya gişelerinden satın almasına olanak sağlayan ve Türkiye'de alanında bir ilke imza atan **Biletix**; 2001 yılında kurulan ve BT eğitimlerinde tek kurumsal ve uluslararası şirket olan **KoçBryce**; KOBİ'lerin yeni ekonominin fırsatlarından yararlanabilmesini, interaktif hizmetlerle rekabet gücünü artırabilmesini ve uzun vadede gerek yerel, gerekse uluslararası pazarlarda ticaret yapabilir hale gelmesini hedefleyen **Kobiline** şirketleri ile müşterilerinin, Koç Topluluğu'nun ve Türkiye'nin e-dönüşümüne öncülük etme hedefi ile yoluna devam ediyor. **Tanıt**'nin geliştirdiği **Paro** ise, online kampanya konusunda geliştirdiği iş modeli ve yazılım teknolojisiyle bir başka teknolojik yenilik sunuyor. Firmaların, kendi müşterilerini daha iyi tanımaları konusunda geliştirdiği yenilikçi modeller sayesinde Paro, "CRM'in VISA'sı" olma yolunda ilerliyor.

Tofaş'ta Amaç: Hep Daha İyisini Yaratmak

Türk otomotiv sektöründeki en büyük araştırma ve geliştirme birimi olan **Tofaş Ar-Ge**, donanımı ve profesyonel kadrosuyla çeyrek yüzyılı aşkın bir süredir Türk insanına "dünya kalitesinde" ve "Türkiye koşullarına en uygun" ürünleri sunma konusundaki çalışmalarını aralıksız sürdürüyor. 1994 yılının Aralık ayında Endüstriyel Planlama ve Ar-Ge Müdürlü-

gü'ne bağlı olarak kurulan Tofaş Ar-Ge, 310 mühendisi, 540 teknik personeli ve 3 bin 300 işçisi ile ileri teknoloji ve sürekli geliştirmeye odaklanmış bir kuruluş olarak yoluna devam ediyor. Misyonunu değişen tüketici talepleri ve müşteri memnuniyeti prensibi doğrultusunda ürün değişikliklerini, güncelleştirmelerini gerçekleştirmek, pazar ihtiyaçlarına zamanında ve ekonomik olarak cevap vermek, en hızlı ve en düşük maliyetle ürün geliştirmek ve kalite iyileştirme çalışmalarını yürütmek olarak belirleyen Tofaş Ar-Ge, vizyonunu da bu doğrultuda belirliyor. Fiat Auto'nun üretim merkezleri arasında kalite yükseltme ve maliyet düşürme performansı yönüyle en iyi olmak ve Türkiye'deki olanakları göz önüne alarak, seçilen alanlarda mükemmellik merkezi olmayı hedefleyen Tofaş, ortağı Fiat'ın yüzyılı aşan ürün ve teknoloji geliştirme deneyimlerinden de yararlanarak, gerek Türkiye pazarında gerekse ihracat yaptığı piyasalarda, en üst düzeyde müşteri mutluluğunu yakalamayı başarıyor.

1995-2002 yılları arasında süspansiyon, gövde, motor ve emisyon, titreşim ve akustik alanlarına 12 milyon Dolar'lık yatırımın gerçekleştirildiği merkezde, sanal modelleme sistemleri, sonlu elemanlar yazılımları, süspansiyon analizi gibi modern projelendirme yöntemleri kullanılıyor. 15 Catia istasyonu bulunan merkezde, yeni projelerin gürültü, titreşim ve konfor analizleri yapılırken, çarpma analizlerinde ise Fiat Auto ile birlikte çalışılıyor.

Modern Mağazacılık Anlayışı

Ar-Ge çalışmalarına önem veren bir diğer şirket de **Migros**. 1993 yılında "Metod Organizasyon ve Planlama" adıyla kurulan ve daha sonra "Ar-Ge ve Planlama" adını alarak faaliyetlerini sürdüren departmanda, Migros'un stratejik büyüme hedeflerine ve tüm süreçlerinin verimliliğinin artırılmasına yönelik araştırma ve geliştirme çalışmaları sürdürülüyor. Yeni iş geliştirme çalışmalarının yapılması ve modern metod ve teknolojiler yardımıyla tedarik zincirinde bir yandan maliyetleri azaltmak, diğer yandan da üretilen faydayı çoğaltmak suretiyle optimum verimliliğin yakalanması, ağırlıklı olarak doktoralı veya yüksek lisanslı mühendislerin çalıştığı departmanda esas faaliyet konusunu oluşturuyor.

Migros bünyesinde gelişen teknolojilerin takibi, sektörel teknoloji adaptasyonlarının gerçekleştirilmesi, iş süreçlerinin pazar ve ürün gelişimine paralel büyümeyi destekleyici yönde sürekli yapılandırılması, iç verimlilik ve rekabet gücü göstergelerinin takip edilerek yeni projeler için baz teşkil etmesi Ar-Ge ve planlama teşkilatının misyonu konumunda.

Ar-Ge: Değişimin İtici Gücü

Koç Topluluğu bünyesindeki diğer firmaların da Ar-Ge alanında önemli çalışmaları var. **Aygaz**'daki çalışmalar üretim birimlerinin sorumluluğunda olup, başta üretim müdürü olmak üzere, ürün geliştirmeden sorumlu mühendis, prototip elemanı ve laboratuvar teknisyenleri tarafından direkt olarak yürütülüyor. Bu

ürün geliştirme faaliyetlerinde üretim birimleri dışında satınalma, satış, pazarlama ve kalite departmanlarından da üyeler bulunuyor. Müşterilerin beklenti ve isteklerine cevap verebilmek, diğer üreticiler ile rekabet edebilmek, pazar payını artırmak, değişen standart ve yönetmeliklere uygun ürünler üretmek için ürün geliştirme faaliyetleri yapılıyor. **Otoyol**, teknolojik gelişim ve akış sürecini kendi bünyesinde bilgisayar ortamında oluşturuyor ve bu safhalarda ortaya çıkan çözüm ve önerileri bir bilgi havuzunda topluyor. Know-how havuzunda toplanan veriler, ilgili bölüm ve yan sanayilerce parça-montaj ön şartı olarak paylaşıyor. Bilgi paylaşımı, iletişimin hızı için Otoyol, 2001 yılı itibarıyla ürün veri yönetimi (Baan-Pdm) ve mühendislik değişiklik yönetimi (Eco) sistem çalışmalarını sürdürüyor.

Otokar yeni teknolojiler üretmek ve bu teknolojileri kullanarak yeni taşıtlar tasarlamak için uzun süreli projeler başlatıyor ve bu projeleri yurtiçi ve yurtdışı araştırma kuruluşları ile ortak çalışarak yürütüyor. Otokar Ar-Ge Bölümü, bilgisayar destekli tasarım uygulamalarını Türkiye'de otomotiv sanayinde kullanan ilk şirket konumunda. Otokar bünyesinde yer alan Ar-Ge biriminde

"Bilgisayar Destekli Tasarım", "Bilgisayar Destekli Mühendislik", "Özel Test Ekipmanları" ile AR-GE çalışmalarına ayrılmış "Prototip Atölyeleri" yer alıyor.

DemirDöküm, yürütülmekte olan Ar-Ge

projeleri çerçevesinde, kombi alanında Avrupa pazarındaki gelişmeleri yakından takip ediyor; yakın zamanda ve gelecekte ne tür ürünlere ihtiyaç duyulacağını şimdiden tahmin edip çevresel, teknolojik ve verimlilik faktörleri konusunda rakiplerden fark yaratacak çalışmalar yapıyor. Türkiye'nin tek ısı laboratuvarına sahip olan DemirDöküm Ar-Ge Bölümü, EN 442'ye uygun, TSE dahil olmak üzere diğer firmaların da ısı güç ölçümlerine cevap veriyor. Bu laboratuvar sayesinde DemirDöküm kendisinin ve rakiplerinin geliştirdiği panel radyatörlerin ısı güçlerini test ederek, en yüksek ısı güçlü radyatörü üretiyor. DemirDöküm, Mimar Sinan Üniversitesi ile yürütülen ortak çalışma ile öğrencilerin ve akademik profesyonellerin teknoloji ve tasarım geliştirme konularındaki bilgi ve yeteneklerini birleştirerek sinerji yaratmayı amaçlıyor.

Ar-Ge alanında ilginç çalışmalar yapan firmalardan biri de **Divan**. Divan Ar-Ge ekibi, hem yurtiçi hem de yurtdışında varolan ürünlerdeki gelişmeleri takip ederek ve müşteri taleplerini değerlendirerek ürün geliştirme planı yapıyor ve çalışmalarını buna göre yönlendiriyor. Divan bünyesinde iki Ar-Ge ekibi faaliyet gösteriyor. Bunlardan Pastane Ürünleri Ürün Geliştirme Ekibi, hem lezzet hem de dekorasyon açısından faaliyet gösteriyor ve günlük satılan ürünlerin dışında yılbaşı, sevgililer günü, paskalya, anneler günü gibi özel günler için de yeni ürünler geliştiriyor. Market Ürünleri Ürün Geliştirme Ekibi ise laboratuvar şartlarında denemeler yapıldıktan sonra süreç denemeleri ve tadmırlar yaparak proje çalışmalarını yürütüyor. 

Şeref Oğuz

Arçelik: Ar-Ge'nin Birinci Adresi

Özellikle 1990'lı yıllarla birlikte büyük atılımların gerçekleştirildiği Arçelik'in Ar-Ge çalışmalarını, Ar-Ge Direktörü Şemsettin Eksert ile konuştuk

Arçelik'teki Ar-Ge örgütlenmesinin yapısından bahseder misiniz?

Arçelik'in ürün işletmelerinde tecrübeli, uzmanlaşmış arkadaşlardan oluşan bir ürün geliştirmesi var. Bir de merkezi Ar-Ge var. Burada, muhtelif teknolojik birimler bulunuyor. Teknoloji aileleri ve onların laboratuvarları da burada duruyor. Buradaki laboratuvarlar, dışarıya ve Koç Topluluğu şirketlerine de hizmet veriyor. Örneğin prototip atölyesinin cirosunun yaklaşık %70'i dış satışlardan geliyor. Bugün Arçelik'in toplamında, yaklaşık 300 kişi Ar-Ge işiyle ilgileniyor.

Arçelik'in Ar-Ge'sini yurtdışındaki benzer firmalarla karşılaştırdığınızda durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

İtalyanlar hızlı takipçi olmaya devam ediyorlar. İtalyanlarla karşılaştırdığınızda bizim Ar-Ge'miz onlara göre çok güçlü. Alman kökenli firmalarla karşılaştırdığımızda ise durumumuz son derece iyi. Patent açısından çok güçlüyüz. Masraf cinsinden baktığınızda durum biraz farklı. Bizim takriben 20-22 milyon Euro civarında Ar-Ge giderimiz var. Buna karşılık, örneğin Merloni Grubu'nun Ar-Ge gideri 55 milyon Euro civarında. Bosch-Siemens Grubu'nun 150-170 milyon Euro, Electrolux'de ise 200 milyon Euro civarında. Bu giderin ciroya oranı olarak baktığımızda ise oranın %2.5 civarında olduğunu görüyoruz. Bizde ise bu oran yaklaşık %1.5 civarında. Avrupalı rakiplerimizle mukayese ettiğimizde iki tane farklılık göze

çarparıyor. Birincisi, bizdeki personel maliyetleri onlarınkinin yarısı. Bizim Ar-Ge giderlerimizin de yarısı personel maliyeti. Böyle olunca, oran zaten benzer bir noktaya gelecektir. Mühim fark insan kaynağının kalitesinde. Bunu anlattığım zaman inanmakta güçlük çekiyorlar. Avrupa'da, özellikle Almanya'da insan kaynaklarında yeni mezunlara önerilen ilk 100 içine girebilen herhangi bir beyaz eşya şirketi yok. Bu su demek; onların kullandıkları kaynak onların eğitim hiyerarsilerinde tepenin birkaç dilim altında. Bizde ise, Arçelik sasirtıcı bir başarıya sahip. Arçelik son 16 yılın 15'inde en fazla tercih edilen firma olmuş. Koç Holding, idarecilerinin de önemli vizyonu sayesinde, Türkiye üniversitelerinden bize ciddi bir akış var. Biz, eğitim hiyerarsisinin en tepesinde yer alan ve zaten sanayide çalışmayı düşünmeyen, akademik kariyer yapan tabakanın hemen altındaki insan kaynağını kullanıyoruz. Bu Arçelik'in tüm birimleri için geçerli.

Arçelik'in şu anda toplam kaç patenti var?

Arçelik, iki yıl öncesine kadar her yıl 30-35 patent için başvuruyordu. Bugün de Arçelik açık farkla en çok patent alan şirket. Arçelik fikri haklara son derece saygı gösteren bir şirket. 21. yüzyılın fikri haklar yüzyılı olacağı pek çok yönetim kongresinde söyleniyor. Baska türlü kendinizi korumanızın imkânı yok. İki yıl öncesine kadar 30-35 gibi yıllık ortalamalarla gelen



patent başvuruları, geçen yıl bir buçuk katına çıktı; bu yıl da iki katına çıkacak. Arçelik 2004 senesinden itibaren her yıl ortalama yüz patent başvurusu yapıyor olacak. Arçelik bugün patent konusunda kendi kendine yetemiyor. Rakamsallaştırmaya kalkarsak, ulaştığımız rakam Almanya orijinli rakiplerimize yakın, İtalyan rakiplerimizin iki üç katına ulaşmış durumda.

Bu kadar teknik faaliyetin içinde yaratıcılığın payı nedir?

Ar-Ge deyince dışarıdan burası bir mucitler ordusu gibi algılanıyor. Tabii yapılan her günlük çalışma icat demek. Teknolojik gelişim daha ziyade evrimsel bir gelişimle, adeta toprağın tırnakla kazınmasıyla elde ediliyor. Bunların sonuçlarını ilk olarak buzdolabında gördük. Bir yıl içinde, hemen tüm ürünlerde, rakiplerimizin herhangi birinde olmayan işleri buralarda görmüş olacağız. Yaratıcılık konusunda farklı yaratıcılık teknikleri uyguluyoruz; ancak bunlar elbette yaptığımız işin gizli bir bölümü.



Büyük Yürüyüş'ün İlk Adımı Sofya'da

Türkiye merkezli uluslararası ilk **akaryakıt dağıtım şirketi** olan **OPET** ve **Aygaz** ortaklığı ile kurulan **OPET-Aygaz Bulgaria EAD (OAB)**, **Bulgaristan'daki ilk istasyonunu açtı**. İstasyon sayısı beş yıl içinde 100'ü bulacak

Koç Topluluğu, grup şirketlerinden **OPET** ve **Aygaz**'ın ortaklığıyla kurulan **OPET-Aygaz Bulgaria EAD (OAB)** ile yurtdışında ilk adımını **Sofya**'da attı. 28 Nisan günü Sofya'nın en işlek caddelerinden biri olan **Stambulovski Bulvarı**'nın üzerindeki **Musagenitsa** kavşağında yer alan ilk **OPET** benzin istasyonunun açılışı büyük bir törenle gerçekleştirildi. Törene **Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç**, **Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç**, **Enerji Grubu Başkanı Ömer M. Koç**, **Türkiye'nin Sofya Büyükelçisi Haydar Berk**, **OPET Yönetim Kurulu Başkanı Fikret Öztürk**, **OPET Yönetim Kurulu Üyeleri Nurten Öztürk ve Ufuk Öztürk**, **Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu Başkanı Yusuf Günay** ve **OPET reklamlarının yıldızı, sanatçı Tarkan** katıldı. Sorularımızı yanıtlayan Mustafa V. Koç, Bulgaristan'ın Türkiye'ye yakın ve önemli bir piyasa ol-

duğunu söyledi. Mustafa V. Koç, üç yıl sonra AB'ye girecek olan Bulgaristan'daki bu yatırımı önemli bir kilometre taşı olarak gördükleri için, Topluluğun açılış töreninde üst düzeyde temsil edildiğini söyledi. Törenin ardından istasyonun ilk benzin satışı da Mustafa V. Koç tarafından yapıldı. Mustafa V. Koç, Bulgar plakalı bir arabanın deposuna 30 Leva'lık (25 milyon TL) benzin doldurdu.



Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç ve Türkiye'nin Sofya Büyükelçisi Haydar Berk açılıştaki.

