

İçindekiler

Küresel Vizyon

4

- Vehbi Koç Ödülü'nün dördüncüsünün sahibi şair Fazıl Hüsni Dağlarca oldu
- AB Anayasası'na Fransa ve Hollanda halkı "hayır" dedi. Bu durumun Türkiye'ye etkilerini Koç Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi Fuat Keyman'la görüştük
- Ford Otosan Genel Müdürü Turgay Durak, 2005 yılı hedeflerini açıklıyor
- Beldeyama, Türkiye'yi Avrupa'da en çok Yamaha satılan beşinci ülke yaptı. Genel Müdür Hayri Erce, başarılarının sırrını açıkladı
- Biletix, Anadolu'da da yayılmayı hedefliyor

Ayın Gündemi

20

- Otobilenle akaryakıt almak çok kolaylaştı
- Yeni Alfa Romeo 147 Türkiye yollarında

Kültürel Vizyon

24

- Gazeteci Murat Bardakçı, Liman 2 gemisiyle çıktığımız Haliç turunda belgelerle olan ilişkisini anlattı

Sosyal Sorumluluk

28

- Sosyal sorumluluk projelerine ağırlık veren Opet, Mardin'de "Örnek Köy" yarattı
- 41 ilin başarılı öğrencileri Migros'la İstanbul'da

Hayata Dair

32

- Koç Üniversitesi öğretim üyeleri böbrek hastalarına umut kapısı açtı

İletişim

38

- Setur, Amerika-Kanada turuyla yeni bir deneyim vaad ediyor

"Türk milleti doğru iş yapana destek olur"



Vehbi Koç Vakfı tarafından, 2002 yılından bu yana organize edilen **Vehbi Koç Ödülü**'nün dördüncüsü bu yıl edebiyat dalında sahibini buldu. Titiz çalışmalardan sonra bu daldaki ödülü Türk şiirinin yaşayan en önemli temsilcilerinden biri olan şair **Fazıl Hüsni Dağlarca**'ya verdi.

Türk edebiyat tarihine 100'den fazla kitap ve 30 binden fazla şiir kazandıran Fazıl Hüsni Dağlarca'ya ödül vermek bizim için büyük bir mutluluk oldu. "Türk insanının yaşam kalitesinin oluşturulmasında öncü rolü oynamak" hedefiyle yola çıkan Vehbi Koç Vakfı'nın verdiği bu büyük ödülün anlamı ve önemi, Vakfımızın Yönetim Kurulu Başkanı Sayın **Semahat Arsel**'in şu sözleriyle daha net olarak ortaya çıkıyor: "Vehbi Bey, Vakfın tüm hizmetlerinde Türk insanına en mükemmeli vermek çabasıydı. Bugün Vakfımızın çağdaş ve örnek kuruluş olarak takdir edilmesinin nedeni **Vehbi Koç**'un başlattığı 'mükemmeliyet merkezi' olma zihniyettir. Hiçbir zaman vasat iş yapmak istemezdi. Her konuyu derinliğine araştırır, en iyisini, en mükemmeliyi uygulamaya çalışırdı. Hayatı boyunca yaptığı işler için hiç ödül beklemedi. En büyük zevki Türk kamuoyunun takdirinden alırdı. 'Türk milleti doğru iş yapana destek olur' derdi. Bizler bir anlamda Vehbi Koç'un vasiyeti olan bu ödülün, Vehbi Koç'un ideallerinin hayata geçirilmesinde önemli bir basamak oluşturacağına inandık."

AB Anayasası ve Türkiye

Şu sıralar Avrupa Birliği ile ilgili önemli gelişmeler yaşanıyor. Bildiğiniz gibi Fransa ve Hollanda'da yapılan referandumda seçmenler ortak anayasaya "hayır" dedi. Bu durumun 3 Ekim'de müzakerelere başlayacak olan Türkiye'yi nasıl etkileyeceği sorusunun yanıtı aranıyor. Ancak biz bu süreçte Türkiye'nin Avrupa Birliği için öneminin daha net bir biçimde belirginleşeceğine inanıyoruz. AB'nin karar mekanizmalarını etkileyen bu önemli gelişme-

ler yeni bir süreci başlatıyor ve bu süreçte eğer dersimizi iyi çalışıp müzakere süreçlerine hazırlıklı çıkabilirsek avantajlı bir duruma geçeceğiz. Avrupa'da nelerin olup bittiğini daha iyi anlamak isteyenlerin Koç Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. **Fuat Keyman**'la yaptığımız söyleşi okumalarını öneririm.

Koç Topluluğu Alman basınında

Almanya'nın ünlü ekonomi dergisi "Manager Magazine" Haziran sayısında Koç Topluluğu ve Türkiye ile ilgili bir habere yer verdi. "Avrupa'nın fabrikası" başlığı altında verilen haberde Topluluğumuzun son dönemlerde ihracatında yaşanan artışa dikkat çekildi. Ayrıca Avrupa'nın en büyük ikinci televizyon üreticisi olduğumuz da vurgulandı. Almanya'da satılan her dört televizyondan birinin İstanbul'da Beko Elektronik tarafından üretildiğinin belirtildiği bu haber, Topluluğumuzun "Her Avrupalının evinde bir Koç ürünü olacak" hedefine büyük ölçüde yaklaştığının da kayda değer işaretlerinden biri oldu.

Sosyal sorumlulukta durmak yok

Koç Topluluğu olarak, sosyal sorumluluklarımıza ara vermeden devam ediyoruz. Topluluk şirketlerimiz de çalışmalarında sosyal sorumluluk projelerine önemli bir yer ayırırlar.

Migros, 18-22 Mayıs tarihleri arasında 41 ilden 41 başarılı öğrenciyi İstanbul'a getirdi. İstanbul'un tarihi ve turistik yerlerini gezen öğrenciler, Koç Holding'in yönetim merkezini de ziyaret etme imkânı buldular. Migros'un yanı sıra Opet de, Mardin'de hayata geçirdiği "Örnek Köy"le takdir topladı. Mardin Dara Köyü'nü baştan aşağı değiştiren Opet'in hedefinde yeni köyler de var. ☞

Hasan Bengü

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı

BİZDEN HABERLER

KOÇ HOLDİNG A.Ş.

AYLIK YAYIN ORGANI

Yönetim Yeri: Bizden Haberler

Nakkastepe, Azizbey Sok. No: 1

81207 Kuzguncuk-İstanbul

Tel: (0 216) 531 03 86 Faks: (0 216) 343 15 37

İnternet: <http://www.koc.com.tr>

e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr

Yayın Türü: Yerel Süreli

Haziran 2005 Sayı: 327

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

Genel Yayın Yönetmeni: Hasan Bengü

Yayın Direktörü: Oya Ünlü Kızıl

Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil

Editör: Feride Cem **Sanat Yönetmeni:** Murat Kaspar

Yayın Kurulu: Şeref Oğuz, Ali Boratav, Şeniz Akan,

Ülkü S. Osmanoglu, Arın Dörtok, Kadriye Çalışkan

Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve İletişim

Hizmetleri Ltd. Şti. Tel: (0 212) 337 51 99

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

Dereboyu Cad. Özgür Sok. Çalı Binası Halkalı-İstanbul

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



Eğitim, sağlık ve kültür alanlarında her yıl dönüşümlü olarak verilen Vehbi Koç Ödülü'nün dördüncüsü, Türk şiirinin yaşayan en önemli temsilcisi Fazıl Hüsnü Dağlarca'ya verildi. Dağlarca, Koç Üniversitesi Sevgi Gönül Oditoryumu'nda gerçekleştirilen ödül törenine bizzat katılarak, ödülünü Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel'in elinden aldı

Vehbi Koç Ödülü'nün "Edebiyat" alanındaki sahibi:

Fazıl Hüsnü Dağlarca

Türk insanın yaşam kalitesinin artırılmasına hizmet eden kişi ya da kurumları ödüllendirmeyi, teşvik etmeyi amaçlayan ve Koç Topluluğu'nun kurucusu merhum **Vehbi Koç**'un, özel sektörün birikimlerinin bir bölümünün toplumsal gelişme amacıyla kullanılması fikrinden hareketle oluşturulan Vehbi Koç Ödülü, Vehbi Koç Vakfı (VKV) tarafından 2002 yılından bu yana eğitim, sağlık ve kültür alanlarında dönüşümlü olarak veriliyor. Bu yıl, edebiyat alanındaki çalışmaların-

dan ve Türk edebiyatına yaptığı büyük katkılardan dolayı Türk şiirinin yaşayan en önemli temsilcisi sayılan **Fazıl Hüsnü Dağlarca**'ya verilen ödül, maddi değer olarak da Türkiye'de tesis edilmiş en büyük ödül olma özelliğini taşıyor. Vehbi Koç'un ilk şirketini kurduğu gün olan 31 Mayıs'ta düzenlenen ödül törenine, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı **Semahat Arsel**, Koç Ailesi'nin fertleri, işadamları, sanatçılar ve seçkin bir davetli topluluğu katıl-

dı. Merhum Vehbi Koç, **Sevgi Gönül, Erdoğan Gönül** ve ebediyete intikal eden tüm Koç mensupları için yapılan saygı duruşuyla başlayan ödül töreninde, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç bir açılış konuşması yaparak ödülün anlam ve önemine değindi.