Dev Yatırım

OPET-Aygaz Bulgaria (OAB) şirketi, Bulgaristan'da ilk iki ay içerisinde beş, yıl sonuna kadar 15, 2006 yılı sonuna kadar ise toplam 60 benzin istasyonu açmayı planlıyor. **OPET**'in Bulgaristan'daki yatırım hedefi 100 milyon Dolar. İstasyon açılışından önce düzenlenen basın toplantısında konuşan **Aygaz Genel Müdürü Mehmet Ali Neyzi**, "Komşu ülkelerle ilişkilere büyük önem veriyoruz. Bu açıdan Bulgaris-

tan da Türkiye için çok önemli bir pazar. Yurtdışındaki yatırımlarımıza Bulgaristan ile başlamak uygun bulduk. Bulgaristan'da sağlayacağımız başarıyla diğer Güneydoğu Avrupa ülkelerine de buradan yayılacağımızı umuyorum" dedi. Neyzi, Bulgaristan'da fiyatların serbestçe belirlendiğini, piyasanın rekabete açık olduğunu vurguladı. OPET Genel Müdürü **Yavuz Erkut** da, şirketin yeni logosunu da ilk kez Bulgaristan'da kullandıklarını söyledi. Erkut, "OPET olarak en büyük hedefimiz uluslararası bir petrol şirketi olmak. Bu amaçla çok önemli atılımlar içindeyiz. Bulgaristan'daki yatırım da bu atılımın önemli bir parçası" dedi. OPET-Aygaz Bulgaria Genel Müdürü **Jean Keup** ise Bulgaristan'daki akaryakıt pazarıyla birlikte otogaz pazarından da pay almak istediklerini söyledi. İlk aşamada pazar payı hedeflerinin yüzde 10 olduğunu anlatan Keup, yakıt tüketiminin yüzde 25'inin Bulgaristan'daki **Nef-**



OPET-Aygaz Bulgaria Genel Müdürü Jean Keup

tochim şirketinden sağlandığına, kalan miktarın ithal edildiğine dikkat çekti. OPET'in Bulgaristan çıkarmasındaki en önemli detaylardan biri de yenilenmiş logosu oldu. Tasarımı yeni tanımlanan logo ilk kez Bulgaristan'da "görücüye çıktı". Daha önceki sarı ve lacivert renklerin korunduğu logo, hız ve yenilik kavramlarını çağrıştıran bir tasarımla hazırlanmış.

Üst Düzey Resepsiyon

Açılışın ardından **Bulgaristan Ulusal Tarih Müzesi**'nde bir resepsiyon verildi. Resepsiyona Bulgaristan Başbakanı **Simeon Sakskoburggotski** de katıldı. Resepsiyon süresince Rahmi M. Koç ile yakın bir diyaloga giren Sakskoburggotski, **Bizden Haberler**'in sorusu üzerine yapılan yatırımı şöyle değerlendirdi: "Koç Grubu Bulgaristan'daki yatırımlarına Ramstore ile başladı. Bugün OPET'in bir benzin istasyonu açması bizi çok mutlu etti. Koç Topluluğu gibi güçlü yatırımcıları ülkemizde görmekten büyük mutluluk duyuyoruz. Topluluğun ülke ekonomisine yapacağı katkı ve getireceği hareketliliğin, önümüzdeki yıllarda daha da artmasını umuyoruz". Sofya'nın üç kilometre dışında muazzam bir binada yer alan müzede gerçekleştirilen resepsiyonun gözde ismi yine Tarkan idi. Bulgar Başbakanı Sakskoburggotski ile de sohbet etme olanağı bulan Tarkan, davete katılanların ilgi odağı oldu. 

TARKAN İZDİHAMI

Sofya'daki açılışa Tarkan'ın katılması izdihama neden oldu. Açılışa kalabalık bir koruma ordusu ile katılan Tarkan'a büyük ilgi gösterildi. Tarkan, Bulgar hayranları ile bol bol fotoğraf çekti ve imza dağıttı. İstasyonda hoparlörlerden "Dudu Dudu" şarkısı duyulduğunda ise herkesin bir ağızdan şarkıyı söylemesi, Tarkan'ı oldukça heyecanlandırdı. Açılışın ardından konuştuğumuz Tarkan, törende bulunmaktan büyük heyecan duyduğunu belirtti ve "böylesine bir ilgiyi beklemiyordum açıkçası. Burada da albümün satıldığını biliyordum ama bu kadar coşkulu bir kalabalığın karşılaması beni çok mutlu

etti. OPET organizasyonu ile sonbaharda Sofya'da bir konser vermeyi düşünüyoruz. Sanırım bu konserdeki coşku buradakinin de üzerinde olacak" dedi.



Enerji Grubu Başkanı Ömer M. Koç:

"Bu Bir İlk Adımdır"

Sofya'da açılan bu istasyon, Enerji Grubu'nun yurtdışındaki yatırımlarının önemli bir ayağı. Duygularınızı öğrenebilir miyiz?

Her şeyden önce çok memnunuz. Bu istasyon önemli bir atılımın ilk adımı. Çok iddialıyız. Buraya kalıcı olmak için geldik. İleride istasyon sayısını artırmayı düşünüyoruz. Bu bir ilk adımdır. Diğer pazarları da etüt edeceğiz. Cazip imkânlar olduğunu biliyoruz. Daha detaylı çalıştıktan sonra, diğer pazarlara da açılmayı düşünüyoruz.



Böyle bir yatırım için neden Bulgaristan'ı seçtiniz?

Pazarın bir cazibesi vardı. Burada önemli bir Türk nüfus da var. Birkaç etken bir araya geldi, dolayısıyla bizim için bir cazibe arz etti. Bu bakımdan buradan başlamak çok makuldü.

2003 yılı Enerji Grubu açısından son derece hareketli geçti. Bu hareketlilik sürece mi?

Elbette sürece. Biliyorsunuz doğal gazda da çok iddialıyız. 2005 yılında pazar da serbestleşecek. OPET'le olan ortaklığımız da son derece başarılı. Pazar payımız her gün artıyor. Türkiye'de de önemli yatırımlarımız var. LPG'de de iddiamızı sürdürüyoruz ve en büyük dağıtıcı olarak konumumuzu korumayı istiyoruz.

Bu açılışa Tarkan da buradaydı ve büyük ilgi gördü. Tarkan, Enerji Grubu'nun atak yapısına uyan bir sanatçı oldu, değil mi?

Açıkçası başlangıçta Tarkan'ın ürünün önüne geçebileceğinin endişesini yaşadık. Ancak bugün Tarkan'ın çok iyi bir seçim olduğu satışlardan da görülüyor. Halkın inanılmaz bir ilgisi var. Burada da bu ilgiyi gördük. Tarkan OPET'in yapısına fazlasıyla uyan bir seçimdi.

İSO Meclis Başkanı Hüsamettin Kavi:

“Türkiye Özelleştirmeyi Başarmak Zorunda”

İstanbul Sanayi Odası Meclis Başkanı **Hüsamettin Kavi**, özelleştirmenin Türkiye açısından büyük önem taşıdığını söyledi ve ekledi: “Özelleştirme bazen **satmak kurtulmaktır**; bazen de verimliliği sağlamaya **yönelik bir araçtır**”

**Türkiye’nin gündemini son birkaç yıldır en fazla meşgul eden konuların başında özel-
leştirme geliyor. Sizce özelleştirme ile he-
deflenenler başarılı mı?**

Türkiye’de aslında esas problem, özel-
leştirmenin ne olduğunun ve niçin yapıl-
mak zorunda olduğunun topluma anlatı-
lamaması. Bu konuda toplumsal deste-
ğin çok uzun yıllar önce sağlanması ge-
rekirdi. Bu yüzden de Türkiye, 80’li yıl-
ların ortasından bu yana yaklaşık 20 yıl-
lık süreç içinde hâlâ özelleştirme kelime-
sini gündeminde tutuyor. Türkiye özel-
leştirmeyi başarmak zorunda. Çünkü ka-
musal alanda artık bugünkü demokrasi-
nin ve rekabete dayalı pazar ekonomisi-
nin ortaya koyduğu temel bazı gerçekler
var. Devletin asli görevi; ekonomik süre-
cin, rekabetin kendi aktörleri arasında
adil bir şekilde gerçekleşmesini
sağlamak. Dolayısıyla dü-
zenleyici ve hakem rolünü ek-
siksiz yerine getirmesi için
devletin üretim ve hizmet sek-
töründeki faaliyetlerinden çık-
ması lazım.

Bu aynı zamanda kamusal alanda ciddi
bir verimliliği de beraberinde getirir.
Çünkü siz bir taraftan hem rekabet diye-
ceksiniz, öbür taraftan hisse senetlerinin
çoğunluğunun veya tamamının size ait
olduğu bir kuruluşun adil bir ortamda
rekabet etmesini sağlayacaksınız. Bu
mümkün değil. Özelleştirmenin koşulla-
rını, kimlerin gireceği kimlerin giremeye-
ceğini, özelleştirmenin salt bir satış olma-
dığını maalesef çok geç öğrendik. O
yüzden de bazı adımlarımızı ya yavaş at-
tık ya da uygulayamaz duruma düştük.

Hüsamettin Kavi:
“**Ekonomideki
gelişme sürecinde,
doğru ve iyi
ilerleyen bir
birikim var.**”

Halbuki özelleştirme bazen sat-
mak kurtulmaktır; bazen de ve-
rimliliği sağlamaya yönelik bir
araçtır. Özelleştirmenin, önce bu
işletmelerin kamuya yük olmak-
tan çıkarılması ve verimlilik artı-
rılması olduğunu görmemiz, ka-
bul etmemiz lazım. Ne yazık ki ülke ola-
rak çok zaman kaybettik. Özelleştirme
şu an rotasına oturma vaziyetindedir;
ama bundan sonra bu sürecin hızlanaca-
ğına inanıyorum.

**Bir süre önce Koç Topluluğu ile Sabancı
Topluluğu, Türk Telekom’un ve Milli Piyano-
go’nun özelleştirilmesine ortak talip ol-
duklarını açıkladılar. Böyle bir işbirliği ile
ilgili görüşlerinizi öğrenebilir miyiz?**

Yakın bir gelecekte, Türkiye daha fazla
çok taraflı işbirliklerini yaratmak zorun-



da. Türk firmaları olarak artık demokrasi-
nin temel anlayışı olan çoğulculuk kül-
türü, ortak akım ve sinerji anlayışını be-
nimsememiz lazım. Benim gücümü aşı-
yorsa “ben buna giremem” anlayışı yeri-
ne belki o gücü tesis edecek ilgili taraf-
ları bir araya getirerek, o konsorsiyum-
ları oluşturarak buna girmek lazım. Bu,
bizim yarın farklılıklar içinden bir zen-
ginlik yaratarak belki de eksikimizi, ha-
tamızı minimuma indirecek bir anlayışa
sahip olmamızı mümkün kılacaktır. Do-
layısıyla kesinlikle işbirliğine gerek ol-

duğuna inanıyorum. Bugün dünyada en büyükler bir araya geliyor.

Bu sinerji ekonominin tüm aktörleri için önemli, değil mi?

Türkiye çok büyük bir değişim sürecinden geçiyor. İşbirliği, güç birliği, ortaklık ve sinerji yaratmak Türkiye'nin kaçınılmaz bir gerçeğidir. Bu düşünce tarzımızın değişmesini zorunlu kılıyor. Türk insanının yönetim anlayışını değiştirmesi lazım. Türkiye bugün ihracat yapıyor. Türkiye'nin ihracat verilerine baktığınızda iki sektörde çok hızlı bir gelişme görülüyor. Bir tanesi otomotiv diğeri de beyaz ve kahverengi eşya dediğimiz elektrikli cihazlar. Bunlar yüksek katma değerli ürünler. Bizim artık düşük katma değerli ürünlerle yaşamımızı sürdürme şansımız az. Takım olmamız lazım. Türkiye'nin en büyük gücü, insan gücü.

Teknoloji satın alamazsınız. Teknolojinin ürettiği makineyi satın alabilirsiniz.

Aldığınız anda o teknoloji eskimiştir. İnsana yatırım yapacağız. İnsanımızın eğitimini, kalitesini artıracaktır.

Sizin de bahsettiğiniz gibi Türk ekonomisinde belli bir iyileşme söz konusu. Rakamlara yansıyan bu olumlu havayı ticaret ya da sanayide de görmek mümkün mü?

Enflasyon ve faizler düşüyor. Kurlarda da belli bir istikrar var. Ancak kurların istikrarı aynı yerde kalacağı anlamına gelmiyor. Hangi kriterlerle nasıl değişeceğini doğru görmek lazım. Bugün geçerli olan "floating rate". Bir başka deyişle, tercüme edildiği gibi "dalgalı" de-

"Elimizdeki kapasiteyi en üst düzeyde kullanmayı, maliyetlerimizi veya girdilerimizi, insan kaynağından hammaddemize kadar hepsini en yüksek kapasitede kullanmayı öğrenmeliyiz."

ğil. Hassas yerlerde ince ayar yapılması gerekiyor. Elimizdeki kapasiteyi en üst düzeyde kullanmayı, maliyetlerimizi veya girdilerimizi, insan kaynağından hammaddemize kadar hepsini en yüksek kapasitede kullanmayı öğrenmeliyiz. İkinci önemli nokta ise istihdam.

"Türkiye çok büyük bir değişim sürecinden geçiyor. İşbirliği, güç birliği, ortaklık ve sinerji yaratmak Türkiye'nin kaçınılmaz bir gerçeğidir. Bu düşünce tarzımızın değişmesini zorunlu kılıyor"

ğil "yüzen kur". "Yüzen kur"un temel referans noktası piyasalar ve dış ticaret. Türkiye dış ticaret açığı olan bir ülke; cari işlemler açığı olan, döviz borcu olan bir ülke; bunları doğru biçimde yöneteceğimiz bir kur varsa, doğru kur odur. O yüzden "kur bir yere oturdu", "istikrarını buldu" dememeli. Enflasyon düşüyor, faizler düşüyor; bunlar önemli şeylerdir

Günümüzde şirketler ellerindeki kısıtlı işgücü ile belli bir işi başarmaya çalışıyor. Bunun birinci nedeni tartışmasız, rekabet gücü maliyeti. Kâr marjı çok sınırlı, dolayısıyla istihdam etmek kolay ama bir insanın iş akdini feshetmek çok ağır. Üçüncü ayak ise yatırım. Yatırım konusunda daha yolun başındayız. Yatırım yapmak için tasarruf etmek zorun-

ama bir işletmede üç olgu var. Bunlardan bir tanesi kâr marjları. İşletmelerdeki kâr marjları şu an son derece sınırlı: Sıfır, sıfırın altında veya biraz üstünde. Dolayısıyla artık kaba ayarlar ile işletmelerin yönetiminde başarılı olmak mümkün

dayız. Ancak kâr ederek yatırım yaparsınız. Borçlanarak yatırım yapmanın bedellerini Türk ekonomisi çok ağır ödedi. Ekonomideki gelişme sürecinde, doğru ve iyi ilerleyen bir birikim var. Ama henüz güven duyulacak ve ihtiyaçları karşılayacak bir sürece dönüştüğünü söylemek için çok erken.

Türk ekonomisinin gündemine baktığımızda yine çok konuşulan bir konu 2005'te altı sıfırın atılması. Bunun etkileri nasıl olacak?

Altı sıfırın atılmasını Türkiye'nin kararlılığı olarak algılıyorum. Ekonomik olmaktan öte son derece ciddi bir siyasi karar. Bir diğer deyişle, ülke yönetimi enflasyondaki artışın 20'ler, 50'ler, 80'lerin üzerine çıkmayacağı bir yönetim anlayışını öngörmekte. Bunun için özelleştirme şart. Ekonomimizin büyümesi, bu trendi kaçırmamız lazım. Bakın dış ticaretimiz 150 milyar Euro'ya doğru gidiyor. Dolayısıyla ekonomimizi büyütmemiz lazım. Bugün ekonomimizi olumsuz yönde etkileyen en önemli konu kamu maliyesidir. Kamu kâr edemediği için vergi yoluyla açığını kapamaya gidiyor. Paranızdan altı sıfır atmak son derece pozitif bir harekettir. Ayrıca teknolojik olarak da şu anki işlemler imkânsız hale gelmişti. Diğer yandan halkın sıfırların atıldığını görmesi lazım. 🌐

Stratejik Planlama, Koç Topluluğu'nun Geleceğine Yön Veriyor



Stratejik planlama, Koç Topluluğu için hayati önem taşıyan bir konu. Ocak ayından bu yana Stratejik Planlama Grubu Başkan Vekili olan ve 1 Mayıs itibarı ile başkanlığa atanan Tamer Haşimoğlu, stratejik planlama ve bunun Topluluk için önemi ile ilgili sorularımızı yanıtladı

Bu yıl başı itibarı ile Stratejik Planlama Grubu Başkan Vekilliği görevini Mehmet Ali Berkman'dan devraldınız. Grubunuzun misyonunu ve başlıca görevlerini kısaca anlatabilir misiniz?

Biz, çok ana hatları ile özetleyecek olursak, Topluluğumuzun vizyonunun, portföy prensiplerinin, ana hedef ve stratejilerinin belirlenmesinde Koç Holding Yönetim Kurulu ile CEO'ya destek sağlar; iş grubu ve şirketler bazında doğru stratejilerin uygulanması için koordinasyondan sorumludur. İş programları ve yıllık performans hedeflerinin Topluluk ve iş birimi stratejilerine paralel olarak belirlenmesi için çalışır ve performansın takibini sağlar. Devamlı geleceğe bakan bir grup olarak kısa, orta ve uzun vadede Topluluğun önüne çıkabilecek risk ve fırsatları belirleyebilmek için politik, ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişimleri takip eder.

Stratejik planlama Türkiye'de artık daha sık duyduğumuz bir kavram haline geldi. Bu konudaki düşünceleriniz nelerdir? Stratejik planlama neden önemli?

Strateji kavramı yurtdışında zaten önem verilen bir konu. Türkiye'de ise politik ve ekonomik istikrarsızlık, yıllarca kriz yönetimini stratejinin önüne koydu. Şimdi girmekte olduğumuz dönemde, yani makroekonomik göstergelerde iyileşmeler olan, politik ve ekonomik istikrarın arttığı bu yeni dönemde şirketler

kriz yönetimini bırakıp daha ileriye bakabilecekler. Düşük enflasyon ortamında maliyetlerin kontrolü ve kâr marjının korunması daha fazla önem kazanacak; bu ortamda Türkiye'ye gelebilecek olan yabancı sermayenin artması da rekabeti gittikçe zorlaştıracaktır. Bundan sonraki dönemde ana konu global rekabette ayakta kalabilmek ve hatta öne geçebilmek olacaktır. Bunun da yolu rekabet gücünü artırabilmek için doğru stratejilerin belirlenmesi ve uygulanmasından geçmektedir.

Koç Topluluğu Stratejik Planı'nın ana hatlarını kısaca özetleyebilir misiniz?

Koç Topluluğu Stratejik Planı; vizyon, portföy teması ve prensipleri ile bir bütün oluşturmaktadır. Bu plandaki ana hedef, kârlı ve hızlı büyüyerek Avrupa'nın önde gelen şirketleri arasında yer almaktır. Planımıza göre önümüzdeki dönemde odaklandığımız sektör sayısını azaltmayı ve faaliyet gösterdiğimiz tüm sektörlerde uluslararası rekabet gücüne sahip olmayı hedefliyoruz. Portföyümüzü de bir tema etrafında toplamayı uygun bulduk ve "Tüketiciye En Yakın Topluluk" olma prensibini benimsedik. Odaklanacağımız işler; uluslararası rekabet gücümüzün olduğu, teknoloji ve marka gücümüz bulunan, ciromuzun önemli bölümünü yurtdışı faaliyetlerden ve ihracattan elde ettiğimiz, iç piyasada lider ya da ikinci konumda bulunan işler olacak. Hedeflenen

büyümei sağlayabilmek için; mevcut işlerimizde organik büyümenin yanı sıra satınalmalar planlarken, telekomünikasyon ve enerji gibi iş sahalarında yeni yatırımlara girmeyi de öngörüyoruz. Ancak burada unutulmaması gereken konu, bütün bu planın sermayedara yaratılan değerin maksimize edilmesi amacına hizmet etmesidir. Bu nedenle, tüm şirketlerimizden beklentimiz, sermaye maliyetinin üzerinde kâr sağlamaları ve dolaylı olarak hem kendilerinin hem de Koç Holding'in piyasa değerini yükseltmeleridir.

Plan hazırlama sürecinde Topluluk şirketlerinden neler bekliyorsunuz?

Stratejik planların sağlıklı yapılabilmesi ve yapılan planın tüm şirket tarafından benimsenerek hayata geçirilebilmesi için, çalışmaların mümkün olduğu kadar geniş katılımı ile gerçekleştirilmesi gereklidir. Sürecin, Koç Holding'in talep ettiği bir çalışmanın şirketler tarafından hazırlanması değil, şirketlerin sürdürülebilir başarı için yapmaları gereken bir çalışmanın çıktılarının, belirlenen takvim ve esaslar çerçevesinde Koç Holding ile paylaşılması olduğu unutulmamalıdır.

Koç Holding Stratejik Planı için nasıl çalışmalar yaptınız, nasıl bir süreç işledi?

Topluluk Stratejik Planı önce bir çevre analizi ile başladı. Biz bu çalışmaya 1999 yılında başladık ve 2000'lere girerken; globalleşmenin yaygınlaşması, teknolojiye hızlı ilerleme, özellikle telekomünikasyon sektöründeki gelişmelerin tüm sektörleri ve iş yapış biçimlerimizi değiştirmesi, rekabetin giderek sertleşmesi gibi önemli değişimler oluyordu. Bu trendler bazı farklılıklarla hâlâ da devam etmekte. Dünyadaki bu değişimin Türkiye'ye etkilerini ve Türkiye'nin kendi dinamiklerinin uzun vadede ülkeyi ne yöne götüreceğini de inceledik. Uzun yıllar kronik problemlerle mücadele eden Türkiye'nin yapısal sorunlarını çözerek hızlı ve sürdürülebilir bir büyüme dönemine gireceğini öngördük. Bundan sonra Koç Topluluğu'nun durumunu ele aldık; geçmiş performansına baktık, rakiplerle karşılaştırdık, güçlü ve zayıf yönlerimizi, bize rekabetçi avantaj sağla-

"Stratejik planlama, yöneticilerin güncel operasyonlarını hedefleri ile uyumlu olarak yürütebilmelerine yardımcı olabilecek bir yönetim modelidir."



yan değerli varlıklarımızı ortaya çıkarttık. Bu çalışma sonucunda zaten, Topluluğun çevredeki bu değişime ayak uydurabilmesi için yeni bir stratejik plan yapması gereği ortaya çıkmıştı. Bundan sonra içinde bulunduğumuz her iş birimi için o sektörün dünyadaki ve Türkiye'deki durumu ile gelecek beklentilerini değerlendirdik ve ilgili şirketlerimizin rekabetçi güçlerini inceledik. Bu suretle, içinde bulunduğumuz sektörlerin birbirle-

riyle olan göreceli konumunu ortaya çıkararak hangi alanlara daha fazla ağırlık vermemiz gerektiğini belirledik.

Bu yılki stratejik plan hazırlama süreci nasıl işleyecek?

17 Mart'ta Koç Holding'de şirket yetkilileri ile bir araya gelerek stratejik plan sürecini başlattık. Stratejik plan hazırlıkları ile ilgili açıklamaları içeren doküman paketi Nisan başında şirketlerimize gönderildi. Belirlenen tarihlerde sapma olmadığı takdirde, stratejik plan görüşmelerinin Mayıs'ta başlamasını ve Haziran ayında tamamlanmasını öngörüyoruz. Bu toplantılarda ele alınan stratejilerin karara bağlanması için bütün iş birimlerimizin stratejilerinin ve uzun vadeli planlarının Topluluk bazında konsolide edilmesi ve optimizasyonu gerekmektedir. Haziran-Eylül döneminde yapılacak çalışmalarla konsolidasyon ve finansman planının hazırlanmasını takiben, stratejilerimiz karar için Koç Holding Yönetim Kurulu'na sunulacak. 🌐

Koç Topluluğu Stratejik Planı; vizyon, portföy teması ve prensipleri ile bir bütün oluşturmaktadır. Bu plandaki ana hedef, kârlı ve hızlı büyüyerek Avrupa'nın önde gelen şirketleri arasında yer almaktır



Türk Sanayii “Ağa”sını Kaybetti



Vehbi Koç, Sabancı için “zenginliği sempatik kılan” demişti.

Hacı Ömer Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Sakıp Sabancı**, 10 Nisan günü sabaha karşı tedavi gördüğü Amerikan Hastanesi'nde vefat etti. 30 Mart'ta hastaneye yatırılan Sakıp Sabancı, ölümünden iki gün önce 71. doğum gününü kutlamıştı. Sabancı'nın vefatından sonra, Sabancı Ailesi taziye kabul etti. Sabancı Ailesi'ni ziyaret eden Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, “Ölüm haberi herkesi olduğu gibi bizi de derinden yaraladı. Kendisi dinmeyen enerjisi, coşkusu ve hayat sevinçleriyle her zaman yanımızda olacağını düşündüğümüz bir büyüğümüzü. Türkiye'de özel sektörün kurucularından ve iş dünyamıza her zaman ışık tutan duayenlerden biriydi. Sorunları bir engel olarak görmez, çözüm üretirdi. Geçtiğimiz yıllarda her söz aldığında dile getirmeyi ihmal etmediği ‘ülkem için daha neler yapabiliriz?’ sözlerinin hepimizin paylaştığı bir ilke haline gelmesini umuyorum” dedi.

Sakıp Sabancı, **Vehbi Koç** ile birlikte Türk sanayiinin en önemli simasıydı. Vefatının ardından taziye defterine Vehbi Koç için “Pirimiz” diye yazan Sakıp Sabancı kuşku yok ki Türk sanayiinde önemli bir kilometre taşıydı.

Vehbi Koç, Sabancı için “zenginliği sempatik kılan” demişti. Gerçekten de tavırlarıyla, yaklaşımlarıyla iş dünyasının en sempatik lideri olan Sakıp Sabancı, gerek

Vehbi Koç, 29 Aralık 1983 tarihinde Sakıp Sabancı'ya yazdığı mektupta, “atalarımızın deyimi ile ‘anaların kundağına sığmayan’ bir işadamısınız” diyordu

iş hayatında, gerekse sosyal sorumluluk alanlarında yaptığı çalışmalarında Vehbi Koç'u örnek aldığı kesinlikle gizlemezdi. Sabancı, bir röportajında Vehbi Koç ile ilgili şu sözleri söylemişti: “Ben kendimi Vehbi Koç'un oğlu gibi hissediyorum. Onu da bir üniversite olarak kabul ediyorum. Ondan dersler alıyorum. Kitaplarımda ondan da bahsediyorum”.

Vehbi Koç ise sık sık “Sakıp Bey sen âlemsin!..” derdi. Vehbi Koç'un Sakıp Sabancı'ya yazdığı bir mektuptaki sözleri belki de Sakıp Sabancı'yı en güzel anlatan ifadeler oldu:

“Altmış senelik iş hayatımda çeşitli devirleri yaşadım, birçok işadamları tanıdım; fakat sizin gibi işlerine hakim, sosyal faaliyetlerini de ihmal etmeyen, artistlere taş çıkartacak kadar esprili bir işadamına rast gelmedim. İşadamı vardır, kendilerini dev aynasında görürler. İşadamı vardır, sosyal hayata dalmışlar, işlerini ihmal ederler. İşadamı vardır, birdenbire yükselmek hevesine düşmüşlerdir. Kısa zamanda ikinci güneşi gibi sönüp gitmişlerdir. Siz bir taraftan sosyal hayata ehemmiyet veriyorsunuz ve hemen her gün basında kendinizden bahsettiriyorsunuz; diğer taraftan da işlerinize o kadar hakimsiniz ki; bugün firmanızı Türkiye'de en üst seviyeye çıkardınız.”

Garson “Ne içersiniz?” Diye Sorduğunda...

Koç Holding Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç** da **Sakıp Sabancı**'nın ilginç kişiliğine, Fransa'da yaşanan bir hatırayı anlatarak dikkat çekiyor: “Sabancı'ların Lassa'yı kurdukları dönemde lastik imalatçısı olarak Pirelli ve Uniroyal zaten vardı. Lastik şirketleri greve gitmek üzereydi. Dolayısıyla ile Sakıp Bey Paris'te bir toplantı tertip ediyor ve üç imalatçıyı Plaza Athena Otel'i'ne öğle yemeğine davet ediyor. Yemekler sipariş ediliyor; garson “ne içersiniz?” diye soruyor. Sakıp Bey, “ben şaraptan anlamam, anlayan varsa iyi bir şarap sipariş etsin” diyor.

Ben anlarım, diyen Pirelli yöneticisi listeden şarabı seçiyor ve siparişi veriyor. Heyecanlı konuşmalar esnasında dört şişe şarap içiliyor. Toplantı öğleden sonra beş gibi bitiyor. Sakıp Bey faturayı istiyor ve 5-6 bin dolar tutarında bir fatura geliyor; Sakıp Bey gözlerine inanmıyor. Acaba ‘sıfır’ yanlış mı var diye bakıyor ama fatura doğru. İşin enteresan tarafı bundan sonra başlıyor. Sakıp Bey bu olaydan sonra birisini yemeğe götürmeden önce o lokantanın içki fiyatları hakkında ön bilgi almayı adet ediniyor. Ucuz bir şarabı seçmeye ve Fransızca da bilmediğinden, seçtiği şarabın ismini cep defterine yazmaya ve yemek sırasında da garson arzu edilen şarabı sorunca usulca cep defterinden bakıp siparişini veriyor. Bu ön araştırmayı yapma imkânı olmadığı hallerde de tanınmış birkaç şarabın ismini yazdığı defterine bakıyormuş. Yani, Paris'teki bu olay Sakıp Bey için ders oluyor.

Sakıp Bey'in bu anısına ‘Dünya Seyahati’ kitabımda da yer vereceğim; çünkü New York'ta gittiğim **Güher-Süher Pekinel** konserinden sonra **Pekin Baran** Bey bizi Carlyle Otel'i lokantasına yemeğe davet etti. Baş garson geldi, ne içersiniz, diye sordu. Pekin Bey de “ne istersen onu getir” dedi. Kendisine Sakıp Bey'in bu hatırasını anlattım. O gece içtiğimiz şaraplardan bir şişe de ben aldım, hâlâ adadaki mahzenimde durur.”



Rahmi M. Koç ve Sakıp Sabancı, pek çok etkinlikte sık sık bir araya gelmişlerdi.



İçSEK BüyÜSEK

Dinamik ve yenilikçi yüzüyle tüketicilerin karşısına çıkan Sek'in öncelikli hedefi çocuklar

Sek Süt'ün dinamik, yenilikçi yüzünü yansıtan reklam filminde çocukların hedeflenmesinin nedeni pazar ve tüketici araştırmalarında ortaya çıkan sonuçlar. Türkiye'deki süt pazarını ve tüketim alışkanlıklarını inceleyen araştırmalar, kadınların ve çocukların yeterli miktarda süt içmediklerini gösteriyor.

Kadınlar genellikle tatlı, pasta ya da yoğurt yapımında süt kullanırken, çocuklar da annelerinin zoruyla süt içiyor. Süt içtikleri zaman arkadaşları tarafından "süt çocuğu" olarak adlandırılmak çocukların hoşuna gitmiyor. Süt içme alışkanlığı edinmeyen çocuklar, konuyla ilgili eğitimin yetersizliği nedeniyle de gazlı içeceklere yöneliyor.

Türkiye'de genellikle bebeklik döneminin içeceği olarak algılandığından süt zorlu bir kategori olarak da tanımlanabilir. Ülkemizde süt konusundaki yetersiz bilinç nedeniyle günlük süt gerektiği kadar tüketilmiyor. Türkiye, sahip olduğu üretim ve nüfus potansiyeline rağmen kişi başına yıllık içme sütü tüketimi açısından diğer ülkelere göre çok gerilerde kalıyor. Kişi başına yıllık içme sütü tüketiminin en fazla olduğu ülkeler sıralamasında **Finlandiya** 149 litre ile birinci, **İspanya** 111 litre ile ikinci, **İngiltere** de 108 litre ile üçüncü sırada yer alıyor. Türkiye'de ise yıllık içme sütü tüketimi henüz 5-6 litre.



Sütün Beslenmedeki Önemi

Süt, yapısındaki besin unsurları açısından ideal bir gıda maddesidir. Besleyici değeri çok yüksek olan süt, kemiklerin oluşum ve gelişimini sağlayan kalsiyum ve fosfor tuzlarının yanı sıra vitaminler ve mineralleri bol miktarda içerir. Günlük kalsiyum ihtiyacınızı en az iki bardak süt içerek karşılayabilirsiniz. Okul çağındaki çocukların beslenme saatlerinde içtiği 200 ml süt, onların zihinsel ve fiziksel gelişmelerine, boylarının uzamasına önemli ölçüde katkıda bulunur.