Vehbi Koç'un en büyük ideali

Sözlerine merhum Vehbi Koç'un en büyük idealinin Türkiye'nin kalkınması olduğunu söyleyerek başlayan Mustafa V.



“Ödül, benim için başka türlü bir gözyaşı. Anlamı büyük”

Fazıl Hüsni Dağlarca ödülünü aldıktan sonra Bizden Haberler’in sorularını yanıtlarken şöyle dedi:

“Şaşırdım. Çünkü benim iş çevresiyle hiçbir alakam yoktu. Şimdiye kadar hiçbir işadaminin, Türk toplumunun birbirini tanıması ve sevmesi için böyle bir davranışta bulunduğunu görmedim. Sayısız başarılı işadamı böyle bir davranışı aklından geçirmemiştir. Vehbi Koç ile yüz yüze hiç tanışmadım ama uzaktan izledim. Para için değil de, Türkiye’nin kalkınması için çalışan bir adamdı. Sayın Vehbi Koç, Türk fikir dünyasında bir devrim yaptı. Ben Vehbi Koç’un nasıl yükseldiğini, başarılarını görmüş ve kendisini yanımda hissetmişimdir.

“Ödül, benim için başka türlü bir gözyaşı. Anlam ve önemi büyük tabii. Koç Topluluğu’nun bu davranışı beni sarstı. Öyle işadamları var ki, sanatı görünce durup bakmadan gidiyor. Vehbi Koç Vakfı’nın bu davranışını yaşamım boyunca unutmayacağım. Para için değil, bunun değeri başka. Bana boş zarf da verilseydi aynı şeyleri hissederdim. Sev-giden gelen sıcaklık bana yeter. Sanki bir filmin aktörü gibiyim. Şu anda böyle hissediyorum. Bu yıl edebiyat alanında ödül verilmesi benim şansım. Çok teşekkür ediyorum.”

Koç, ödülün bu anlamda hem Koç Ailesi hem de Koç Topluluğu açısından büyük bir önem taşıdığını söyledi. Mustafa Koç, “Büyüğümüz Vehbi Koç, kendi ismini taşıyan bu vakfi kurarken, özel sektörün birikimlerinin bir bölümünün toplumsal gelişme amacıyla kullanılmasını hedeflemişti. Vehbi Koç, kalkınma yolundaki en önemli eksikliklerimiz olan eğitim, sağlık ve kültür alanlarında devlete destek olunması gerektiğini savunmuş ve bunu uygulamaya geçirmiş, vizyon sahibi bir liderdi. Bugün 800 milyon doları aşan bir kaynağı yönetmekte olan Vehbi Koç Vakfı, imkânlarını, özel sektörün toplum hayatına katkılarını kalıcı hale getirebilmek için harekete geçirmiştir” dedi.

Vakfın, ana çalışma alanlarında bugüne kadar 500 milyon doların üzerinde proje gerçekleştirdiğinin altını çizen Mustafa V. Koç, 2002 yılından bu yana verilen Vehbi Koç Ödülleri ile ilgili olarak da şunları söyledi:

“VKV’nin temel çalışma alanları olan eğitim, sağlık ve kültür alanlarında her yıl dönüşümlü olarak Vehbi Koç Ödülü’nü veriyoruz. Ödül törenini ise her yıl, Vehbi Koç’un ilk şirketini kurduğu gün olan 31 Mayıs’ta düzenliyoruz. Bu yıl ödülümüzü, yaşantımızda önemli bir yeri olan bir edebiyatçımıza sunacağız. Kendisine çok teşekkür ediyoruz.

Vakfın kurulmasının üzerinden 36 yıl geçti. Bizler için düşündürücü olan nokta, bu zaman içinde Türkiye’nin yaşam seyrinde, vakfımızın temel çalışma alanlarında çağdaş medeniyetlerin seviyesine ulaşamamasıdır. Bu nedenle vakfımız hâlâ eğitim, sağlık ve kültür alanlarında çalışmalarını büyük bir inanç ve umutla sürdürmektedir. Bu standartların hepimizin ortak çabalarıyla en kısa sürede yakalanmasını diliyorum.”

Mustafa V. Koç’un ardından ödül sahibini açıklamak üzere kürsüye gelen Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel de geceye katılanlara teşekkür ederek, Türkiye’nin en büyük maddi ödülü olan 100 bin doların, “Türk şiirinin çınarı” Fazıl Hüsni Dağlarca’ya verilmesinin kararlaştırıldığını belirtti. Arsel, konuşmasının ardından Vehbi Koç Ödülü Seçici Kurul Başkanı Prof. Dr. **Talat Halman**’ı, ödülün Dağlarca’ya verilmesinin nedenini anlatmak üzere kürsüye davet etti.

“O işinin ozanı, ben Tanrısıyım işimin”

Halman, Türk ve dünya şiirinin kendisine minnettar olduğunu söylediği Dağlarca’nın, “O işinin ozanı, ben Tanrısıyım işimin” mısralarıyla başladığı konuşmasını şöyle sürdürdü:



Davetliler arasında bulunan ünlü sanatçımız Yıldız Kenter'in sahnede Fazıl Hüsni Dağlarca ile gerçekleştirdiği içten sohbet ödül gecesinin sürprizi oldu.

"Bu gece Türk şiirinin mutlu talihini ve tarihini kutluyoruz. Fazıl Hüsni Dağlarca, Tanrı vergisi hayal gücü ile bizim anlayamayacağımızı anlayan, hissedemeyeceğimizi sezen bir şair. Jürinin yoğun çalışmaları sonucunda üç isim belirlendi ve bu isimler Yönetim Kurulu'na sunuldu. Kurul, Fazıl Hüsni Dağlarca'yı seçti. Kendilerini kutluyorum. 1914 doğumlu olan Dağlarca, bugün hâlâ haftada 2-3 şiir yazmaktadır. Çocukluğundan beri şiir yazan Dağlarca'nın 100'ü aşkın şiir kitabı, 30 bini aşkın şiiri bulunuyor. 'Çocuk ve Allah' gibi bir 'erken başyapıt'a sahip olan Dağlarca'nın şiirinin asıl gücü, niceliğinin yanı sıra niteliğinden gelmektedir." Halman'ın konuşmasının ardından, ilerlemiş yaşına rağmen geceye bizzat katılarak ödülünü Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel'in elinden alan Fazıl Hüsni Dağlarca, davetlilerce dakikalarca alkışlandı. Gecenin sürprizi ise davetliler arasında bulunan ünlü Tiyatro sanatçısı Yıldız Kenter'in sahnede Dağlarca ile sohbet etmesi oldu.

"Şiir gramer mucizesidir"

Fazıl Hüsni Dağlarca'nın böyle bir ödüle sahip olmasından duyduğu mut-

luluğu dile getiren ve Koç Topluluğu'na teşekkür eden Kenter, Dağlarca'ya, "Siz şiirinizin içinde neredesiniz? Kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz?" diye sordu. Dağlarca'nın yanıtı, "Bendeki ikilik gitgide çoğaldı, üçlük, dörtlük oldu. Bu yüzden şiir yazmaya başladım. Ben kendimi, hangisiyim diye seçemiyorum. Çok şiir yazmam bundandır. Ben çoğu kez gündüz uyanırken uyanıyorum. Başka bir yaşamın beni çağırdığına inanıyorum. Beni çağıran şey şiirdir" oldu. Şiirin aslında bir gramer mucizesi olduğunu söyleyen Dağlarca, "Türk şairleri bu gramerden biraz

faidalansalar çok büyük anlamlara ulaşabilirler. Benim 80 yıllık şiir hayatımın sırrı budur" diye konuştu. Ödül töreni, Uzel Ametist Klarnet Beşlisi'nin konserinin ardından verilen kokteyl ile sona erdi. Vehbi Koç Ödülleri 2004 yılında sağlık alanında Bilkent Üniversitesi Fen Fakültesi Moleküler Biyoloji ve Genetik Bölümü'ne, 2003 yılında eğitim alanında AÇEV (Anne Çocuk Eğitim Vakfı)'e, 2002 yılında da "tarihi ve kültürel miras" başlığı altında Topkapı Sarayı Müzesi'ne verilmişti. 