"Sütçüler Takımı" Gerçek Hayatta

Türkiye'de günlük sütte öncü bir rol üstlenen Sek, yeni iletişim çalışmalarında çocuklara sesleniyor. Bu amaçla Sek, çocukları süt içmeye özendirmek için "İçSEK, BüyÜSEK" slogan ile düzenlediği "İçSEK, BüyÜSEK Basketbol Şenliği" ile sütün çocukların hayatındaki kahramanlık rolü bir kez daha gözler önüne serildi. İlhamını Sek Süt içerek başarıdan başarıya koşan "Sütçüler Takımı"ndan alan şenlik, 3-18 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirildi. Işık Spor Kulübü'nün spor salonunda düzenlenen şenliğe İstanbul'daki 10 basketbol okulundan 150 çocuk katıldı. Final gününde tüm oyunculara, basketbol dünyasının tanınmış isimleri **Önder Seden, Fehmi Sadıkoğlu, Aziz Akkaya, Çetin Yılmaz, Yasemin Horasan** ve **Levent Türknas** tarafından "en sütçü" madalyaları verildi. 🏆

Koç Holding'de Latin Ateşi

Son yıllarda ülkemizde de büyük ilgi gören **latin dansları** artık **Koç Holding'de**. Yaklaşık **iki aydır** çalışmalarını sürdüren Topluluk çalışanlarının en büyük amacı, yakın bir gelecekte hazırladıkları danslarla **izleyici karşısına çıkmak**

Günümüzde, iş yaşamından bunalan ve yoğun çalışma ortamı içerisinde yorulan çalışanlar, farklı etkinliklerle bu zorlukları atlatmanın yollarını arıyorlar. Hafta sonları gerçekleştirilen geziler, kimi zaman sosyal etkinlikler bu faaliyetlerden sadece birkaçı. Son yıllarda ülkemizde de büyük bir ilgi gören Latin dansları, **Koç Topluluğu'nun** bir grup çalışanı için de işte bu anlamı taşıyor.

Koç Holding Tesis Müdürü **Hakan Perçin**'in önderliğinde başlayan çalışmalar her hafta çarşamba akşamları gerçekleştiriliyor. Kursa şu anda 15 kişi devam ediyor. Çaç ve merengue ile başlayan çalışmalar salsa ve rumba ile devam edecek. İki saat süren çalışmaların sonunda ise kursiyerlerin istekleri doğrultusunda sirtaki ve rock'n'roll çalışmaları da yapılıyor.

Çalışmalara Devam

Kursun hocalığını yapan dans eğitimci ve koreograf **Soner Alpsan**, "Devam oranı çok yüksek; kursiyerler çalışmaları ciddiye alıyorlar. Bu da son derece sevindirici. Bizim kurs, Holding bünyesinde ciddi bir kıpırdanmayı da beraberinde getirdi. Yeni bir sınıf oluşturacak kadar başvuru olduğunda ikinci bir dans sınıfı oluşturmayı düşünüyoruz" dedi.

Dans kursunun başlamasına önyak olan Hakan Perçin, "Koç Holding'de yoğun bir çalışma ortamı içerisinde yorulan çalışanları bir

araya getirerek, iş yaşamının stresinden kurtulmalarını ve rahatlamalarını sağlayacak bir faaliyeti hayata geçirmeyi düşündüm. Katılanlar başlangıçta çekindiler ama herkes şu anda son derece ilgili" dedi. Yaz ayları süresince de devam edecek olan çalışmalar sonunda dans grubunun en büyük amacı yakın bir gelecekte hazırladıkları danslarla izleyici karşısına çıkmak.

Dans Tutkunu Kursiyerler Çalışmalardan Memnun

Ayşegül Düzeler: Çalışmalarımız gayet iyi gidiyor. Çalışmalar çok uyumlu devam ediyor. Son derece başarılı olduğumuza inanıyorum. Dans etmeyi çok seviyorum. Bu kursları hep merak ederdim; zira bilerek dans etmek istiyordum.

Ebru Ertüzün: Opet'te çalışıyorum. Eşimle bir yerlere gittiğimizde dans edememek bizi özüyordu. Bir kursa gidelim diye de kendi aramızda konuşuyorduk. Holding'de dans kursu açılınca hemen başladık. Büyük bir keyif alıyoruz. Eşimle farklı ortamlarda birlikte dans etmeye başladık.

Murat Ertüzün: Bence herkesin içinde dansa bir ilgi var; fakat Türkiye'de yeterince dışa vurulamıyor. Benim de içimde böyle bir istek vardı. Eşimin de önderliğinde kursa katıldık. Çalışmalar çok iyi gidiyor. Ben kendimde gözle görülür bir farklılık hissedebiliyorum.

Doğu Özden: Mali Denetim Grubu'nda çalışıyorum. Daha önce üniversitede bir süre dans kursuna katılmışım; fakat tamamlamamıştım. Böyle bir fırsat çıkınca değerlendirmek istedim. Çalışmalar son derece iyi gidiyor; ortam çok güzel. 💃



Onlar da Türkiye'nin Gönüllü Elçileri Oldular

Dünya çocukları “TRT Uluslararası 23 Nisan Çocuk Şenliği” nedeniyle bir kez daha Türkiye’de buluştu. Bu yıl 26. yaşını kutlayan ve Ankara’da düzenlenen şenlikte dilleri, dinleri ve ırkları farklı 29 ülkenin çocukları dostluğu ve barışı paylaştılar

UNESCO tarafından “Dünya Çocuk Yılı” olarak ilan edilen ve 1979 yılından bu yana kesintisiz olarak her yıl düzenlenen “TRT Uluslararası 23 Nisan Çocuk Şenliği” dünya çocuklarını Türkiye’de buluşturuyor. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’nun ev sahipliğinde ve Koç Holding’in sponsorluğunda gerçekleştirilen bu dev organizasyonla, bu yıl 26. yaşını kutlayan “Çocuk Şenliği” 17-26 Nisan tarihleri arasında Ankara’da kutlandı. Bilindiği gibi TRT, Ulu Önder Atatürk’ün Türk çocuklarına armağan ettiği dünyadaki ilk ve tek resmi çocuk bayramı olan “23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk

Bayramı”nı uluslararası düzeyde kutlamak, bu bayram sevincimizi dünya çocuklarıyla paylaşmak, dünya çocukları arasındaki kardeşlik, sevgi, dostluk bağlarını geliştirmek ve onları barışın hakim olacağı bir geleceğe hazırlamak amacıyla dünya çocuklarını böylesine büyük bir organizasyonla bir araya getiriyor.

26 Yıllık Başarı Öyküsü

“TRT Uluslararası 23 Nisan Çocuk Şenliği”ne düzenlendiği ilk yıl, 1979’da, Türkiye’nin de içinde bulunduğu 6 ülke katıldı. Her yıl konuk ülke sayısının arttığı organizasyon, 1985 yılına kadar Anka-

ra’da gerçekleştirildi. Konuk gruplar 1985’ten 1989 yılına kadar özel bir trenle 23 Nisan akşamı İstanbul’a götürüldüler ve bu büyük buluşmayı orada noktaladılar. 1992 yılında ise şenlik İzmir’de gerçekleştirildi. 1993 ile 1998 yılları arasında yine Ankara’da düzenlenen Şenlik, 1999 yılında Ankara’da başladı ve İstanbul’da tamamlandı. Dünya çocukları 2000’de Kuşadası ve Selçuk’ta, 2001’de İstanbul’da, 2002’de Ankara’da, 2003’te Antal-

ya'da buluştu. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun düzenlemekten büyük onur ve mutluluk duyduğu şenlik sayesinde, ülkemizde bu yıla kadar 87 ülkeden 14 bin 701'i çocuk, 4 bin 55'i yetişkin (lider, müzisyen, gözlemci ve televizyon görevlileri) olmak üzere toplam 18 bin 756 konuk ağırlandı. Ve bu konuklar, Türkiye'nin dünyanın dört bir yanında yaşayan gönüllü elçileri oldular.

Bu yıl Afganistan, Almanya, Arnavutluk, Azerbaycan, Bangladeş, Beyaz Rusya, Bosna-Hersek, Bulgaristan, Çin, Filistin, Fransa, Gürcistan, Hırvatistan, Hollanda, Irak, Kazakistan, Kırgızistan, KKTC, Lib-

ya, Macaristan, Makedonya, Meksika, Moldova, Özbekistan, Polonya, Rusya Federasyonu, Sırbistan-Karadağ, Slovenya ve Ukrayna'dan gelen konuk gruplar, Ankara'da ilköğretim öğrencilerinin evlerinde ağırlandılar. 10 gün boyunca misafir çocuklar ve ev sahibi çocuklar, pek çok etkinliğe katıldılar. Çocuklar sevgide, dostlukta, barışta buluşup kaynaştılar ve geleceğe umut tohumları ektiler. 🌱



VEKAM'dan Coşku Dolu Bir 23 Nisan

Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi (VEKAM), Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Senliklerini 19-25 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirdi. Ülkemizi ziyaret eden yabancı çocuk gruplarının gösterileriyle katıldıkları senlik kapsamında, Cumhuriyetimizin kuruluş yıllarına ait tarihi görüntüleri içeren ve Vehbi Koç Vakfı tarafından hazırlanan "Cumhuriyet Türküsü" belgeseli de gösterildi.

Programda ayrıca, Cumhuriyet'in kuruluşunun 80. yılı kutlamaları kapsamında hazırlanan ve Cumhuriyet Türkiye'sinde çağdaş milli eğitime verilen önemi vurgulayan "Akılcağı: Eğitim Belgeleri" sergisi yer aldı. Etkinlik kapsamında, 24 Nisan tarihinde Akköprü Migros'ta Noterler Birliği İlköğretim Okulu ile birlikte özel bir gösteri gerçekleştirildi.

"23 NİSAN ŞENLİĞİ Çocukları Önemseyen Bir Çalışma"

Koç Holding, TRT Çocuk Şenliği'ne yedi yıldır sponsorluk yapıyor. Bu başarılı proje ile ilgili olarak Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü sorularımızı yanıtladı

Bu yıl 26'ncısı düzenlenen "TRT Uluslararası 23 Nisan Çocuk Şenliği", TRT-Koç Holding işbirliğinde düzenlenen yedinci şenlik. 1997 yılında beş yıllık bir anlaşma ile şenlik sponsoru olan Koç Holding, geçtiğimiz yıl desteğini beş yıl boyunca sürdürmeye yönelik anlaşmayı imzalamıştı.

Koç Holding'in TRT Çocuk Şenliği'ne sponsor olması kimin projesiydi?

Proje bize 1997 yılında TRT tarafından önerildi. Geleceğimizin güvencesi olan çocukları çok önemseyen ve onlara odaklanmış bir çalışmaydı. Zira bugün vereceğiniz mesajlar ile geleceğin toplumunu şekillendiriyorsunuz. Biz de bunun bilinci ile çalışıyor ve sorumluluğunu hissediyoruz.

23 Nisan Şenliği'nin sosyal boyutta ve şirket için önemi nedir?

Bu projeye dahil olma nedenimiz, ül-



Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü (sağda) ve TRT Genel Müdür Müşaviri Cevdet Tellioğlu.

kemizin geleceği olan çocuklara yönelik olmasıydı. Koç Topluluğu her zaman Türkiye'nin geleceğine güveniyor ve bu gelecek için çalışıyor. Ülkemizin geleceği olan çocuklar için yaptığımız bu katkının son derece anlamlı olduğuna yürekten inandığımız

işin de, geçen yıl anlaşmamızı beş yılına uzattık. Koç Topluluğu yaptığı bütün işlerin topluma yarar sağlaması ilkesine bağlıdır. TRT Çocuk Şenliği'nin de yaklaşım ve ilkelerimizle çok uyumlu olduğunu düşünüyoruz.

Bugüne dek ne kadar kaynak aktarıldı?

Şenliğe sponsor oluşumuzdan bu yana aktardığımız kaynak miktarı yaklaşık olarak 2 milyon Dolar.

1997 yılında başlayan bu işbirliği 2007 yılında bitecek mi? Yoksa devam edecek mi?

Anlaşmamız, 2007 yılına kadar. O tarihten sonrası için şimdiden bir şey söylemek zor. Ancak, bu proje yaklaşım, içerik, ulaştığı hedef kitle ve mesajları açısından bizimle çok özdeşleşmiş bir proje. Bu anlamda, 2007 yılı sonrası için de tabii ki, değerlendirme yapılacaktır.

“Yakışıklı ve Delikanlı” Traktörleriyle TT Serisi

New Holland TT serisi traktörlerin basın tanıtımı çiftçilerin ev sahipliğinde İstanbul’da yapıldı. Yeni traktörlerin bayilere tanıtımı ise Ankara’daydı. Çiftçilerin ve bayilerin büyük beğenisini kazanan yeni traktörler, tarımın her alanında kullanılabiliyor ve her biri üstün özelliklere sahip

New Holland Trakmak’ın yeni ürünü olan TT serisinin bayi tanıtımı Ankara’da New Holland Trakmak bayi ve çalışanlarının katılımıyla gerçekleştirildi. New Holland Trakmak Genel Müdürü **M. Ateş Arsan**’ın açılış konuşması ile başlayan toplantı, Koç Holding Diğer Otomotiv Grubu Başkanı **Selçuk Gezdur** ve New Holland Trakmak Genel Müdür Yardımcısı **Fatih Akçiçek**’in konuşmaları ile devam etti. Koç Holding Diğer Otomotiv Grubu Başkanı Selçuk Gezdur, Koç Topluluğu’nun her zaman tüketiciye en yakın grup olduğunu ve büyümelerinin devam edeceğini vurgularken, TT serisi traktörlerin tamamen



New Holland Trakmak Genel Müdürü
M. Ateş Arsan

yerli ürün olduğunu belirtti ve çalışmalarından dolayı Türk Traktör Fabrikası ile New Holland Trakmak’a teşekkür etti. Toplantıda konuşan New Holland Trakmak Genel Müdür Yardımcısı Fatih Akçiçek, traktör piyasasında Cumhuriyet tarihinin en kötü döneminin yaşandığı son üç yılda, sektörde, çiftçiye kredi veren tek kuruluş olduklarını, iki yıl önce Türk çiftçisinin kullanımına sundukları TD serisi ile yatırımlara devam edildiğini ve 1999 yılından beri pazar lideri olduklarını vurguladı. Altın C serisinin yerini bıraktığı ve Türkiye’deki her tarımsal ihtiyaca sunduğu çözümlerle “Türkiye’nin Traktörü” unvanına layık görülen genç

New Holland TT Serisi “Türkiye’nin Traktörü”

Yeni TT serisi traktörler, dört ana modele sahip. Tarım ve hayvancılığın yanı sıra endüstriyel ve nakliye amaçlı kullanıma da elverişli boyut ve özelliklere sahip modellerin varlığı TT serisinin çeşitli beklentileri karşılamaya uygun, müşteri odaklı tasarımın bir sonucu. Değişik çalışma koşullarının gerekli kıldığı farklı boyutlardaki traktör beklentilerini karşılamayı amaçlayan TT serisi; “Dar”, “Bahçe” ve “Standart” versiyonları ile pazara sunuldu.





New Holland TT serisi traktörlerin basın tanıtımı Türkiye'nin çeşitli yörelerinden çiftçilerin katılımıyla gerçekleştirildi.

TT serisi ile ilgili olarak New Holland Trakmak bayilerine seslenen Fatih Akçiçek "Tarla performansı geliştirilmiş, yolda hızlı, bakım ve kullanımı kolay, motoru güçlü, dayanıklı ve uzun ömürlü, görünümü yakışıklı, genç delikanlı traktörleri sizlere emanet ediyoruz" dedi. Farklı ihtiyaçları karşılamak üzere "Standard", "Dar" ve "Bahçe" olarak 50-65 beygir gücü aralığında, 15 farklı model ve 28 versiyon olarak üretilen TT serisinin içinde Türkiye'nin en dar traktörü olma özelliğine sahip bir model de bulunuyor.

"Traktör Çiftçinin Eli Ayağı"

New Holland TT serisi traktörlerin basın tanıtımı ise İstanbul'da yapıldı. Tanıtım davetinde Türkiye'nin çeşitli yörelerinden çiftçiler, öğretim üyeleri, Koç Topluluğu ve CNH Global üst düzey yöneticileri ile basın mensupları bir araya geldi. Eski traktörlerin de sergilendiği davet, Koç Holding Diğer Otomotiv Şirketleri Grubu Başkanı Selçuk Gezdur, CNH Global Avrupa Bölgesi Başkan Yardımcısı **Michael Edmondson** ve New Holland

Trakmak Genel Müdürü M. Ateş Arsan birer konuşma yaptılar. Konuşmasında Koç Topluluğu'nun tarım alanındaki stratejilerine değinen Selçuk Gezdur, "Tarım sektörünün girdilerinin başında traktör geliyor. Traktör çiftçinin eli ayağı, kazanç kaynağı. Avrupa ülkeleri ile kıyasladığınızda Türkiye'de önemli boyutta traktör parkı ve talebi var. Ekonomik krizler neticesi, bu talepte büyük azalmalar olsa dahi, talep var ve devam ediyor" dedi. Daha sonra kürsüye gelen Michael Edmondson ise konuşmasında CNH Global ile ilgili bilgiler verdi. Edmondson, "CNH, tarım traktörleri için Türkiye'nin büyük bir pazar olarak önemini algılamakta ve New Holland Trakmak ortak girişiminde Koç Topluluğu ile çalışmaktan mutluluk duymaktadır. Ekonomik göstergeler, yılda 50 bin adet noktalarına yükselip, 10 bin adede düşen Türkiye traktör satışının güçlenen bir ekonomi işareti olduğunu öne sürmekte ve istikrarın ilk işaretlerini göstermektedir" dedi.

New Holland Trakmak Genel Müdürü M. Ateş Arsan ise Koç Holding bünyesinde traktör ithalatı ile başlanan 50'li yıllardan yerli üretime, CNH Global ile yapılan işbirliğinden 90'lı yıllarda özel hasat makinelerinin ithalatına uzanan gelişme sürecinin tamamlandığını ve pazara yeni sunulan TT serisi traktörlerle bugün bir dönüm noktasında olduklarını ifade etti. 🌱

TRAKTÖR: Türk Çiftçisinin Sevdası



Cumhuriyet'in ilk yıllarından bu yana traktör kuşku yok ki çiftçilerin en büyük sevdası. Genç Cumhuriyet'in kurulmasının ardından tarıma büyük önem veren **Mustafa Kemal Atatürk**, teknolojinin her alanda olduğu gibi tarımda da kullanılmasını arzu etti. Atatürk ve tarım denince akla ilk gelen fotoğraf karelerinden biri de kuşkusuz Ulu Önder'in traktör üzerindeki görüntüsü. Atatürk'ün kullanmış olduğu, 1921 model Fordson traktör uzun bir süredir **Rahmi M. Koç Müzesi**'nde sergileniyor. Müzede sergilenen bu traktörü, bugün en üstün teknolojilerle üretilen ve çiftçilere tarımın her alanında destek olan traktörlerin gelmiş oldukları noktayı daha iyi kavramak için mutlaka görmeli.



Türk Traktör 50 Yaşında

İlk ürünü olan UTSD modeli, MM Türk Traktör'ü 6 Nisan 1955'te üreten Türk Traktör'de doğum günü kutlaması vardı. O günlerin mütevazı başlangıcını, azim ve kararlılıkla tüm dünyaya satılan traktörleri üreten bir firmaya taşıyan Türk Traktör, çalışanlarıyla birlikte banttan inen bu ilk ürünü bir kez daha hatırladı.

Vehbi Koç Vakfı Genel Müdürü Erdal Yıldırım:

“Amacımız Devraldığımız Mirasın Hakkını Vermek”

Bu yıl Vehbi Koç Ödülü’nün üçüncüsü veriliyor. Ödülün amacına ulaştığını düşünüyor musunuz?

Böylesine önemli bir ödülün henüz üçüncü yılında amacına ulaştığını söylemek pek kolay değil. Ödülü bu yıl sağlık alanında veriyoruz. Ödülü ilk yıl kültür alanında, ikinci yıl da eğitim alanında vermiştik. Eğitim, kültür ve sağlık alanlarını kapsayan birinci turu daha yeni tamamlıyoruz. İlk başta, yola çıkarken üç amacımız vardı. **Vehbi Koç**’un hayatı boyunca yapmak isteyip de yapamadığı, hayal ettiği, ancak başaramadığı çok fazla bir şey yok. Kendi sağlığında bu ödül konusunda çalışmış. Ama çeşitli nedenlerden ötürü ödül Vehbi Koç’un sağlığında hayata geçememiş. Dolayısıyla bizim amaçlarımızdan bir tanesi, Vehbi Bey’in bir anlamda vasiyeti olan ödülü hayata geçirmekti. İkinci hedefimiz bunu yaparken vakfın temel faaliyet alanlarında Türkiye’ye ve Türk insanına hizmet eden, bu alanlarda yaşam kalitesinin yükseltilmesine hizmet eden kişi ve kurumları ödüllendirmekti. Üçüncü hedefimiz ise diğer kişi ve kurumları da doğrudan veya dolaylı olarak teşvik etmekti. Bu üç amaçtan birincisini ve ikincisini gerçekleştirdik. Teşvik konusunda ise belli bir zaman geçmesi lazım.

Vehbi Koç Ödülü’nün verilmesinde etkili olan kriterler neler?

Bizim Seçici Kurul Üyeleri’ne verdiğimiz üç sayfalık bir ödül yönetmeliği var. Orada da temel kriterin, bu alanlarda Türkiye’ye ve Türk insanının yaşam kalitesine katkıda bulunmak olduğu ifade ediliyor. Bizim Seçici Kurul’a verdiğimiz tek rehber bu. Bu alanların her üçü de Türkiye için çok önemli. Ama aralarında bazı farklılıklar da elbette var. Örneğin kültür alanında, “tarihi ve kültürel miras” alt başlığı altında **Topkapı Sarayı**’nı ödüllendirdik. Ödülle ilgili Seçici Kurul Başkanımız **Talat Halman**’dı. Yaptığımız görüşmelerde, kendisi kültürün çok geniş bir alan olduğunu, dolayısıyla bir alt başlık belirlemek gerektiğini önerdi. Biz de bu öneriyi son derece olumlu karşıladık ve ödülü belirlenen alt başlığa göre verdik. Eğitim ala-

Türkiye’de eskiden beri var olan ancak unutulmaya yüz tutmuş **vakıf geleneğini** canlandırmak için kurulan ve **Türkiye Cumhuriyeti**’nin ilk büyük özel vakfı olan **Vehbi Koç Vakfı 35. yılını doldurdu**. Vakfın Genel Müdürü **Erdal Yıldırım** ile bu ay sonunda **üçüncüsü** verilecek olan **Vehbi Koç Ödülü** ve vakfın çalışmaları ile ilgili konuştuk



Vehbi Koç Vakfı Genel Müdürü Erdal Yıldırım: “Vehbi Koç Vakfı olarak her geçen gün bir öncekinden daha iyisini yapmamız lazım.”

nındaki ödülümüzde böyle bir alt başlığa gerek duyulmadı. Ancak, ödül alanı ne olursa olsun, temel prensip Türk insanının yaşam kalitesinin artmasına ciddi bir katkıda bulunmak ya da bulunma potansiyeline sahip olmak.

Vakfın 2004 çalışmaları elbette ki sadece ödülle sınırlı değil. Neler var 2004 projeleri arasında?

Bizim, her yıl düzenli olarak yapmakla yükümlü olduğumuz çalışmalar var. Bunlar bütün hızıyla devam ediyor. Kurumlarımız aracılığıyla yapmış olduğumuz hizmetler var. **Koç Üniversitesi, Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi, Koç İlköğ-**



retim Okulları, Amerikan Hastanesi, Sadberk Hanım Müzesi, Ankara'da **VEKAM** ve Antalya'daki **Suna-İnan Kıraç Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü;** kendi alanlarında, kendi ölçeklerinde faaliyetlerini gayet başarılı bir şekilde yürütüyorlar. Bizim bir mutsuzluğumuz vardı. **İtalyan Hastanesi** bazı yasal sorunlar nedeniyle kapalıydı. Bunları çözme noktasına çok yaklaştık. Ümit ediyoruz ki İtalyan Hastanesi kısa bir süre içinde açılacak. Amerikan Hastanesi'nde eskiden kalma iki bloku bu yıl içerisinde yenilemeye başlıyoruz. Bu çalışma 2006'da tamamlanacak. Sadberk Hanım Müzesi ile ilgili olarak; müzenin İstanbul'da daha merkezi bir noktaya taşınması, daha geniş bir sergi alanına sahip olması ve biraz da müzeciliğin bugün içinde bulunduğu ve gelecekte içinde bulunacağı durumu dikkate alarak revize edilecek bir konsept ile yeniden ele alınmasıyla ilgili bir projemiz var. Aşağı yukarı 2 bin bursiyerimiz var; bunlara burs vermeye devam ediyoruz. 13 adet Koç İlköğretim Okulu'nu pilot olarak değerlendirebileceğimiz bir çalışmamız var. Eğitimde teknoloji kullanımı ile ilgili çok önemli bir proje bu. Bir süredir hazırlanıyorduk ve belli bir noktaya geldik.

Türkiye'de sivil toplum kuruluşları son yıllarda etkinliklerini artırmaya başladılar, seslerini duyuruyorlar. Bu etkinliğin artması sizce yeterli mi?

Yeterli değil ve hiçbir zaman da yeterli olmayacak. Türkiye'de sivil inisiyatifin etkinliğini artırması açısından kırımla noktalarından bir tanesi 1999'daki depremlerdi. Bu bir tesadüf değil elbette. Dünyada da baktığınız zaman halkın sivil inisiyatif olarak tepki verdiği olaylardan bir tanesi doğal afetler. Sivil toplum kuruluşlarının etkinliğinin artması ile ilgili iki faktörden söz etmek olası. Bir tanesi, dış faktörler. Bunlar, her yerde olduğu gibi Türkiye'de de sivil toplumun gelişmesini körüklüyor. Dış faktörlere örnek olarak Avrupa Birliği'nin üye ve üye adayı ülkelerde üçüncü sektörün gelişimi için başlattığı programları gösterebiliriz. Avrupa Birliği'nin ve diğer bazı uluslararası kuruluşların gittikçe artan destekleri sonucunda, sivil toplum açısından bize oranla çok daha zayıf bir



mirasa sahip birçok ülkede önemli aşamalar kaydedildi. Türkiye de bu gelişmelerden doğal olarak etkileniyor. İçeriye baktığımız zaman, gelişmeyi birkaç kriterle ölçmek mümkün. Dernek ve vakıf sayısında son yıllarda çok büyük artışlar olmadığını görüyoruz, ancak daha "etkin" kurum sayısında bir ilerleme var. Sivil toplum kuruluşlarında hem gönüllü çalışan açısından hem de profesyonel çalışan açısından Türkiye'de henüz "kritik kütle" oluşmadı. Profesyonel hayatta çok başarılı olan bir kişinin "üçüncü sektör" kuruluşunda da, gönüllü veya profesyonel olarak, başarısı garanti değil. Türkiye'deki vakıf ve derneklerde,

"Biz; Vehbi Koç'un adını taşıyor olmaktan ötürü farklı boyutta da bir sorumluluğu yükleniyoruz. Başarılı olduğumuzu söylemeliyim ama asla ve asla yetineceğimiz bir noktada da değiliz"

özellikle yönetim kurullarının alması gereken daha çok mesafe var. Profesyonel olarak çalışanlara baktığımız zaman, bu konuyu kariyer olarak seçen insanların sayısı, eskiye kıyasla çok fazla, ama hâlâ olması gereken noktada değil. Burada da olayın iki boyutu var: Biri bu sektörde çalışarak tecrübe kazanmak, ikincisi de, bu konuda eğitilmek. Yeni başlayan

kimi eğitim programlarının hem sayılarının, hem de verdikleri hizmetin niteliğinin artması lazım.

Vehbi Koç Vakfı'nın önemli bir çalışması da kültür alanında. Vakfın sahip olduğu müzeler yeterli ilgiyi görüyor mu?

Sadberk Hanım Müzesi'nin, müzecilik açısından Türkiye'de çok özel bir yeri var. Çok başarılı bir müze. Uluslararası ödüller alan, yurtdışına koleksiyonlar yolladığı zaman çok ilgi gören bir müze. 2002 yılında "Sadberk Hanım Müzesi'nden Seçmeler" başlığı altında Japonya'ya bir sergi yolladık. Bu sergi yaklaşık 200 bin kişiye ulaştı. Ne yazık ki Sadberk Hanım Müzesi'nin Türkiye'de hak ettiği ilgiyi görmediğini söyleyebilirim. Konum açısından karşılaştığımız engelleri, müzenin daha merkezi bir yere taşınmasıyla aşabileceğimizi düşünüyoruz. Günümüzde müzeler, gittikçe artan oranda eğitimin içinde yer alıyor. 21. yüzyılda da bunu yapan müzeler daha fazla insan çekecekler.

Vehbi Koç Vakfı'nın bugün itibarı ile bulunduğu noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Vehbi Koç Vakfı'nın yapabileceği ve yapacağı birçok şey var. Ama bunlara belli bir perspektifte bakmak lazım. Vehbi Koç Vakfı, 35 yıllık bir vakıf. Türkiye'den baktığınız zaman, yaşlı bir kurum olarak adlandırmanıza karşın, dünya ölçeğinde Vehbi Koç Vakfı genç bir organizasyon. Vakfımızın devrıldığı mirasın hakkını veren, bu ülke için çok önemli birçok etkinliğin altına imzasını atmış öncü bir kurum olduğunu söyle-

Yenilik, Ama Nasıl?

Yenilik denince insanların gözlerinin önüne ABD'nin IBM, Japonya'nın Sony, Güney Kore'nin Samsung, Finlandiya'nın Nokia ya da İsviçre'nin Novartis gibi teknoloji lider şirketler gelir. Bu tür şirketler pek çok önemli patenti elinde bulundurur ve dünyanın en iyi üniversiteleri ile rekabet edebilen Ar-Ge laboratuvarlarına sahiptir. Merkezleri, yenilikleri destekleyen sayısız kuruluşun olduğu ülkelerdedir. Likit finans pazarları ve teknolojiye büyük paralar yatıran maceracı sermaye sahipleri, yığınla PhD dereceleri veren araştırma üniversiteleri, entelektüel nitelikleri koruma altına alan çok açık bir yasal çerçeve. Buna karşın, gelişmekte olan ülkelerdeki şirketler bu avantajlardan yoksundur. Fakat bu, yeniliklerin buralarda başarılı olamayacağı anlamına mı gelmektedir? Kısa ve net cevap "kesinlikle hayır"dır.

Geçen birkaç yıl içinde, gelişmekte olan ülkelerde bu çetin engelleri aşmış ve dünyanın önde gelen yenilikçi şirketleri arasına girmiş şirketleri araştırdık. Meksikalı çimento devi CEMEX (Cementos Mexicanos), Brezilya'nın kozmetik alanındaki liderlerinden biri olan Natura ve Çin firması Haier, bunlardan sadece üçü. Bu şirketler ve onlara benzer diğer şirketlerin ortak noktaları, yeniliğe olan farklı yaklaşımları: Müşterilerinin eğilimleri hakkında stratejik olarak ayrıntılı bilgi ediniyor, teknolojinin kendisinden çok etrafında yenilik yapıyor ve parlak fikirler bulmak için dünyayı karış karış tanyolar. İnanıyoruz ki bu stratejiler gelişmiş ülkelerdeki yöneticiler için de gelişmekte olan dünyadaki idareciler kadar

Günümüzde firmaları farklılaştıran en önemli özellik kuşkusuz yenilikçilik. Üç önemli iletişimci, Donald N. Sull, Alejandro Ruelas-Gossi ve Martin Escobari, Harvard Business Review'da yayınlanan makalelerinde gelişmekte olan ülkelerde bunu başarmanın sırrını araştırıyorlar

önemlidir. Bu yazıdan çıkarılacak dersler, kaynaklara erişimi hangi düzeyde olursa olsun her şirkete büyüme fırsatlarını belirleme ve değerlendirme konusunda yardımcı olabilir.

Müşterilerinizin Eğilimlerini Bilin-Ayrıntılı Olarak

Yenilikler iki şekilde çıkıyor karşımıza: Teknoloji itimi ve müşteri çekimi. Teknoloji itimi -hassas araştırmalara dayalı yeni ürün tanıtımı- gelişmekte olan ülkelerdeki çoğu şirket için bir seçenek değildir. Bunun sonucu olarak da, müşteri çekimi yaklaşımına güvenmek zorundadırlar: Yani müşterilerinin ikilemlerini yeni bilgilere güvenmeksizin çözmenin yollarını bulmaya. Gelişmekte olan ülke pazarlarına giren çokuluslu şirketlerin çoğu, daha az varlıklı müşterilere hizmet verecek yan servislere para öder; ancak sonra tüketiciye aslında daha varlıklı pazarlar için tasarlanmış ürünlerin biraz daha düşük kaliteli olanlarını sunarlar. Bu yaklaşım nadiren başarılı olur. Ancak bazı şirketler, kendilerini daha az varlıklı müşterilerin ihtiyaçlarını anlamaya ve bu bilgiyi müşteri sorunlarına yaratıcı çözümler üretmek için kullanmaya adanmışlardır.

Dünyayı Parlak Fikirler İçin Karış Karış Taramak

Samsung ya da Novartis gibi şirketler yenilikleri Ar-Ge laboratuvarları aracılığıyla, bilimsel buluşları sürekli yeni ürünlerle dönüştürerek yürütebilirler. Buna karşın, gelişmekte olan ülkelerdeki iş alanlarında yenilik çok farklıdır. Genel olarak yenilikler ürün teknolojilerinden değil, üretim, lojistik, dağıtım ve finansman gibi ürün teknolojisini çevreleyen iş modelinin diğer tüm unsurlarından ortaya çıkmaktadır.