Vehbi Koç Ödülü Seçici Kurul Üyeleri:

Başkan

ıProf. Dr. Talat Halman (Bilkent Üniversitesi Türk Edebiyatı Bölümü Başkanı)

Üyeler

ıProf. Dr. Jale Parla (Bilgi Üniversitesi Karşılaştırmalı Edebiyat Öğretim Üyesi)

ıDoç. Dr. Füsün Akatlı (Edebiyatçı, Felsefeci)

ıDoğan Hızlan (Edebiyat Eleştirmeni)

ıEnis Batur (Şair, Deneme Yazarı)

Almanya'nın ünlü ekonomi dergisi "Manager Magazine", Haziran sayısında Koç Topluluğu ve Türkiye ile ilgili bir habere yer verdi. Koç Holding CEO'su Bülend Özaydınlı ile söyleşinin yer aldığı haberde, "Avrupa Birliği adayı Türkiye, Batı Avrupa pazarını zorluyor" deniliyor



Almanya'nın gözü Koç Topluluğu'nda

Son dönemlerde Avrupa basınının sayfalarında kendisine fazlasıyla yer bulan Koç Topluluğu, geçtiğimiz ay da Alman basınındaydı. Almanya'nın prestijli ekonomi ve yönetim dergisi "Manager Magazine'de Türkiye ve Koç Topluluğu'yla ilgili bilgilere yer verdi. "Avrupa'nın Fabrikası" başlığını taşıyan haberde, Koç Holding CEO'su **Bülend Özaydınlı** ile yapılan söyleşi yer aldı.

"Koç Avrupa'yı fethediyor" ara başlığıyla aktarılan bilgiler içinde, son dönemde ihracatındaki gelişmelere yer verilen Topluluğun Avrupa'nın en büyük ikinci televizyon üreticisi olduğu da yer aldı. Avrupa Birliği adayı Türkiye'nin Batı Avrupa pazarlarını fethetmeye hazırlandığı ifade edilen haberde, Avrupa sınırlarını zorlayan Türkiye'nin bu yaklaşımını en güçlü şekilde sürdürenlerden birinin de Koç Topluluğu olduğu kaydedildi.

Koç'un, Grundig ve Beko gibi markalarla Avrupa'yı hâkimiyetine aldığı, pek çok Türk şirketinin de üretimde Avrupa'yı zorladığının kaçınılmaz bir gerçek olduğu vurgulanan haberde, ketçaptan otomobile, benzinden pastaneye kadar değişen bir yelpazede hizmet ve ürün sunan Koç Topluluğu'nun 100'ü aşkın şirket ile Türkiye'de sürdürdüğü çalışmalarını Avrupa'ya taşıdığı ifade edildi.



Türkiye'nin yüzü Avrupa'ya dönük

Haberde Arçelik ve Beko'nun ulusal ve uluslararası pazarlarda elde ettikleri başarıların altı çizilirken, özellikle Arçelik'in sembolü olan "Çelik" in pek çok uluslararası markanın maskotundan çok daha fazla tanındığı ve ilgi gördüğü de belirtildi. Diğer yandan özellikle Blomberg, Leisure, Flavel, Elektra Bregenz ve Tirolia gibi Almanya'da çok iyi tanınan markaların arkasında da Türklerin olduğu belirtilirken, bu atılımların Koç Topluluğu'nu

Avrupa'nın en önemli şirketlerinden biri haline getirdiğinin altı çiziliyor.

Almanya'da satılan her dört televizyondan birinin, İstanbul'da Beko Elektronik tarafından üretildiği belirtilen haberde, şu değerlendirmeye yer veriliyor: "Bunun nedeni ise açık; 1996 yılındaki Gümrük Birliği'nden sonra, Türkiye yatırımlarını üretime kaydırды ve çok başarılı oldu. Özellikle beyaz eşya konusunda Türkiye'nin bunalıcı rekabeti, Alman üreticileri kara kara düşündürüyor. Çin ve Kore'ye rağmen Türkiye çok başarılı. Arçelik gibi çok bilinen ve sevilen bir markaya sahip olduğu için de gururlu olan Koç, Beko ile dünya pazarlarını yakaladı bile. Üretimünün yüzde 80'i yurtdışına satılmakta."

Haberde özellikle "Geri Dönüş" başlığıyla, Grundig'in Beko tarafından satın alındıktan sonra yeniden nasıl hayata döndüğünün de öyküsüne yer verildi. Yeni reklam kampanyaları ve genişletilen ürün segmenti ile Grundig'in 2007 yılına dek gelirini üçe katlamayı hedeflediği belirtiliyor.

Koç Holding CEO'su Bülend Özaydınlı'nın, başarı ile hedefe odaklanmış olarak yola devam ettiklerini ve her yıl %14'lük bir büyüme hedeflediklerini belirttiği haberde, "Şunu söylemek mümkün; gerek Koç'un gerekse Türkiye'nin yüzü daima Avrupa'ya dönük" denildi. 

Koç Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi
Prof. Dr. Fuat Keyman:

Türkiye, Avrupa'nın gidişatını çok iyi okumalı

“Türkiye, şu anda olan olay birebir kendisini ilgilendirmede için, sakın olarak çok ciddi bir biçimde müzakere sürecine hazırlanmalı. İlk yapılması gereken böyle ikili bir manevra: Bir taraftan Avrupa'yı iyi anlamak çabasına girilirken; diğer taraftan da müzakere sürecine hazırlanılmalı”

Fransız seçmenler 29 Mayıs Pazar, Hollandalı seçmenler de 1 Haziran Salı günlerinde yapılan referandum sonuçlarıyla Avrupa Birliği Anayasası'na 'hayır' dediler. Bu sonuç, öncelikle hem Avrupa Birliği'nin kurucu ülkesi Fransa'da iç siyaseti karıştırdı, hem de AB'de sorunlara yol açtı. Teknik olarak Türkiye'nin müzakere süreci bu sonuçtan etkilenmiyor ama müzakereler sürerken, Türkiye'nin üyeliğine sıcak bakmayan iktidarların Avrupa başkentlerinde göreve gelmesi ihtimali tereddütlere yol açıyor. Diğer yandan Türkiye'de ekonomi dünyası bu gelişmelerden rahatsızlık duymadı. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**'un da belirttiği gibi sonucun Türkiye için avantaj olduğu ve bu süreçte Türkiye'nin öneminin daha da çok ortaya çıkacağı yolundaki öngörünün genel kabul gördüğü rahatlıkla söylenebilir. İki güçlü Avrupa ülkesinde seçmenlerin neden “hayır” oyu verdiğini daha iyi anlayabilmek amacıyla Koç Üniversitesi

Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Görevlisi Prof. Dr. **Fuat Keyman** ile sohbet ettik.

Bildiğiniz gibi Fransız ve Hollanda halkının büyük çoğunluğu AB Anayasası'na referandumda “hayır” oyu kullandılar. Sizce Fransa ve Hollanda halkı neye “hayır” dedi?

Fransa ve Hollanda arasında farklar olmasına rağmen genel olarak durumu değerlendirecek olursak, şu noktalar çıkıyor ortaya. Bunlardan bir tanesi teknik bir durum. Anayasal antlaşma denen metin, çok teknik, çok uzun, çok anlaşılır olmayan ve bu anlamda da şeffaf görülmediği için demokrasi anlamında eksikli görünen bir metin olarak değerlendirildi. Bu teknik bir sorundu ve halka anlatılamadı. Diğer nedenlere gelince. Avrupa Birliği ile üye ülkelerin iç politikaları arasında bir kopukluk yaşıyor; hem Fransa'da hem Hollanda'da. Yani bu anayasaya hayır denmesinde Fransa iç politikası ve Hollanda iç politikasıyla Avrupa Birliği sürecinin tam kesişmedi-

ğini görüyoruz. İkinci nokta, kurucu ülkeleri doğrudan ilgilendiriyor ve “AB’nin genişlemesi mi, derinleşmesi mi?” tartışmasına bakmak gerekiyor. Genişlemenin AB’ye ne şekilde katkı sağlayacağı çok fazla tartışılmamıştı. O yüzden de ‘genişleme’ dendiği zaman bu ülkelerde sorun oldu. Genişlemede katılan ülkeler avantaj sağladılar ama, kurucuların gözünde “genişleme” her zaman ikircikli bir yapıya sahip oldu. O yüzden de referandumdaki “hayır”ı anayasa metnindeki teknik sorunlar ve metnin halka iyi aktarılamaması, iç politikalar ve “genişleme mi, derinleşme mi?” tartışmasının bir sonucu olarak görebiliriz.

litikasıyla ilgili bir hoşnutsuzluğun zaten olduğunu söylemeliyiz. Tabii referandumda “evet” çıksaydı Chirac bunu belli bir süre daha götürebilirdi. Ama ‘hayır’ın yüzde 50’lerde olması belli bir politik değişiklik ihtiyacını doğurdu. Çünkü, Fransa gibi ülkelerde yüzde 50’lik rakamlar ciddi rakamlar. O yüzden referandum, zaten süren bir sürecin kırılma noktası oldu.