Araştırılan şirketlerin farklı yönlerinden biri de, parlak fikirler bulmak için dünyayı dolaşma arzularıydı. Yöneticiler başka bir yerde gördüklerini yalnızca kopya etmedikleri için, geleneksel piyasa belirlemesi değildi bu. Daha çok buldukları uygulama ya da teknolojiye bölümler alıyor ve onları müşterilerin sorunlarını çözmek üzere yeni yollarla bir araya getiriyorlardı. GPS sistemini geliştiren CEMEX ekibi bu fikri Houston'da gördükleri bir 911 çağrı merkezinden almışlardı. Müteahhitlerin zamanında teslim gereksinimlerini fark eden ekip, örnekleme yolu ile acil durum ekiplerinin de önceden tahmin edilemeyen kaynaklardan gelen acil taleplere süratli bir ya-

nıt vermek konusunda benzer bir sorun ile karşı karşıya kaldıkları sonucunu çıkardı. Bu anlayışa dayanarak çağrı merkezlerinin paramedikleri trafik sıkışıklığı ve öngörülemeyen çağrı paternleri dışında on dakika içinde nasıl yönlendirdiklerini araştırdı.

Dünyayı parlak fikirler için karış karış taramak ve bu fikirleri hedef pazarlara uyarlamak konusunda bir diğer örnek ise Natura'dır, 2002 yılındaki geliri 467 milyon Dolar olan Brezilya'nın lider bir kozmetik şirketi. Brezilya'nın önde gelen iş dünyası dergilerinden olan **Exame** tarafından yılın şirketi seçilen Natura, kuruluşundan bu yana Brezilya'nın etnik farklılıklar gösteren nüfusunun özel ihtiyaçlarına hizmet vermeye odaklanmıştır. Şirketin, Ar-Ge'ye her yıl yüz milyonlarca Dolar yatırım yapan **Procter&Gamble**, **Estée Lauder** ve **Shiseido** gibi global rakipleri ile asla rekabet edemeyeceğinin farkında olan Natura yöneticileri, Fransa ve Birleşik Devletler'deki üniversiteler ile yakın ilişkiler içine girmiş, tüm dünyadaki üniversiteler ve araştırma merkezlerinden teknoloji lisansları temin etmiştir. Natura'nın Ar&Ge müdürü **Philippe Pommez**, "zor olan teknolojiyi bulmak değildir; asıl zor olan neyi aradığını bilmektir. Bu bizim yeni ürünler ve yeni seriler konseptimizin vazgeçilmez noktasıdır" diyor.

Örneğin Chronos (otuz yaş üzeri kadınlar için geliştirilmiş bir cilt bakım kremi) bu yaklaşımdan doğmuş bir ürün. Krem mevcut teknolojilerle geliştirilmiş, ancak bunlardan birkaçı kullanılarak özellikle Brezilyalı kadınların ihtiyaçlarına cevap verecek entegre bir ürün ortaya çıkarılmış. Pommez "Lancome'un kırıksıklıklar için üç ayrı ürünü vardır; biri A vitamini içerir, bir diğeri C vitamini ve bir diğeri ise D vitamini. Hepsi marka anlayışı ile satılmaktadır. Chronos bu üç vitamini tek üründe bir araya getirmiştir. Neden? Çünkü tüm vitaminler özellikle yaşlı ciltler için faydalıdır ve özellikle de Brezilya gibi güneşli ve nemli bir iklim için" diyor. Gelişmekte olan ülkelerdeki yöneticiler daha büyük ve daha güçlü sermayeli çokuluslu şirketler ile aralarındaki uçurumu kapatabilmek konusunda bazen umutsuzluğa kapılırlar.

Açıkçası, yenilikçilik ve yaratıcılık sayesinde kazanmak konusunda dünyanın

herhangi bir yerindeki her şirket için umut vardır. Bunun da ötesinde, gelişmekte olan ülkelerdeki liderlerin kullandıkları pratik yenilikçi gereçler, yönetici-

ler tarafından her yerde dar bütçelerle yenilik yapmak için kullanılabilir. 🌐

Bu makale, yazarlarımızın izni alınarak yayımlanmıştır.



16. Koç Topluluğu Spor Şenliği

Rekabet ve Dostluk Yan Yana



16. Koç Topluluğu Spor Şenliği, 1 Mayıs günü Koç Üniversitesi Kampüsü'nde gerçekleştirilen bir törenle başladı. Açılış törenine çalışanların yanı sıra onların aileleri ve Koç Holding üst düzey yöneticileri de katıldılar

iletişim

Uzun zamandır baharı kucaklamaya çalışan İstanbul, Nisan ayıyla vedalaşırken güneşli, parlak ve sıcak bir güne merhaba dedi. Doğanın sunduğu fırsatı da değerlendiren Koç Topluluğu Spor Şenliği, kışın soğuk yüzünü geride bırakmaya çalışanlara adeta baharı müjdeledi... Şenlik mekânı ise, bahara işaret eden çiçek kokularını ve tertemiz bir havayı soluduğunuz, yeşilin her tonunu görebileceğiniz bir ormanın içinde konumlanmış Koç Üniversitesi idi... Doğal güzellikleri kadar profesyonel organizasyonu da aileleriyle birlikte çalışanlara şehrin stresli havasından uzak, unutulmaz bir gün yaşatan Koç Topluluğu Spor Şenliği 1 Mayıs Cumartesi günü gerçekleşti. Bu yıl 16.'sı gerçekleştirilen şenliğe yaklaşık 54 şirketten 1800 sporcu, onların aileleri ve başta Koç Holding CEO'su **F. Bülend Özyaydınlı** olmak üzere üst düzey yöneticiler katıldılar. Şenliğin açılışını yapmak üzere Koç Holding Endüstri İlişkileri Koordinatörü **Emre Görgün** kürsüde yerini almaya hazırlanırken, birbirinden



renkli formaları içinde sporcular 1 ay boyunca yarışacak olmanın heyecanını yaşıyorlardı.

Sosyal sorumluluklarının bir gereği olarak Türk sporuna da önemli katkılarda bulunan Koç Topluluğu, çalışanlarına verdiği değeri bu yıl şenlik aracılığıyla bir kez daha kanıtladı. Konuşmasına Koç Topluluğu'nun sosyal sorumlulukları kapsamında gelenekselleşen şenliğin anlam ve öneminden bahsederek başlayan Emre Görgün, katılanlara teşekkürlerini sunduktan sonra İzmit Büyükşehir Belediye Bandosu'nun çaldığı marşlar eşliğinde sporcuları geçit törenine davet etti. Sporcular, 5 Haziran'a dek devam edecek olan karşılaşmalarda futbol, basketbol, bay-bayan voleybol, bay-bayan tenis ve masa tenisi branşlarında müsabakalar yapacaklar.



Rekabet Centilmence Olmalı

Sporcuların geçit töreninden sonra kürsüye gelen Koç Holding CEO'su F. Bülend Özyaydınlı, bir kuruluşun en önemli sermayesinin insan kaynakları ve bu kaynaktan gelen entelektüel sermaye olduğunu belirtti ve "bugün ölçek itibarıyla dünya çapında bir kuruluş olan ve Avrupa'nın önde gelen şirketleri arasına girmeyi hedefleyen Koç Topluluğu'nun belirlediği uzun ve orta vadeli hedeflerin en büyük dayanağı insan kaynaklarımız





F. Bülend Özaydınlı: “Rekabette amaç, her zaman önde olabilmektir; ancak, bu süreçte her zaman kurallara uygun, centilmence davranmak temel prensibimizdir”

dır. Rekabette en önde olabilmek için insan kaynaklarımızın niteliği ile motivasyonunu yükseltmek gerektiğinin bilincindeyiz. Rekabette amaç, her zaman önde olabilmektir; ancak, bu süreçte her zaman kurallara uygun, centilmence davranmak temel prensibimizdir” dedi.

Sporcular Enerji Depoladılar

F. Bülend Özaydınlı'nın konuşmasının ardından sahneye gelen Tofaş Kılıç Kalın Ekibi, yaptıkları gösteriyle izleyicilere heyecanlı dakikalar yaşattı. Törenin tamamlanmasından sonra, şirketler arasında barışçıl bir rekabetin hakim olacağı 1 ay süresince müsabakalarda yer alacak sporcular ve onlara destek olacak aileleri ile iş arkadaşları, yiyecek ve içeceklerini

olarak çalınan müzik eşliğinde ruhsal ve fiziksel enerji depoladılar.

Çalışanlara Ödül Yağıyor

Koç Topluluğu Spor Şenliği kapsamında çalışanlara birbirinden güzel hediyeler kazandırılacak etkinlikler düzenleniyor. Bunlardan biri Koç çalışanlarının internet üzerinden katılacakları ve birinci olacak takımı tahmin edenlere şirketlerin ürünlerinden hediyelerin verileceği “**Kim Bilecek**” yarışması. Bunun yanı sıra **Rahmi M. Koç**'un önerisiyle bu yıl başlatılan bir ilk de, “**En Güzel Eşofman**” yarışması. Yarışma kapsamında oluşturulan ve başında Koç Holding CEO'su F. Bülend Özaydınlı'nın bulunduğu altı kişilik jürinin yapacağı ön elemelerin ardından ikinci elemeler web ortamında çalışanlar tarafından yapılacak. Birinciye tahmin edenlere eşofman ödülleri verilecek. Şenlik kapsamında, tüm geliri Türkiye Sakatlar Spor Federasyonu'na bağışlanacak “**Engelleri Aşalım**” adı altında bir açık artırma düzenlenecek. Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray kulüplerinin sporcuları tarafından imzalanmış eşofmanlar ve topların yanı sıra Koç üst düzey yöneticilerinin eşyaları da web ortamında açık artırıma sunulacak. 🎁

COŞKULU BİR ŞENLİK



F. Bülend Özaydınlı (solda) ve Hasan Bengü

Koç Topluluğu Spor Şenliği'nde çalışanların bir arada olmaktan dolayı duydukları mutluluğu onlarla paylaşan Koç Holding CEO'su F. Bülend Özaydınlı, Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü ve Koç Holding Endüstri İlişkiler Koordinatörü Emre Görgün'den senlik hakkındaki görüşlerini aldık:

F. Bülend Özaydınlı: Senliğin değişik şirketlerimizden arkadaşlarımızla bir arada olma olanağını tanıması nedeniyle büyük mutluluk duyuyorum. Senlik, baharla birlikte daha neşeli ve renkli bir döneme girmemizi simgeliyor. Bunu birbirimizle yarışarak daha dinamik hale getiriyoruz. Etkinliğin asıl nedeni, şirketler arası iletişimi ve kişilerin birbirlerini tanımasını sağlamak, grup ruhunu geliştirmek. Bu bakımdan çok yararlı bir aktivite olduğuna inanıyorum.

Hasan Bengü: Her sene düzenlediğimiz bu etkinliklere büyük bir coşku içinde binin üzerinde çalışanımız aileleriyle beraber katılıyor. Bir ay boyunca gerçekten büyük bir rekabet oluyor. En sonunda başarılı olan sporcuları kupalarla ödüllendiriyoruz. Kurumsal iletişim ve iç iletişim açısından çok önemli etkinliklerimizden biri.

Emre Görgün: Sadece bir aylık süre içinde spor müsabakaları değil birçok etkinlik de yapıyoruz. Tüm mensuplarımızın katıldığı birtakım aktivitelerimiz var. Bu aktiviteler kapsamında çeşitli hediyeler vereceğiz. En önemli aktivite ise, Koç üst düzey yöneticileri karması ile Spor Yazarları Derneği'nin futbol maçı. Zaman içinde diğer etkinliklerimizi de duyuracağız.



Emre Görgün

İletişim

Erman Toroğlu ve Şansal Büyüka Koç Holding'deydi

16. Koç Topluluğu Spor Şenliği kapsamında gerçekleştirilen “chat”in konuğu, spor basınının iki gözde ismi **Erman Toroğlu** ve **Şansal Büyüka** idi. Geçtiğimiz yıl da yapılan ve büyük beğeni toplayan “chat” 3 Mayıs günü yapıldı. Tüm **Koç Topluluğu** çalışanlarının intranet üzerinden katıldıkları sohbette Toroğlu ve Büyüka'ya pek çok farklı soru yöneltildi. Toroğlu ve Büyüka, şampiyonluk ve küme düşmeme mücadelesi içinde pek çok

şüpheli durumun ortaya çıktığını belirttiler. Sohbetin ilerleyen dakikalarında konu dönüp dolaşıp teşvik primi iddialarına geldi. Bu konuyla ilgili yöneltilen sorulara Erman Toroğlu'nun yorumu ilginçti: “Teşvik primi almayan takımın olmadığını zannediyorum. Yöneticiler ‘bizim takım almaz’ diyorlar. Bence onların ruhu bile duymaz. Yoksa yansıması onlar alır.” Koç Topluluğu çalışanlarının üzerinde ısrarla durdukları bir diğer konu da Türkiye A Milli Futbol Takımı oldu. Bu konuda Şansal Büyüka, “Ersun Yanal ile iyi bir başlangıç yaptık. 2006 elemelerinde çok güçlü bir gruptayız, bu nedenle işimiz hiç de kolay değil. Ancak yine de yakalanan havanın olumlu olduğunu düşünüyorum” dedi.



E-Dönüşüm Mimarları

KoçSistem'deki e-dönüşüm çalışmalarıyla ilgili bilgi verir misiniz?

Şu anda e-dönüşüm tamamıyla **Koç Bilgi Grubu**'nun kontrolü altında sürdürülüyor; ancak projelerde deneyiminin büyüklüğü nedeniyle **KoçSistem** son derece aktif bir biçimde yer alıyor. E-dönüşümde firma bazında ihtiyaçlar belirlenip, projelendirme çalışmalarının başlamasıyla birlikte KoçSistem aktif olarak devreye giriyor. Koç Topluluğu'nda e-dönüşüm üçüncü yılına girdi ve ciddi bir olgunluğa erişti. Bizim son dönemlerde yaptığımız işlerde de bu olgunluk kendini gösteriyor. Bunun bir sonucu olarak da yaptığımız işler farklılaştı. Özellikle geçtiğimiz yıl kayda değer çalışmalar yapıldı. Bildiğiniz gibi başlarda bilinçlendirme, teknolojik altyapının tüm Topluluk'ta belli bir seviyeye taşınması ve yaygınlaştırma gibi hedeflerimiz vardı. Çok fazla sayıda şirketle çalışmalar yapıldı. Şimdi ise özellikle süreçlerini elektrikleştirip rekabet avantajı elde etmek isteyen, süreç bakışıyla ana iş kollarına

Koç Topluluğu'nda hayata geçirilen e-dönüşüm projelerine başarıyla imza atan **KoçSistem**, gerek deneyimi gerekse ortaya koyduğu uygulamalarla dikkati çekiyor. KoçSistem E-Dönüşüm Birimi Yöneticisi **Pelin Gürkan** sorularımızı yanıtladı

odaklanmayı isteyen şirketler daha detaylı projelere girmek için harekete geçtiler. Bu anlamda geçtiğimiz yıl özellikle otomotiv ve gıda perakendeciliği açısından önemli çalışmalar yaptık. Artık kaynaklarımızın da sınırlı olması nedeniyle talep eden firmalarla ortak çalışmalar yürütüyoruz. KoçSistem özellikle hem Koç Topluluğu'nun başa güreştiği sektörlerde, hem de Türkiye ekonomisinde kritik olan sektörlerde uzmanlaşmak için gayret gösteriyor. Bu yılki birikimimizi otomotiv ve gıda perakendeciliğinde yoğunlaştırmaya gayret gösteriyoruz. Belli bir olgunluk düzeyine geldiğimiz ve çok ciddi bir deneyim elde ettiğimiz için bizim iş ortağımız olan **Cisco** ile birlikte

bu deneyimlerimizi Topluluk dışına da taşımayı arzu ediyoruz. Bundaki amacımız da açıkçası e-dönüşümün Türkiye'de öncülüğünü yapmak. Bunu misyon olarak kabul ettik.

Şu anda hayata geçirilmekte olan projelerle ilgili bilgi verir misiniz?

Öncelikle portföy oluşturma amacıyla bir değerlendirme yapıyor. Bu portföy belli bir yol haritası içerisinde takibe alınıyor. Bu anlamda yol haritasını oluşturduğumuz ve çalışmalara başladığımız şirketler var. Örneğin **KOSGEB** ile böyle bir çalışmaya kısa bir süre önce başladık. Bu anlamda da amacımız özellikle tek başına kurumların yapmakta zorlandıkları çalışmaları mümkün kılabilmek, atlamaları gereken bir eşiği daha kolay atlanabilir bir hale getirmek. Bizim görevimiz aslında zaten belli bir noktaya kadar. Bundan sonrasındaki çözüm ve uygulamalarda biz ancak "güvenilir danışman" rolü üstleniyoruz.