Başbakan Erdoğan “Fransa’nın hayır demesi Türkiye’nin üyelik süreci için engel oluşturmaz” yorumunda bulundu. Başbakan’ın bu açıklamasını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu doğru. Hollanda’daki 17 Haziran

iyi götürdüğünü düşünürsek, işte o zaman Avrupa’ya hazır bir ülkeyle Avrupa’nın karar mekanizmaları arasında bir çatışma görülebilir.

Müzakere süreci başladıktan sonra Türkiye nasıl bir tutum izlemeli?

Genel olarak Türkiye’nin Avrupa’nın gidişatını çok iyi okuması lazım. Biz Avrupa’yı bilmek, okumak, Avrupa’nın içine girip ne olduğunu anlamaya çalışıp bunu iyi çözümlemek durumundayız. Avrupa’yı, Avrupa’nın içine yerleşmiş olan küreselleşme sürecini ve buradaki değişimleri anlamadan Türkiye AB ilişkilerini iyi okumak mümkün de-



Sizce bu sonuçta Türkiye’ye üyelik müzakereleri için tarih verilmesinin rolü olmuş mudur?

Temel nedenin bu olduğunu söyleyemeyiz. Hollanda’nın yüzde 60’lık “hayır” oyunun temel kompozisyonunu henüz bilmiyoruz ama, Fransa’da durum daha netleşti. Her ne kadar bizler, Fransa sürrekli Türkiye’yi konuşuyormuş gibi hissetsek de referandumda “hayır” diyen yüzde 56’lık oyun kompozisyonuna baktığımız zaman bu oranın Türkiye ile ilgili kısmı yüzde 14 olarak ortaya çıkıyor.

Sonuçların açıklanmasından sonra Fransa’da Başbakan Raffarin’in istifa etmesi konusundaki düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

Öncelikle, Fransa’da Raffarin ve iç po-

toplantısından sonra çok ciddi bir kavgaya, çok ciddi bir kırılma çıkar ise Türkiye’nin üyelik süreci belki etkilenir. Ama normal gidişat içinde 3 Ekim’de müzareke sürecinin başlamasını etkilenmemesi gerekiyor. Esasında biz bu kararlar ve bu kararların Türkiye üzerine etkileri bağlamında bugünden ziyade, bugünden başlayan sekiz yıllık süreçten bahsediyoruz. Benim genelde düşüncem; buradan bir çıkış yolu bulunacağı, Avrupa’da kaos olmayacağı, Avrupa’nın krize gireceği fakat bu krizden çıkma tartışmasının yapılacağı ve Avrupa’nın bir yere doğru yavaş yavaş gitmeye başlayacağı yönünde. Bu müzakere sürecini Türkiye’nin çok daha

gildir. Ama kurucu üyenin de “hayır” demesi gösterdi ki, artık Türkiye her boyutuyla Avrupa’yı iyi okuma ve anlama sürecine girmek durumunda. İkincisi, Türkiye AB’ye tam üye bir ülke değil. Tam üyelik sürecine başlamış bir ülke olduğu için, şu anda olan olay bire bir Türkiye’yi ilgilendirmiyor. O yüzden de Türkiye şu anda sakin olmak durumunda.

Türkiye kendisini çok ciddi bir biçimde müzakere sürecine hazırlamalı. O yüzden de ilk yapılması gereken böyle ikili bir manevra: Bir taraftan Avrupa’yı iyi anlamak çabasına girerken diğer taraftan da kendini müzakere sürecine hazırlamalı. ☞



Ford'un Ticari Araç Merkezi
Ford Otosan,
1 milyonuncu aracı olan
Ford Transit'i, Ford Otosan
Yönetim Kurulu Başkanı
Rahmi M. Koç ve Ford
Avrupa Başkanı L.W.K.
Booth'un bulunduğu bir
törenle geçtiğimiz ay
banttan indirmişti

Hedef daha da büyümek

2004 yılını rekor bir kârla geride bırakan Ford Otosan, 2005 yılına da hızlı bir giriş yaptı. Yılın ilk çeyreğinde araç üretiminde ilk sırada yerini alan Ford Otosan'ın hedefi, Türkiye otomotiv pazarı liderliğini 2005 yılında da devam ettirerek "Türkiye'nin en çok satan otomotiv markası" unvanını korumak

Geçtiğimiz Nisan ayında 1 milyonuncu araç olan Ford Transit'i üretim bandından indiren ve 2004 yılını rekor kârla kapatan Ford Otosan'ın Genel Müdürü **Turgay Durak**, 2005 yılında 2004 yılına göre yaklaşık yüzde 5-10 daralma öngördükleri Türkiye otomotiv pazarında, bu daralmaya rağmen üretim ve satış rakamlarında zorlu hedefler belirlediklerini söyledi. "2005'te de bir rekor kırmayı hedefliyoruz" diyen Turgay Durak ile Ford Otosan'ın başarısının altında yatan sırları, sektördeki gelişmeleri ve 2005 yılı hedeflerini konuştuk.

Öncelikle size bir milyonuncu araç olan Ford Transit'i sormak istiyorum. Bu araç, aynı zamanda Ford Otosan Kocaeli Fabrikası'nın dört yıl içinde ürettiği 395 bininci araç oldu. Ulaştığımız bu rakamla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz?

Vehbi Koç Beyefendi'nin iştiraki ile 1959'da kurulan Otosan A.Ş., Türk otomotiv sanayiinde her zaman öncü olmayı başarmıştır. 1959 yılından Kocaeli fabrikamızın üretime başladığı 2001 yılına kadar, İstanbul Acıbadem ve Eskişehir İnönü fabrikalarımızda 605 bin adetlik bir üretim ger-

çekleştirmeyi başardık. Ford Thames ve Ford Consul üretimi ile başlayan maceramız, 1976 yılında Ford ile imzalanan araç üretim lisans anlaşması sayesinde farklı bir boyuta taşındı. Türkiye'nin seri üretilen ilk otomobili olan Anadolu, üretime başladığımız 1966 yılından bitiş tarihi olan 1984 yılına kadar tam 84 bin adet üretilmişti. Bu başarılı başlangıçtan sonra Taunus, Escort, Transit ve Cargo gibi araçların üretimi ile devam ettik.

2001 yılında üretime başlayan Ford Otosan Kocaeli Fabrikamız, 2004 yılı sonu itibariye yüzde 100'lük bir kapasite kullanımı gerçekleştirdi ve 206 bin 600 araç ürettik. Bu üretim adedi bugüne kadar Türkiye otomotiv sektöründe tek bir firma tarafından gerçekleştirilen en yüksek üretim hacmidir. Bu rakamlar, rekor üretim adetleri, tabii ki bir tesadüf değil. Ortaklarımız Koç Holding ve Ford Motor Company'nin 1998 yılında aldıkları karar ile başladığımız ürün ve tesis yatırımlarımıza, geçtiğimiz yıllarda ülke ekonomisinde yaşanan krizlere rağmen ara vermeden devam ettik. Şimdi bunun meyvelerini topluyoruz.