Şu anda KoçSistem bünyesinde e-dönüşüm projelerinde çalışma yapan kadroyla ilgili bilgi verir misiniz?

Aslında oldukça küçük bir ekibimiz var. Bu yüzden de özellikle bize gelen talepleri ciddi anlamda değerlendirmek durumundayız. Şu anda benimle birlikte beş kişiden oluşan bir ekibiz. Danışman arkadaşlarımızın KoçSistem'de ortalama olarak dört beş yıllık bir deneyimleri var.



Yöneticiliğini Pelin Gürkan'ın (ortada) yaptığı KoçSistem e-dönüşüm birimi.

Uygulamalara son derece hakim bir kadro. Sektörler konusunda son derece uzmanlaşmış bir ekip. Her birinin bir iş vizyonu var. Zira biz kendimizi iş gereksinimleri konusunda konumlandırıyoruz. Direkt teknolojik danışmanlık vermiyoruz. Doğru parçaların bir araya getirilmesine çalışıyoruz.

KoçSistem bir teknoloji firması. E-dönüşümün hayata geçmesiyle birlikte KoçSistem’de neler değişti?

Kesinlikle çok önemli değişimler oldu. E-dönüşümün bize de yepyeni bakış açıları sağladığı bir gerçek. Bizim iç projelerimiz de bu yaklaşımla gerçekleşmeye başladı. Diğer yandan sektörel alanlarda deneyim ve iş gereksinimlerinden yola çıkıyor olmak, gördüğümüz en önemli eksiklik olarak ortaya çıkıyordu. KoçSistem söylemiş olduğunuz gibi bir teknoloji firması. Bu son derece kritik. Biz kendimize sistem entegratörü diydük. Şu andaki sloganımız ise “e-dönüşüm mimarı”. Bu ana dek çok işe odaklı olmayan, daha teknolojik gözükken vizyonumuzu, ana iş süreçlerine odaklı bir biçimde çözümler üretmek noktasına getirdik. Zira e-dönüşüm temel olarak iş süreçlerinin elektronik ortama taşınması olarak adlandırılabilir. Kendimizi de bu anlamda geliştiriyoruz.

KoçSistem’in kendi iş süreçlerindeki durum nasıl? Süreçlerin ne kadar elektronik ortamda?

Projeye girdikten sonra kendi uygulamalarımızı, yani kurumsal entegre sistemlere geçişimizi gerçekleştirdik. Daha önce kendi geliştirdiğimiz bir uygulamayı kullanıyorduk, şu anda pek çok SAP modülünü kullanıyoruz ve diğer analitik uygulamalarımızı bunun üzerine inşa ediyoruz.

“Bugüne dek **teorik olarak** anlattığımız, **soyut kalan uygulamaları** bugün **Koç Topluluğu’nu** örnek göstererek anlatabiliyoruz. Zira elimizde **e-dönüşüm** gibi çok büyük ve **başarılı bir uygulama** var”

ruz. Bu bakımdan ana iş süreçlerinde kesinlikle önemli bir değişim oldu. Elbette işin pek çok boyutu var. Tedarikçilerle ya da müşterilerimizle ilişkilerimiz var. Bizim zaten 1998-1999 yıllarında, Andersen ile birlikte yaptığımız kurumsal por-



tal ve bilgi yönetimi konulu örnek bir uygulama vardı. Bu çalışmalar zaten sürüyor. Şu anda bizim bir ölçüde geri kaldığımızı söyleyebileceğimiz konu iş akış uygulamaları idi. Bu konuda geliştirmeleri yapıyoruz. Tüm iş akışlarımızı, masraf yönetimi, izin takibi gibi tüm uygulamaları da devreye alarak oldukça büyük bir kapsamı elektronik ortama geçirmiş olacağız.

Koç Topluluğu’ndaki e-dönüşüm ülkemiz açısından örnek bir uygulama. Bu perspektiften bakıldığında Türkiye’de sözü edilen e-dönüşümün hayata geçirilmesi ne kadar mümkün?

Bu işin iki boyutundan bahsedebiliriz. Birinci boyut vizyon ve strateji geliştirme. Bu anlamda herhangi bir karşılık

bahsetmemiz gerekiyor. Bugüne dek teorik olarak anlattığımız, soyut kalan uygulamaları bugün Koç Topluluğu’nu örnek göstererek anlatabiliyoruz. Zira elimizde e-dönüşüm gibi çok büyük ve başarılı bir uygulama var. Şayet KoçSistem, Türkiye ekonomisinde %7-8 gibi paya sahip bir özel kuruluştaki e-dönüşümün hayata geçirilmesinde rol sahibi bir şirkete Türkiye’nin e-dönüşümünde de ciddi bir role ve paya sahip olacaktır. Zira atılacak adımlar anlamında büyük farklılıklardan söz etmek mümkün değil. Yapılacak şeyler büyük ölçüde birbirlerine benziyor.

Deneyimimiz, birikimimiz buna uygun. Bundan kuvvet alarak e-devlet konusunda da önemli adımlar atabiliriz. Diğer yandan işin politik yönleri de var. Kadroların sık sık değişmesi bu anlamda önemli bir sorun olarak kendini gösteriyor. Bu nedenle e-devletten önce e-kurumun hayata geçirilmesi büyük önem taşıyor. Biz de kendi gücümüzle paralel biçimde e-kurumun daha ön plana çıkması için çalışmalar yapıyoruz. Bugün hayata geçirilecek olan her türlü projede, bir noktada dışarıya açılmayı sağlayacak biçimde e-kurumların mümkün kılınması, bahsettiğimiz süreçlerin hayata geçirilmesi için büyük önem taşımaktadır. ☺

Ödül Kazanan “En Başarılı
Koçlular”ın Projeleri (4)



EN BAŞARILI
KOÇLULAR

Milkrun projesini hayata geçiren
ekip (soldan sağa): Gürhan
Korkut, Gökhan Karadeniz, Murat
Gökhan Ofluoğlu, Recai Işıktaş,
Emrah Sarısoy ve Ahmet Özgür.

insan kaynakları

Bu İşbirliği Geleceğe Taşıyor

En Başarılı Koçlular Ödül Sistemi’nde “Geleceğe Taşıyan İşbirliği” kategorisinde ödül alan **Ford Otosan** ve **TNT Logistics** ekibi, geliştirdikleri “**Milkrun**” projesi ile sadece Türkiye değil, dünya için de örnek bir uygulamayı **hayata geçirdiler**

İlk kez 2000 yılında uygulamaya alınan **Milkrun**, **Ford Otosan** ve **TNT Logistics** ekiplerine “En Başarılı Koçlular” ödül sisteminde başarı kazandırmış bir proje. Projeyi hayata geçiren, **Recai Işıktaş**, **Murat Gökhan Ofluoğlu**, **Gökhan Karadeniz**, **Emrah Sarısoy**, **Gürhan Korkut**, **Ahmet Özgür**, **Hakan Çetin**’den oluşan Ford Otosan ve TNT Logistics ekibiyle proje ve ödül ile ilgili konuştuk.

Projenin adı Milkrun. Ne anlama geliyor?

Recai Işıktaş: Milkrun, Avrupa ve Amerika’da gelişmiş bir konsept. Daha çok

üretici firmaların, malzemelerini imalatçılarından azar azar, belli sıklıklarla, belirlenmiş zaman aralıklarında toplama usulüyle sağladıkları bir sistem. Bu terim ve sistem tahmin ediyorum, Amerika’da sütçülerin her sabah kapı kapı boş şişeyi alıp, dolusunu koymaları usulünden geliyor. Biz de imalatçıya boş kasayı bırakıyoruz, dolu kasayı alıyoruz. Eskiden imalatçılara belli üretim programları verdiğimiz zaman, onlar buna uygun bir şekilde üretimlerini yapıyorlardı, fakat plana uygun sevk etmiyorlardı. Olabildiğince programa uygun olarak üretimlerini yaptıktan sonra ya istenilenden daha az

ya da istenilenden daha çok gönderiyorlardı. Biz de üretimi garanti altına alabilecek şekilde belli bir stok tutmak durumunda kalıyorduk. Milkrun sayesinde, imalatçılara bilgi vererek, gerek alış saati, gerekse miktar konusunda imalatçıyla teyitleşerek yeteri kadar stok tutmaya başladık. İmalatçı artık, “ben bunu nasıl sevk edeceğim”, “bunu hangi kamyonla ne zaman sevk edeceğim” gibi sorunlardan arındı. Proje oluştuktan sonra bunu yapacak firmayı araştırdık. Bu firmalardan biri de TNT Logistics idi. TNT Logistics’in bu konuda bir “know-how”ı vardı; bunu zaten Avrupa’da Ford fabrikası



Ford Otosan ekibi

için yapıyordu. TNT Logistics'in seçilmesindeki önemli kriterlerden birisi buydu. Biz TNT Logistics ile çalışmaya 2001 yılında başladık.

Projenin bir de TNT Logistics cephesi var. Projenin TNT Logistics açısından öneminden bahsedermisiniz?

Gürhan Korkut: TNT Logistics, hem Avrupa'da hem de diğer kıtalarda önemsendiği iş kollarında bunu yapıyor. Avrupa'da zaten önemli bir geçmişimiz var. Ford Otosan, günümüze uygun üretim tekniklerini bu yeni fabrikasına yerleştirmeye çalışırken, uzman olmadığı işleri uzmanlığı olan firmalara vermek istediğinde TNT Logistics ve benzeri firmalara ulaşmak istemiş. Bunların içinde de TNT Logistics'i geçmişinden dolayı seçmiş. O tarihte aslında şirkette bu işi bilen pek yok gibiydi. Yaşayarak öğrendik.

Recai Işıktas: Sonuçta "know-how" vardı ama bunu uygulayabilecek yetişmiş kalifiye eleman yoktu. Biz ise bu projeyi Kasım 2000'e kadar, altı aylık bir süre kendi kadromuzla gerçekleştirdiğimiz için bir mazimiz vardı. İşin konsepti açısından, bizim de geride kaldığımız nokta eldeki "know-how"ın nasıl kullanılacağıydı. O süreci çok çabuk geçtik. Zaten ödül almamızın en büyük sebebi de, çok iyi bir işbirliği olması. Çok iyi bir takım kuruldu. Arkadaşlar kendi açılarından konuyu çok çabuk kavradılar. Sonuçta, "know-how" olsa da bunun uygulamaları içinde bazı değişiklikler var. Uyguladığınız fabrikaya, yöreye, imalatçıya göre değişiklikler yapmanız gerekiyor. Çok iyi hatırlıyorum, aylarca, sırf prosedürler üzerine odalara kapandık, prosedürlerle alakalı tüm arkadaşları çağırdık; tahtaya çizilmiş prosedürler üze-

rinde bire bir gittik; şu anda uygulaması en iyi giden prosedürleri kurduk. Daha sonra pilot çalışma yaklaşık yedi ay sürdü. Pilot çalışma sonuçlarının ardından Mayıs'ta ana kontratı imzaladık ve tüm imalatçılara da yaymaya başladık. Dört ay gibi kısa bir sürede 13 imalatçıdan 120'ye fırladık. İmalatçılar ziyaret edildi, eğitim verildi.

Sisteme imalatçıların tepkileri nasıldı?

Murat Gökhan Ofluoğlu: İmalatçılara bu sistemi anlatmak, kabul ettirmek ve uygulamaya koymakta açıkçası sıkıntılar yaşadık. Ama ilk sistem uygulamalarını kullanmaya başladıklarında gördüler ki kendileri için daha faydalı bir sistem. Bunun faydasını anladıktan sonra, elbette çok benimsediler.

Milkrun projesinin üretim planlaması açısından da katkıları oldu mu?

Emrah Sarısoy: Bugün bu sayede günlük bazda plan yapıyoruz. Günümüzde birçok firma günlük plan yapamıyor. Bizim şu anki fabrikamızda yerli parçalarımızın stoku bir ile bir buçuk gün civarında. Eskiden dokuz on günlük stok tutuyorduk ve buna rağmen hattan eksik parçalı bir sürü araba iniyordu. Şu an yerli parçalarda bu sıkıntıyı minimize ettik. Biz Ford Otosan içinde de bu konuda göze çarpan fabrikalardan biriyiz. Diğer yan-

dan biz Ford Otosan'da olmayan farklı bir uygulama yaptık. Hattın üzerindeki arabalara göre kritik listeler çıkardık. Bunların mümkün olduğu kadar manuel şekilde baz alınmasını sağladık.

Projenin ileriye dönük hedefleri var mı?

Recai Işıktas: Bu projenin en büyük hedefi sürekli iyileştirme. Projenin sonucu yok. Bizim imalatçı sayımız çok fazla değişmemekle beraber maksimuma ulaştı zaten. Aslında bu işin en mükemmel durumu olabildiğince az imalatçıyla çalışmak. Sayı açısından bakarsanız, mevcut imalatçıların yüzde 95'i sistemin içerisinde. Dışarıda kalanlar da zaten, kendileri bire bir günlük sevk etmek zorunda kalan imalatçılar. Sistemin onlara katacağı bir avantaj olmayacak. O yüzden imalatçı sayısı açısından maksimum seviyeye geldik diyebilirim.

Ödüle başvurma aşaması nasıl gelişti?

Recai Işıktas: İnsan Kaynakları, ödüle aday gösterilecek bir proje olup olmadığını sorduğunda bu projeyi önerdik. Biz bu projeyi lojistik konferanslarında da sunmuştuk zaten. Gördük ki kayda değer bir proje. Biz aslında başka bir kategoriye başvurmuşken, sonradan uygun kategoriye aktarıldık. Ama aslında en doğru kategori ödül aldığımız "Geleceğe Taşıyan İşbirliği" kategorisi. İki firmanın birbirine entegre olması önemli bir şey.

Ödülü aldığınız gece neler hissettiniz?

Recai Işıktas: Tüm yöneticilerin olduğu bir toplantıda sahneye çıkmak insanı gururlandırıyor. Çok da heyecanlandık tabii. Özellikle de böyle bir projeyi açıp beğendirmek iyi bir şeydi. Hem biz gururlandık, hem de kendi yöneticilerimizin de bizimle gururlandığını hissettik. Gerek Ford Otosan olarak, gerekse TNT Logistics olarak belli bir şeyleri elde etmiş olmak çok daha gurur verici. 🏆



TNT Logistics ekibi

Koç Topluluğu'na Katılmak İçin: Koçkariyer

Bir süredir Koç Topluluğu şirketlerinde işe alım uygulamaları Koçkariyer sitesi üzerinden yapılıyor. Gerek iş ilanı sayısı, gerekse çeşitliliği açısından oldukça zengin olan siteyle ilgili sorularımızı Koç Holding İK Koordinatörü Şerife Fusun Ömür yanıtladı

Koçkariyer sitesi hakkında bize bilgi verir misiniz?

Bildiğiniz gibi Koçkariyer sitesi "www.kockariyer.com" adresinde hizmet vermekte ve Koç Topluluğu'nun tüm şirketlerinin işe alım ve staj başvuruları için kullandığı bir kariyer portalı. Topluluğa yeni katılmak isteyenler için tasarlanan sitede, iş başvurusu yapmanın yanında Koç Topluluğu şirketleri ve insan kaynakları uygulamaları hakkında ayrıntılı bilgi de edinilebilir.

Koçkariyer sitesinin diğer kariyer sitelerinden farkı nedir? Bu siteyi kullanmanın iş arayanlara ve şirketlerimize ne gibi katkısı olabileceğinden bahsedermisiniz?

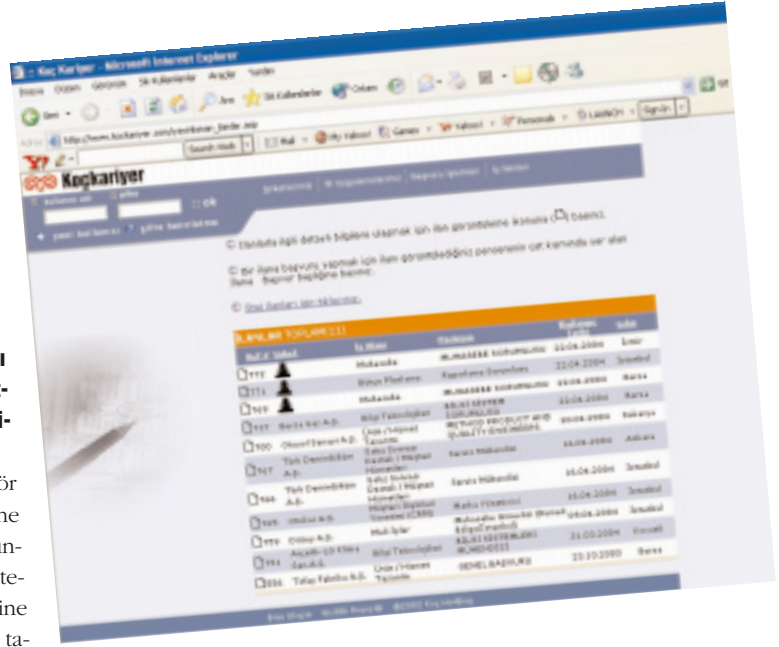
Koçkariyer sitesi Türkiye'nin en büyük özel sektör topluluğu olan Koç Topluluğu'nun tüm şirketlerine açık olduğu için iş ilanı sayısı ve çeşitliliği bakımından oldukça zengin bir site. Koçkariyer kariyer sitelerinde çok önemli hale gelen gizlilik prensiplerine son derece önem veriliyor. Koç Topluluğu'na özel tasarlanmış bir altyapıya sahip olması ve şirketlerimizin ihtiyaçlarına yönelik olarak değişikliklere açık olması, bilginin paylaşılabilişliğini sağlaması, sitenin kurumsal kullanıcılarına önemli avantajlar sağlıyor.