Ford Otosan'ın 2005 hedefleri

n Bu yıl Türkiye otomotiv pazarının 2004 yılına göre yüzde 5-10 daralarak yaklaşık 700 bin adet seviyelerinde gerçekleşeceği tahmin ediliyor. Bu daralma beklentisine rağmen Ford Otosan, gerek üretim gerek satış olarak kendine zorlu hedefler belirledi. Üretimde, 2005'te de bir rekor kırmayı hedefliyor.

n 67 bin 500 adedi ihracat, 37 bin 500 adedi iç pazar olmak üzere 100 bin Transit Connect; 86 bin 500 adedi ihracat, 41 bin 500 adedi iç pazar olmak üzere 128 bin Transit; 10 bin adet Cargo olmak üzere; toplam 238 bin araç üreterek 2004'te kırdığı rekoru daha da yukarılara taşımayı hedefliyor.

n Ayrıca iç pazarda 2002 yılından beri devam ettirdiği Türkiye otomotiv pazarı liderliğini, 2005 yılında da devam ettirmek ve Ford markasının üç yıldır devam eden "Türkiye'nin en çok satan otomotiv markası" unvanını korumak da Ford Otosan'ın hedefleri arasında.



Avrupa'nın ticari araç üretim merkezi olan Ford Otosan 2004'ü rekor kârla kapattı. Bu başarınızı neye bağlıyorsunuz? Başarınızın altında yatan başlıca etken nedir?

Belirttiğim gibi başarımız tesadüf değil. Ortaklarımızın doğru zamanda verilen yatırım kararı ile atılan temeller, Kocaeli fabrikamızın devreye girmesinin ardından Transit ve Transit Connect modellerinin üretime başlaması ile filizlendi. Üretimde sağlanan maliyet avantajının yanı sıra, kalite standartlarına gösterilen önemlilik sayesinde Ford Avrupa, Belçika'da Genk fabrikasındaki Transit üretimini Türkiye'ye aktardı. Şu anda Kocaeli fabrikamız İngiltere'deki Southampton fabrikası ile birlikte Avrupa'da Transit üreten iki fabrikadan biri. Geçtiğimiz yıl bizim için rekorlar yılıydı. 2005 yılında da amacımız bu başarıları devam ettirmek olacaktır.

Türk otomotiv şirketleri son yıllarda gösterdikleri başarıyla dikkat çekiyorlar. Sektörün önde gelen firmalarından Ford Otosan'ın yöneticisi olarak, otomotivde dışa bağımlı bir ülke iken, bugün geldiğimiz noktayla ilgili yorumunuz nedir?

Son 12 yıl boyunca hatırı sayılır en az beş kriz yaşadık ve doğal olarak bu krizler Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörlerinden biri olan otomotiv sektörünü de olumsuz yönde etkiledi. 1990'lı yıllarda sektör, iç pazarda yaşanan krizler sonrası oluşan dalgalanmalardan en az derecede etkilenecek yeni bir iş modeline yöneldi. Bunun sonucunda da bugün gözlemlediğimiz iş hacminin yaklaşık üçte ikisi ihracata odaklanmış yeni bir iş modeli ortaya çıktı. Bugün geline nokta özellikle Gümrük Birliği sonrası yapılan yatırımlarla Türkiye, otomotivde global markaların üretim üssü veya ihracat merkezi haline

gelmeye başladı. Örneğin Ford Otosan, 1997 yılında aldığı yatırım kararının ardından gelen krizlere rağmen, Kocaeli fabrikası yatırımını hız kesmeden devam ettirdi ve bugün geline nokta itibarı ile üretimin yüzde 70'ini oluşturan yaklaşık 155 bin ticari aracı bu yıl ihracat ediyor.

Sektörün bundan sonra mevcut konumunu kalıcı hale dönüştürmek için rekabet içinde olduğu diğer ülkelere karşı güçlü yönü olan kaliteli ve görece düşük mali-

Ford Otosan, 2004 yılında ürettiği 206 bin 600 araçla Türkiye'de üretim rekoru kırdı. 2005 yılının ilk üç ayındaki üretim adetleriyle liderliğini devam ettirdi. Bu rakamlar 2005 yılında da 2004 yılındaki başarısını tekrarlayacağını gösteriyor.

yetli üretim avantajını uzun vadede koruması, ayrıca teknoloji geliştirme ve yeni model tasarımı konularında kendini geliştirmeyi hedeflemesi gerekmektedir.

Son yıllarda hafif ticari araç satışlarında artış gözleniyor. Bu araçlara artan talebi neye bağlıyorsunuz?

Talep artışındaki en büyük etken ülke ekonomisindeki iyileşme. Ekonomideki büyümeye paralel olarak iç pazardaki talebin canlanması, ticaretle uğraşan bireylerin ve KOBİ olarak tabir ettiğimiz küçük-orta boy işletmelerin ellerindeki mevcut ticari araçlarını yenileme veya araç parklarını büyütme karar almalarına neden oldu.

Transit Connect modeliniz şu anda Avrupa'da iyi bir pazar yakalamış durumda. Ancak binek otomobiller kadar sık olmasa da ticari araçlarda da zamanla yenilikler yapıldığını biliyoruz. Bu modelle ilgili planladığınız yenilikler ya da zamanla bu aracın yerini alacak bir model çalışmanız var mı?

Transit Connect modelimizi 2002 yılında piyasaya sunduk ve sizin de belirttiğiniz gibi hem iç pazarda hem de ana ihracat pazarımız olan Avrupa'da büyük ilgi gördü. Bunun bir göstergesi de 2002 yılında Transit Connect'in Avrupa'da "Yılın Ticari Aracı" seçilmesi oldu. Binek araçlarda ürün ömrü en fazla beş yıl iken ticari araçlarda modele göre 10-20 yıla kadar uzamakta. Ancak pazardaki gelişmeler, ticari araçlarda da ürün ömrünün yavaş yavaş kısaltılmaya başladığını gösteriyor. Diğer bir deyişle ürün yenileme sıklığı artıyor. Buna paralel olarak bizler de Transit Connect'i pazara sunduk ve eşzamanlı olarak yeni model üzerinde çalışmalara başladık. Ancak bu çalışmalarımızla ilgili detay bilgi veremeyeceğim.

Ford Otosan, üretiminin ne kadarını ihracat yoluyla satıyor? Başlıca ihracat pazarlarınız hakkında bilgi verir misiniz?

Daha önce de belirttiğim gibi Ford Otosan, toplam üretiminin yaklaşık yüzde 70'ini ihracat ediyor. tmetekdir. En önemli ihracat pazarımız Avrupa ülkeleri. Kocaeli fabrikamızda üretilen Transit ve Transit Connect modellerimiz bu ülkelere ihracat ettiğimiz ürünlerimiz; Avrupa ülkelerine ilave olarak Kuzey Afrika, Ortadoğu, Türki Cumhuriyetleri gibi Türkiye'ye komşu sayılabilecek coğrafyalardaki ülkelere de araç ihracat etmekteyiz. 🌐

Beldeyama 2004 yılında yaptığı satışla Türkiye'yi Avrupa'da en çok Yamaha satılan beşinci ülke konumuna taşıdı. Beldeyama Genel Müdürü Hayri Erce ile bu başarının altında yatan sırrı, sektörün bugününü ve geleceğini konuştuk



Avrupa'da liderliğe oynuyor

1 997'de Koç Holding ve Yamaha ortaklığı ile kurulan Beldeyama'nın faaliyet alanları hakkında bilgi verir misiniz?

Beldeyama ağırlıklı olarak motosiklet, moped ve bisikleti kapsayan iki tekerlekli araçlara yoğunlaşmış bir firma. Bu iki tekerlekli işlerinin dışında ATV (all terrain vehicles), jeneratör, çok amaçlı motor, su pompası, golf arabaları ve marina ürünlerinin satışını da yapıyor.

Ürün gamınızda yer alan ürünlerden hangileri fabrikanızda üretiliyor?

İstinye'deki fabrikada moped ve bisiklet üretiliyor. Bu ana ürünlerin yanı sıra yine Beldeyama tesislerinde moped ve scooter parçaları ile Yamaha scooter modelleri için krank üretimi yapılıyor.

Burada üretilen ürünler hangi ülkelere ihraç ediliyor? Satışlarınızda ihracatın payı nedir?

Beldeyama tüm Avrupa ve Afrika ülkeleri için Yamaha, MBK ve Mobylette markalı mopedlerde Yamaha'nın üretim üssü konumuna geldi. Üretimini yaptığımız mopedleri Avrupa'da Fransa ve Hollanda; Afrika'da ise başta Fas, Tunus olmak üzere

Burkina Faso, Fildişi Sahili, Mali gibi 10 ülkeye ihraç ediyoruz. Satış gelirimizin üçte biri ihracattan sağlanıyor.

Motorlu iki tekerlekli araç pazarının bugünkü konumu hakkında bilgi verebilir misiniz?

2004, motosiklet ve moped pazarı açısından önemli bir yıl oldu. Pazar 84 bin adedi bularak çok yüksek oranda büyümeye kaydetti. 2005'te bu büyümenin devam etmesini ve pazarın 100 bin adedin üzerine çıkmasını bekliyoruz. Daha sonraki yıllarda ise pazarın yine büyümeye devam edeceğini ve 2007 yılında 2004'te ulaşılan pazarın iki katına, 160 binin üzerine çıkacağını tahmin ediyoruz. 2010'da ise pazarın 250 bin seviyelerine gelmesini bekliyoruz.

Beldeyama'nın bu pazardaki payı nedir?

Motorlu iki tekerlekli araç pazarının iç dağılımına baktığımız zaman, moped (50 cc altı) ve motosiklet olarak ikiye ayırabiliriz. Bu iki segmentten motosikletin payı 2004 yılında yüzde 60 oldu. Bunun nedeni olarak motosiklet fiyatlarının mopedte yaklaşmasını görüyoruz. Beldeyama'nın pazardaki toplam payı 2004 yılın-

da yüzde 47'ye ulaştı. Bunu da motosiklet ve moped olarak ayıracak olursak payımız motosiklette yüzde 33, mopedde de yüzde 68. Bu yıl sonunda ve önümüzdeki yıllarda devreye alacağımız yeni modellerimizle de büyük bir atılım gerçekleştireceğimizi düşünüyoruz.

Bu atılım hakkında bilgi verir misiniz? Geleceğe yönelik hedefleriniz neler? Ortağınız Yamaha'nın Türkiye'deki satışlara bakış açısı ve geleceğe dair beklentilerini bizimle paylaşır mısınız?

Biz yeni modellerle 2010 yılına kadar pazar payımızı motosiklette yüzde 37, mopedde yüzde 75 seviyesine çıkarmayı hedefliyoruz. Orta vadede Türkiye, İtalya ile beraber Avrupa'daki en büyük pazar konumuna gelecek ve Beldeyama son iki yılda yakaladığı büyüme ve gelişimi bu süreçte devam ettirecek. Türkiye'nin geleceği ile ilgili beklentilerimiz oldukça iyimser. Yakalanan büyüme trendinin AB entegrasyonu sürecinde devam edeceğini düşünüyoruz. Türkiye'nin genç nüfusu ve ayrıca alım gücünün artması bizim en çok destek aldığımız etkenler. Bu olumlu gelişmelerle be-

raber ortağımız Yamaha da Türkiye'ye pozitif bakıyor; Türkiye ile Rusya'yı Avrupa'da büyüme potansiyeli en yüksek iki ülke olarak görüyor.

2004 yılında Türkiye, Avrupa'da en çok Yamaha satılan beşinci ülke konumuna geldi. Bu başarının altında yatan başlıca faktörler nelerdir?

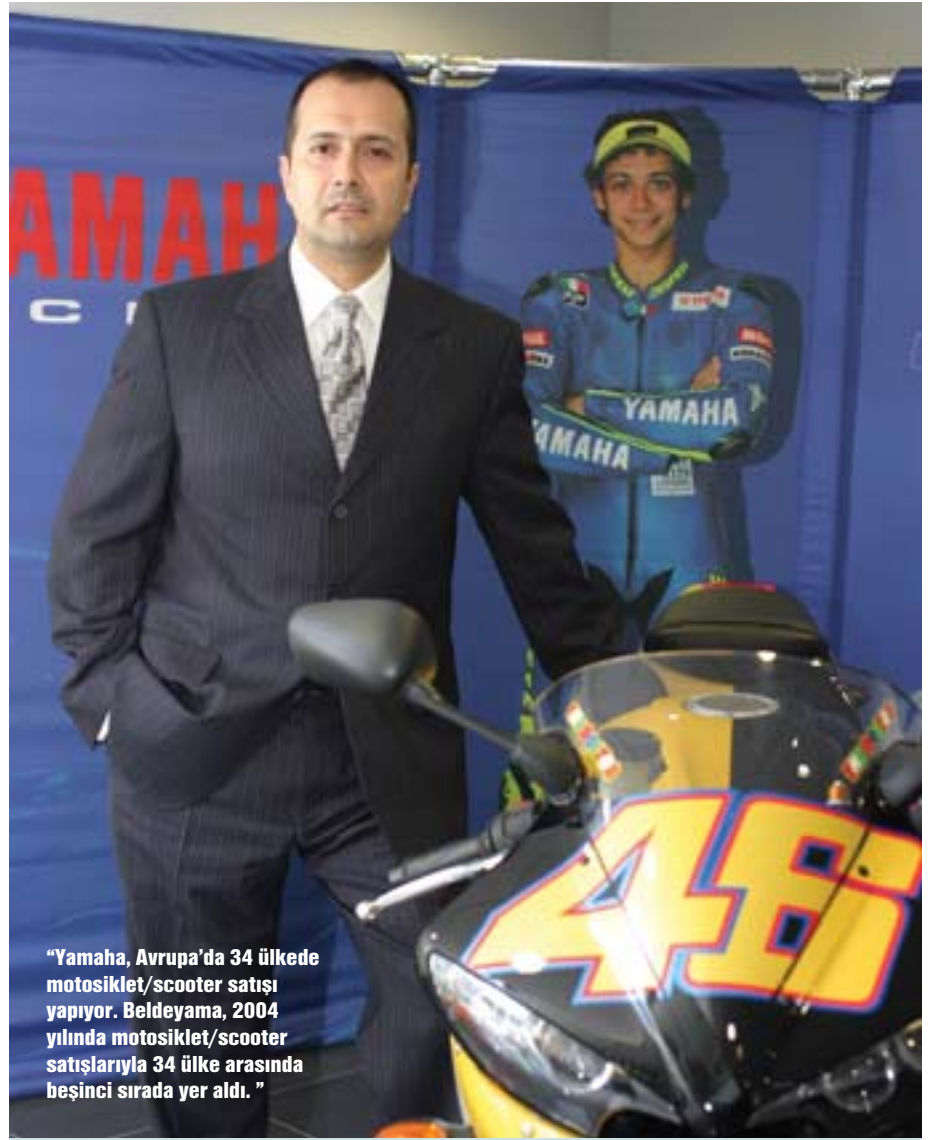
Yamaha Avrupa'da 34 ülkede motosiklet/scooter satışı yapıyor. Beldeyama 2004 yılında motosiklet/scooter satışlarıyla 34 ülke arasında beşinci sırada yer aldı. İki tekerlekli pazarının Türkiye'de büyümesinin yanı sıra, bu başarıya katkıda bulunan en büyük etkenler; Beldeyama'nın iki tekerlekli araç sektöründeki en kurumsal firma olması, uzun vadeli pazarlama planlarının yapılması, farklı segmentlerdeki müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilecek geniş ve doğru ürün gamının bulunması, en yaygın ve eğitimli satış sonrası hizmet teşkilatına sahip olması ve Türkiye'deki en büyük üretici konumunda bulunmasıdır.

Türkiye'deki pazar seviyesini Avrupa ile karşılaştırdığımızda ortaya çıkan benzerlikler ya da farklılıklar nelerdir?

Türkiye'deki satış rakamları Avrupa ile kıyaslandığında çok düşük kalıyor. Avrupa'da yılda yaklaşık iki milyon adet motosiklet, scooter ve moped satılıyor. İtalya'da her 1000 kişiye düşen yıllık satış miktarı 10, komşumuz Yunanistan'da 7, İspanya ve Fransa'da ise 6. Türkiye'de ise 2004 yılı satışlarını esas alırsak her 1000 kişiye yaklaşık 1.2 adet satış düştüğünü söyleyebiliriz. Fakat Türkiye'de iki tekerlekli pazarında önemli bir potansiyel bulunuyor. Pazarın gelişimi diğer Akdeniz ülkeleriyle benzerlik gösteriyor. Önümüzdeki 10 yıl içerisinde İspanya, Fransa ve Yunanistan'daki konuma ulaşılacağını tahmin ediyoruz.

Türkiye'deki yetkili satıcı ve servis ağıınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Türkiye çapında 400'ün üzerinde satış, yedek parça ve servis noktasıyla tüketiciye hizmet veriyoruz. Müşteri memnuniyetinin önemli oranda satış sonrası hizmetlerden geçtiğinin bilinciyle servis ve yedek parça işine yaptığımız yatırımları çok yüksek oranlarda artırdık. Son birkaç yıldır farklı konularda organize ettiğimiz eğitim faaliyetlerimizle yetkili servislerimizin standartlarını artırmaya çalışıyoruz. Ayrıca 3S olarak adlandırdığımız "satış-servis-yedek



"Yamaha, Avrupa'da 34 ülkede motosiklet/scooter satışı yapıyor. Beldeyama, 2004 yılında motosiklet/scooter satışlarıyla 34 ülke arasında beşinci sırada yer aldı."