Koçkariyer sitesinin açılışından bu yana siteye gelen başvuruları değerlendirir misiniz?

"Kockariyer.com" iki senelik bir geçmişe sahip olmasına rağmen üye aday sayısı bakımından önemli bir büyüklüğe ulaştı. Topluluk adına üniversitelerde düzenlenen kariyer günleri ile sitenin bilinirliği daha da artmakta ve özellikle Nisan-Temmuz döneminde siteye hızlı bir başvuru süreci yaşanmaktadır. Ayrıca, işe alımların yoğun yapıldığı dönemlerde gazete ve dergilere Koçkariyer'in ilanı verilmektedir.

Son dönemlerde en çok hangi firmalara ve pozisyonlara ilgi var?

Otomotiv sektöründe yaşanan canlanma bu sektörde yeni iş gücüne olan ihtiyacı artırdı. Bu kapsamda otomotiv sektöründeki şirketlerimizin son dönemde birçok ilanı bulunmakta. Ek olarak, Topluluğumuzun büyüme stratejisi çerçevesinde her sektörde işgücü ihtiyacı olabilmekte. Bu ihtiyaçların karşılan-



masında ilk kullanılan araç "kockariyer.com" olduğu için şirketlerimizin hemen her sektörden farklı pozisyonlara yönelik ilanları olabiliyor.

Yeni mezun alımlarında "kockariyer.com" nasıl kullanılıyor?

Bu sene üçüncüsü uygulanacak Koç Topluluğu Yetkinlik Bazlı İşe Alma ve Yerleştirme sistemi, yeni mezunlara ve en fazla iki yıl iş tecrübesine sahip adaylara yönelik bir program. Bu süreçte sadece "kockariyer.com" üzerindeki başvurular taranıyor. Adaylar, iş grupları bazında yetkinlik bazlı seçme sürecine katılıyor ve tercihleri/beklentileri/özellikleri doğrultusunda ilgili şirketlere yönlendiriliyorlar. Nisan ayındaki kariyer günleri ile başlayan sürecin bu yıl için Temmuz başında bitmesi hedefleniyor. Bunun dışında, yeni mezun olanların yıl içerisindeki ihtiyaçlar için şirketlerimizin ilanlarına başvuru yapma şansları var.

Tüm Koç Topluluğu şirketlerine yapılan iş müracaatları bu siteden mi gerçekleştiriliyor?

Tüm Koç Topluluğu şirketlerine aynı anda ulaşılacak tek kariyer portalı www.kockariyer.com. 🌐

Işıkla Avlanan Hayalet Notalar

Kofisa'da görev yapan Münir Göle, aynı zamanda bir fotoğraf sanatçısı. Göle, caz tarihinin önemli simalarının fotoğraflarından oluşan yedinci kişisel sergisini Paris'te açtı

Münir Göle, Kofisa'daki Pazarlama ve Operasyondan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevinin yanı sıra fotoğrafa gönül vermiş bir isim. Göle'nin yedinci fotoğraf sergisi Paris'te, cazın mekânı olarak kabul edilen **Saint-Germain des Prés**'teydi. Sergi mekânı ise sergini konusuna uygun olarak seçilen ve iyi bilinen bir caz kulübü olan "Chez Papa"daydı. Sergide toplam 20 siyah-beyaz fotoğraf yer aldı. Serginin başlığı "La Note Fantome", yani "Hayalet Nota" idi. "Hayalet Nota", caz müzisyenlerinin çalmadıkları notaya işaret ediyor. Hayalet nota bir sessizlik anıysa da, caz performansında duygusal yoğunluğu en yüklü anlara karşılık geliyor aslında. Hayalet notalar, işitilirse de derinden algılanan notalar.

15 yıla yayılan sürede çekilen fotoğraflarda, her biri caz tarihinde büyük önem taşıyan **Miles Davis**, **Art Blakey**, **Ahmad Jamal**, **Keith Jarrett**, **Billy Higgins**, **Joshua Redman** gibi isimler var. Münir Göle ile fotoğrafçılık ve sergisi ile ilgili konuştuk.

Biraz kendinizden bahseder misiniz?

1961 yılında **İstanbul**'da doğdum, yüksek öğrenimimi bitirdikten sonra bir buçuk yıl **Floransa**'da yaşadım, ardından **Cenevre**'ye yerleştim. 1989 yılından beri Kofisa'da çalışıyorum. Hobi olarak başladığım fotoğraf ve yazı çalışmaları, işimden ve ailemden arta kalan zamanın büyük bölümünü alır oldu. Bugün ye-



dinci kişisel sergimi açtım, beşinci kitabım baskıya hazırlanıyor.

Fotoğrafçılığa ne zaman başladınız?

Fotoğraf çekmeye Cenevre'ye geldikten sonra, 1985 yılında başladım. Önce basit bir Nikon makineyle siyah-beyaz denemeler yapıyordum, sonra yoluma **Jacqueline Sadeghi** çıktı; onunla çalışmaya başlayınca iş biraz daha ciddiye bindi. Nihayet üç yıl kadar **J. Favre**'in asistanlığını yaptım; haftada üç gün işten çıkıp stüdyoya giriyordum; nihayetinde kendi yoluma koyuldum.

Daha önceki sergileriniz ile ilgili bilgi verir misiniz?

Paris'ten önce, iki **İstanbul**'da, iki **Cenevre**'de, bir **Lugano**'da, bir de **Ankara**'da kişisel sergi açtım. Birçok karma sergiye katıldım. Genelde yolculuklarımın ürünlerini sergiledim. İşlerimi düzenli olarak dergilerde yayınlamayı sürdürüyorum.

Etkilendiğiniz ya da örnek aldığınız sanatçılar var mı?

Çok sevdiğim fotoğraf sanatçıları var elbette; çoğundan şu veya bu şekilde etkilenmiş olduğumu yadsıyamazsam da, işi örnek almaya kadar götürmediğimi umuyorum.

Caza ilginiz nasıl başladı?

Cazla ilgim eskiye, öğrenim yıllarıma dayanıyor. Boğaziçi yıllarımda Bebek'te bir evde oturuyordum; evin odaları Boğaz'a bakardı, ama salonunda hiç pencere yoktu. Orası gün boyu caz kulübü olarak kullanılırdı. Evde düzenli "jam session"lar yapıldığı için komşulardan sık sık azar işitirdim. Cazın farklı bir özgürlük esintisi olduğunu düşünüyorum; bir şekilde her bireyin kendi başına yol aldığı, ama asla bütünü kaybetmediği bir mekân.

Caz fotoğrafları çekmek nereden aklınıza geldi?

Montreux Caz Festivali başta olmak üzere, İsviçre caz meraklısına geniş imkânlar sağlar. Ben de fırsat buldukça sevdiğim müzisyenlerin konserlerine giderim. Fotoğraf makinemi de yanımdan eksik etmem. Zaman içinde, çektiğim fotoğraflar yayınlandıkça, başka konserlere görevli olarak gider oldum; bu da işimi kolaylaştırdı tabii. Hatta yıllar önce, bir caz dergisi adına, bence caz müziğinin en büyük ismi olan Miles Davis'in İsviçre'deki konserlerini izleme şansını yakaladım. Sergimin afişine de onu koymam bir zorunluluk oldu tabii.

"Hayalet Nota",
caz
müzisyenlerinin
çalmadıkları
notaya işaret
ediyor.
Hayalet
nota bir
sessizlik
anıysa da, caz
performansında
duygusal
yoğunluğu en
yükli anlara
karşılık
geliyor
aslında

Serginize tepkiler nasıldı?

Saint-Germain des Prés'nin göbeğinde mistik bir mekânda sergi açmak bile bir ayrıcalıktı. Organizasyonu yapan kulüp sahibi ve sergiyle ilgilenen arkadaşlar, açılış günü için güzel bir hazırlık yapmışlar; çok sayıda gelen oldu. Paris'in önemli birkaç ismi davetliler arasındaydı; radyo ve yazılı basın da katıldı. Güzel şeyler söylendi, güzel şeyler yazıldı. Müzisyen arkadaşlar da güzel bir sürpriz yapıp kalabalık gelmişlerdi; sabah saat dört buçuğa kadar "jam session" yaptılar. Ben çektiğim fotoğraflarda müziğin bir anını dondurmıştım, onlar müziğe yeniden can verdiler.

Fotoğrafla ilgili yeni projeler var mı? Bu projelerden bahseder misiniz?

Vakit bulabilirsem, kısa doğru İstanbul ve Ankara'da paralel iki sergi açmayı ve son üç yıl içinde yolculuklarda oluşturduğum işleri sergilemeyi arzu ediyorum. Ayrıca, bir süredir üzerinde çalıştığım, fotoğraf ve yazılarımı bir araya getireceğim bir kitabı tamamlamak niyetindeyim. Bence asıl proje fotoğrafı çekme anıdır, kullanım sadece bir paylaşma aracıdır. Bu yüzden de yeni yollar, yeni fotoğraf kareleri peşindeyim. 🌸

Türk Ailesi Yarıştıkça Yarışıyor!

Bu ay sizler için **“Mortstar Ailesi”**nin evlerini en yakın damdan gözlemeye başladım. Mortstar ailesini neden seçtim derseniz, çünkü bu aile kendini tamamen yarışmalara verip, yarışarak geçimini sağlamaya başlamış klasik bir Türk ailesi! Şimdi **“Damdaki Mizahçı”**nızın keskin gözleri Mortstar ailesinin salonuna züm yapacak ve bundan sonra ben değil onlar konuşacak... Ailenin babası Mansur Mortstar, aile fertlerini salondaki yemek masasının çevresine toplamış, bakalım neler diyor...

- Mortstar ailesinin değerli fertleri!!!!!!... Bugünkü olağanüstü yarışma faaliyet raporunu açıklıyoooooooo... (Alkışlar, ıslıklar vb.) Çocuklar bakın durumumuz hiç parlak değil... Hanım önce senden başlıyorum... Bak Hilkat, geçen gece büyük umutlarla katıldığın **“Kim 500 milyar ister”** yarışmasında birkaç milyarı bile yüzünü göremeden elendin geneeee!.. **Çark-ı Felek’e** son 3 ayda tam 978 kez telefon açmışsın, sonuç rezalet Hilkat!.. Memetali bey bir kez eve bağlandı, hayatının şansı eline geçti ama sen n’aptın Hilkat?.. Memetali beye yeterince yalvarmadın... Şöyle yalvar-yakar, salya-sümük bir şekilde, **“N’oluuuuuur yardım et Memetali beeeeee”** diyemedin doğru-dürüst... Adam da baktı yalvaran yok langırt diye kesti bağlantıyı... Elimize geçen sadece ağır bir telefon faturası Hilkat!.. Cepten yolladığın kısa mesajları burda saymak bile istemiyorum.

- Mansurcum, n'olur bana bir şans daha tanııııı... "**Kim 500 milyar ister**"de heyecanımın kurbanı oldum. Kenan Işık bana öyle spot ışığı gibi bakmasaydı şaşır-mayacaktım... N'olur SMS'li telefonumu elimden almaaaa ben onsuz yaşayama-aaaam!..

- Kusura bakına Hilkat... Senin yarışma kredin çoktan doldu artık. Hatırlıyor musun yıllar önce ilk kez **“Süper Türkiye”**’ye katıldığında da gene heyecanlandım demiştin. Kalp çarpıntın var biliyorum, sana kaç kez katılma dedim ama beni dinlemiyorsun ki!!!.. Bundan sonra arayacağın her telefon ilerde aleyhinde delil olarak kullanılacaktır ona göre!!.. Şimdi sana gelecek oğlum Solgun... Mortstar ailesinin yüz akı olarak sonunda büyük bir iş başarıp **“Öz-Türkiye”**’ın finallerine kaldın. Üstelik o kadar berbat sesle. Buraya kadar iyi de, daha ilk haftadan ele-nip eve dönmek hiç iyi olmadı Solguuuun!..

- Ama babaaa, biliyorsun ki hakkımı yediler benim!.. Elenmemek için senin aklına uyup yarışmaya girmeden önce birkaç kişiyi yaralamış, pek çok kavgaya karışmış hatta komşunun kızını bile kaçırmıştım biliyorsun ama hiçbirisi bir işe yaramadı. Meğerse bu tür sansasyonların hepsi daha önce yapılmış.

İmajım zayıf kaldı babaaaaa!...

Ben daha çok gencim nerden bileyim, senin tecrübeli bir yarışma reisi olarak beni uyarman gerekmez miydi babaaa!.. Hiç kıvrırma, elenmemde sen de suçlusun babaaa!..

- Pejmürde, sana ne diyeceğimi bilemiyorum kızım... **“Biri Bizi Gözetliyor”** evine seni sokmak için araya torpiller koyduk zamanında hatırlıyor musun?.. Eve girmenle çıkman bir oldu... Ardından Hopstar dedin girdin, elendin; Popstar dedin girdin, elendin... Banyoda şarkı söylerken bile elendiğin söyleniyor... Sahi banyodaki yarışma ne zaman başladı yaaa, ben onu kaçırdım galiba?.. Ah Pejmürde aaaah!.. **“Bir Sevdâ Masalı”** senin son umudundu kızım, onu da beceremedin, oooooof of!.. Hayır seni genel kültür yarışmalarına da sokamayız ki, bırak geneli sen de özel bir kültür bile yok Pejmürdeeee!...

- Öyle deme yaaa babaaaa!.. Yakında Zortivi'de **“Ben Boşanı-yorum”** diye yeni bir yarışma başlayacakmış. Bu kez yüzünü-zü kara çıkarmayacağım. Çünkü evlenmek değil, boşanmak tam bana göre... Girip hemen boşanacağım!.. Bunu kimse engellemyemez!..

- Ukala kız!.. Sen bize şu yarışmaya giricem dedin de biz girme mi dedik. Bak ablan Şuhran'a, hiç olmazsa o Şanstopu, 10 numara, Sayısal Loto, Süper toto, Altılı ganyan, iddia filan oynayıp hiç olmazsa arada ufak tefek bir şeyler yakalıyor, aile bütçesine bir nebze de olsa katkı sağlıyor. Küçük kardeşin Ça-

tihan'ın geçen gün aldığı çeyrek bilete amorti çıktı. Ben bu Çatuhan'dan çok umutluyum çooooook... Daha sekiz yaşında çocuk, önünde kim bilir bizim bilmediğimiz ne yarışmalar var... Onu sizler gibi yapmayacağım, küçük yaştan yetiştireceğim, yarışmaların efendisi olacak o, aslanım Çatuhan... Amaaaa... Bugün bu olağanüstü toplantıyı yapmamızın asıl nedenine geliyorum şimdi... Mortstar ailesinin gerçek yüz akıııııı, gururuuuuuu, her şeyiiiiiii... O olmasa biz bir hiçtik çocuklaaaaaa... İsteeeee... İsteeeee... Büyükanne-miz Şehriyeeeeee... O ne yaptım?..

Kaldığı Yaşlılar Yurdunda düzenlenen **"Rast-star"** yarışmasında rast makarından okuduğu bir sanat müziği parçabirinci olup, ömür boyu o yurtda bedava

kalma hakkı kazandııııı!..

- Ay sağ olasin Mansur evladım... Beni çok ama çoook mütehasıs ettin... Neredeyse ağlayacağım ama ortalıkta kamera filan göremiyorum... Gözyaşlarım boşa gitmesin, bir yarışmada gerekebilir... Ama ben şarkıdan yana amacıma ulaştım, şimdi benim gözüm **"Bir Sevdâ Masa-lı"**nın yaşlılar versiyonunda evladım, yakında onu da yapacaklarımı... Yani şu anda akıllarından geçmese bile aslında yapmalılar di mi amaaa, şimdi o kadar yarışma vaaaaar, eh bir o eksik kalmasın yaniiii...