Doktora programına devam ediyor

- 1964 Ankara doğumlu olan Hayri Erce, İstanbul Teknik Üniversitesi Makina Mühendisliği bölümünden mezun oldu.
- Boğaziçi Üniversitesi'nde Makina Yüksek Mühendisliği ve Marmara Üniversitesi'nde işletme alanında yüksek lisans yaptı.
- Yeditepe Üniversitesi'nde halen İşletme Doktora Programı'na devam ediyor.
- 1988-1993 yılları arasında Koç Holding Bölüm Müdürlüğü yapan Hayri Erce, 1993-1997 yılları arasında Ford Otosan Pazarlama Koordinatörlüğü, 1997'de Beldeyama Genel Müdür Yardımcılığı görevlerini üstlendi.
- 2000'de Beldeyama Genel Müdürü olan Hayri Erce, halen bu görevi sürdürüyor.
- Hayri Erce, Almanca ve İngilizce biliyor.

parça" hizmetinin tek bir çatı altında toplandığı noktalarla ilgili çalışmalarımıza ağırlık verdik. Bununla paralel olarak, yetkili satıcı, servis ve yedek parça hizmet noktalarımızı ortak donanım ve görünüme kavuşturmak için başlattığımız projemiz de devam ediyor.

Hedef kitleniz kimlerden oluşuyor? Müşteri profilinizi bizimle paylaşır mısınız?

Çok farklı segmentlerde farklı tüketici gruplarına hitap eden geniş bir ürün gamı ile pazarda yer alıyoruz. Tüketicileri-

mizin yaklaşık yüzde 95'i C1 ve C2 sosyoekonomik grupta yer alarak, orta ve alt gelir grubunu temsil ediyor. Tüketicilerin yüzde 75'i 35 yaşın altında. Meslek dağılımında ise yüzde 75'ini esnaf ve işçilerin oluşturduğunu görüyoruz. Bu ürünler yoğunlukla iş ve ulaşım amaçlı kullanılıyor. Motosiklet grubunda eğitim ve gelir seviyesi biraz daha yüksek. Kentlerde mopedin yerini motosiklet alıyor. Bayan kullanıcıların oranı hem motosiklet hem de mopedte baktığımız zaman maalesef yüzde 2'yi geçmiyor. 📞

Kuruluşunun beşinci yılını kutlayan Biletix, bilet satışı pazarında önemli bir yer edindi. Bu sürede İstanbul'da bilinirlik oranı yüzde 74'e çıkan Biletix, gelecekte faaliyet alanlarını çeşitlendirmeyi planlıyor



Biletix Yönetim Kurulu Başkan Vekili Dave Dorner (solda) ile Biletix Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Ali A. Abhary Biletix'in Türkiye'nin e-yaşam'a geçişinde lokomotif olduğunu söylüyor.

Biletix Anadolu'da yayılma politikasına hız verdi

Bilet satış ve dağıtım organizasyonu Biletix, beş yıl içinde pazardan önemli bir pay aldı. Kurulduğu günden bu yana büyük organizasyonların altına imzasını atmayı başaran Biletix, gün geçtikçe faaliyetlerini ve bulunduğu il sayısını artırıyor. Uzun vadede ulaşım sektöründe daha yaygın hizmet vermeyi planladıklarını söyleyen Biletix Yönetim Kurulu Başkan Vekili **Dave Dorner** ile Biletix Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi **Ali A. Abhary** ile Biletix'in 2005 yılı ve sonrası için hedefleri üzerine konuştuk.

2000 yılında faaliyete geçen Biletix, beş yaşına geldi. Öncelikle Biletix'in yola çıkış amacını anlatabilir misiniz?

1997 yılında, stratejik danışmanlık şirketi Monitor Company'nin Yapı Kredi Bankası ve Koç Holding için yürüttüğü projelerde görev almak üzere Türkiye'ye geldik. Geldikten kısa bir süre sonra birlikte geliştirebileceğimiz yeni işkolları üze-

rinde çalışmaya başladık ve sonunda Ticketmaster ve Moviefone'un biletleme modelini ve operasyonunu Türkiye'de uygulamaya karar verdik. 1998'den 2000

Müşterilerimiz, online bilet sistemi ile spor, sinema, konser, kısaca eğlence etkinliklerini takip etmek ve bilet satın almak için Biletix'i merkezi bir kaynak olarak görüyorlar.

yılıının ilk aylarına kadar, iş geliştirme planı üzerinde çalıştık, Türkiye'deki konser organizatörleri, futbol kulüpleri ve tiyatrolar ile toplantılar yaptık ve kendimize finansal ve stratejik bir ortak arayışına girdik. 2000 yılının başlarında Koç Bilgi

Grubu ile ortaklık kurduk ve Biletix projesini hayata geçirdik.

Türkiye'nin ilk ve en büyük bilet satış ve dağıtım organizasyonu olarak bugün bulunduğunuz noktadan memnun musunuz?

Biletix'in en büyük hedefi Türkiye'nin e-yaşama geçişinde lokomotif şirketlerden biri olmak. Bu hedef ışığında çağdaş dünyanın önemli hizmetlerinden biri olan online bilet satışının teknolojik altyapısını kurarak tüketicilerin hayatlarını önemli oranda kolaylaştırdığımızı düşünüyoruz. Müşterilerimiz, online bilet sistemi ile spor, sinema, konser, kısaca eğlence etkinliklerini takip etmek ve bilet satın almak için Biletix'i merkezi bir kaynak olarak görüyorlar. Geçen beş sene içinde Biletix'in İstanbul'daki bilinirlik oranı yüzde 74'e yükseldi. (Kaynak CRC Omnibus Survey) Yine son yaptırdığımız bu araştırmaya göre Biletix'ten hizmet alan müşterilerin yüzde 90'ı bizi arkadaşlarına ve yakın çevresine tavsiye ediyor.

İnternette bilet satma hedefiyle yola çıktığınızda nasıl tepkilerle karşılaştınız? Beş yıl sonra insanların internet kullanma alışkanlıklarında ne gibi değişiklikler gözlemliyorsunuz?

İşe ilk başladığımızda, çağrı merkezinden bilet alanlar, ilk birkaç ay boyunca biletlerin kendilerine derhal ulaştırılmasını istiyorlardı. Ama aradan birkaç ay geçtikten sonra, "Acil gönderilecek" kuryelerimizin sayısının düştüğünü gördük. Sebep şuydu: Müşterilerimiz ilk zamanlarda, ödemesini yaptıkları biletleri, fiziki olarak en kısa zamanda ellerinde görmek istiyorlardı. İnsanlarda "Kredi kartımdan ödemeyi aldılar, ya biletimi göndermezlerse" endişesi vardı. Ama zaman geçtikçe sistemin doğru ve sorunsuz çalıştığını gördüler ve şüphe içinde biletlerinin yolunu gözlemelerine gerek olmadığını anladılar. İkinci büyük değişiklik ise, satış kanallarımızda yaşandı. Başlangıçta, internet üzerinden alışveriş düşük, çağrı merkezinden yapılan alışveriş bundan biraz daha yüksekti ve en yüksek payı satış noktalarımız alıyordu. Geçen iki yılda gördük ki internet, bir alışveriş kanalı olarak herkesin hayatında daha büyük önem kazandı. Bu süreçte daha fazla insan, daha çok internet kullanır hale geldi. Bizim için her üç satış kanalımız da önemli ve bunlara sahip olmayı sürdürmek istiyoruz.

Her yıl ortalama kaç organizasyonun bilet satışını gerçekleştiriyorsunuz?

Geçen yıl 6 binden fazla etkinlik için, değeri yaklaşık 25 milyon doların üzerinde olan 2.5 milyon adet bilet Biletix üzerinden satıldı. Genel olarak hedefimize ulaştık ve bundan mutluluk duyuyoruz. 2005 yılında bu rakamın daha da fazla olmasını bekliyoruz. Çünkü bu sene Türkiye'deki iki büyük uluslararası organizasyon olan UEFA Şampiyonlar Ligi Finali ve Formula 1 biletlerinin satışı da Biletix kanalları üzerinden devam ediyor. 2004'te Trabzonspor ve 2005 başında Konyaspor'un bilet satışının Biletix sistemine dahil olması ile Anadolu'daki yayılma politikamıza da hız verdik.

Biletleri hangi satış kanalları üzerinden pazarlıyorsunuz?

Biletix'in üç ana satış kanalı bulunuyor.

www.biletix.com internet sitesi, 0 216 556 98 00 numaralı çağrı merkezi ve halihazırda İstanbul, Ankara, İzmir, Trabzon ve Konya olmak üzere beş ildeki 30'un üstünde satış noktası. Yaz aylarında Bodrum ve Çeşme'nin de eklenmesi ile bu sayı daha da artıyor.

Türkiye'de her yıl düzenlenen festival, spor, konser ve sanat etkinliklerinde sahip olduğunuz pay hakkında bilgi verir misiniz?

Aslında, Türkiye'deki tüm bilet pazarını düşünürseniz bizim satışlarımız pazarın oldukça küçük bir kısmını oluşturuyor. Türkiye'de eğlence ve ulaşım sektöründe satılan bilet sayısı yaklaşık 100 milyon ve asıl fırsat tüketicilerin tüm bu biletlere değişik kanallar vasıtasıyla ve zahmetsizce ulaşmasını sağlayabilmek. Biletix, Mayıs 2000'de ilk kurulduğu zaman



Faaliyete geçtiği yıllarda müşterilerin temkinli yaklaşıtları www.biletix.com internet sitesi, zaman içinde büyük güven oluşturdu. Site yılda 23.7 milyon kez tıklanıyor. Şimdi zaman harcamadan bilet almak isteyenlerin ilk aklına gelen adres biletix.com oluyor.

sadece canlı etkinlik piyasası için bilet satışı yapıyordu. Şubat 2002'de Biletix Sinema'yı duyurduk ve sinema bileti de satmaya başladık. Eylül 2004'te ise ulaşım sektörüne ilk adımımız olan İDO Hızlı Feribot biletlerinin satışını da portföyümüze ekledik. 2005 yılında ulaşım sektöründe daha çok alanda hizmet vermeyi planlıyoruz ve bu konudaki çalışma ve yatırımlarımız sürüyor.

Faaliyet gösterdiğiniz iller hakkında bilgi verir misiniz?

Biletix olarak şu anda İstanbul, Ankara, İzmir, Trabzon ve Konya'da hizmet veriyoruz. Yaz aylarında ise Bodrum ve Çeşme bu şehirlere ilave oluyor. Ayrıca web sitemiz yılda 23.7 milyon kez tıklanıyor.

Çağrı merkezimiz ise yılda 650 binden fazla çağrıya yüzde 90'ın üzerinde hizmet seviyesi ile yanıt veriyor.

Yaz programında bilet satışını yapacağınız başlıca organizasyonlar hangileridir?

Biletix olarak bu sene beşinci kuruluş yıldönümümüzü kutlamak amacıyla bir dizi kampanya düzenledik. Bu kampanyaların ilkinde beş talihli çift, İrlanda asıllı efsanevi rock'n roll grubu U2'nun 24 Haziran'da Dublin'de Croke Park'ta vereceği konseri 80 bin U2 hayranı ile birlikte izleme şansını elde etti. İkincisinde ise beş talihli Biletix müşterisi, beş adet dijital müzikçalar U2 iPod kazandı. Beşinci yılımızı kutlama aktivitelerimiz, sürpriz etkinliklerle 2005 yılı boyunca devam edecek. Yaz ayları boyunca geçmiş senelerde olduğu gibi yerli ve yabancı pek çok organizasyo-

nun biletleri yine Biletix üzerinden satılacak. Bu sene ayrıca, ülkemizde gerçekleşen UEFA Şampiyonlar Ligi Finali ve Ağustos 2005'te yapılacak 2005 Formula 1 Turkish Grand Prix biletlerinin satışını üstlendik ve bu iki büyük organizasyonun önemli bir halkası olduk.

Son olarak Biletix'in önümüzdeki yıllar için hedeflerini anlatabilir misiniz?

İstanbul Deniz Otobüsleri (İDO) A.Ş. ile yaptığımız işbirliği sonucunda hızlı feribot biletlerini Biletix satış kanalları üzerinden de satıyoruz. İDO bize önemli bir pencere açtı ve biz de bu yeni alanda büyümek istiyoruz. Uzun vadede ulaşım sektöründe daha yaygın hizmet vermeyi planlıyoruz ve bu konudaki çalışmalarımız devam ediyor. 

Yakıt pilli döneme Koç'tan büyük hazırlık

Koç Topluluğu, bilimsel kuruluşlarla birlikte yürüttüğü yakıt pili üretiminde önemli bir yol aldı. Dr. Murat Yıldırım, yerli yakıt pili ve komponentlerini üretmek yolunda hızla ilerlediklerini söylüyor

Her alanda olduğu gibi enerji sektöründe de baş döndürücü gelişmeler yaşanıyor. Halen kullandığımız enerji kaynaklarına alternatif olarak geliştirilen yenilenebilir enerjilere olan ilgi de gün geçtikçe artıyor. Gelişmiş ülkeler bu yöndeki çalışmalara ciddi yatırımlar yapıyorlar. Günümüzde öne çıkan alternatif enerji kaynaklarından en önemlisi hidrojen ve yakıt pili teknolojisi. Koç Topluluğu da geçen yıl bu alana ciddi anlamda eğilerek, çok ortaklı bir konsorsiyum projesi başlattı. Topluluğun hedefi, petrolün yerini alması beklenen hidrojen teknolojilerinde söz sahibi olmak. Bu yönde hayli yol aldıklarını söyleyen Proje Koordinatörü Dr. Murat Yıldırım'la çalışmanın detayları üzerine konuştuk. Yıldırım, yakıt pillerinin yakın gelecekte hayatımızda ciddi bir yer edineceğini söylüyor ve ekliyor "1980'li yıllardan bu yana dünya, fosil enerji kaynaklarına alternatif olacak enerji kaynakları üzerinde çalışıyor. Geline noktada fikir birliğine varılan nokta şudur ki, dünya fosil yakıt esaslı ekonomiden hidrojen esaslı ekonomiye doğru bir geçiş dönemini yaşıyor ve bu geçiş sürecinde, hidrojeni yakıt olarak kullanan ürünlerin ticarileşmesi aşamasına gelindi."

Yakıt pilinin ne olduğunu anlatabilir misiniz?

Yakıt pilleri, temiz, çevreye zarar vermeyen ve yüksek verime sahip enerji dönüşüm teknolojileridir. Bu sistemde, hidrojen (H_2) ve oksijen (O_2) arasındaki elektrokimyasal reaksiyon ile elektrik enerjisi üretilir ve toplam verimlilikleri yüzde 80'lere kadar ulaşabilir. Yakıt pilleri, boyutlarının küçük olması, yüksek verimle çalışmaları ile atık ısılarının kullanılabilir ve sessiz olmaları nedeniyle diğer güç sistemlerine göre daha üstündürler.

Sizde yakıt pili üretimi fikri nasıl oluştu ve proje ortakları nasıl bir araya geldiniz?

Dünyadaki teknolojik gelişmeleri izlemek işimizin bir parçası. Şu an başkanlığını yürüttüğüm "Koç Topluluğu Teknoloji ve Ar-Ge Çalışma Grubu" gibi zeminlerde bir araya gelerek bu teknolojiler hakkında değerlendirmeler yaparız. Bu toplantılarımızda konu olgunlaştırıldı, yöneticilerimize anlatıldı ve start aldık. Projenin ilk aşamasında; Ford Otosan, Arçelik ve Tofaş bir araya geldik. İkinci aşamada ise Demirdöküm, Aygaz ve BOS katılımı gerçekleşti.



Bu projeye iki açıdan bakmak doğru olacaktır.

1. Teknik olarak değerlendirdiğimizde; öncelikle yakıt pili teknolojisinin öğrenilmesi, bu teknolojide açık geliştirme alanlarının tespiti ve Topluluk ile ülke imkânları bakımından bu teknolojinin geliştirilmesinde avantajlı olduğumuz noktaların bulunup bulunmadığına bakıldı. Bu alanlar tespit edildikten sonra, yaygın kullanımı konusunda fikir birliği oluşan PEM tipi düşük sıcaklıklı yakıt pili alternatifinin geliştirilip yerleştirilmesi konusuna yoğunlaştık.
2. İşbirliği kapsamında değerlendirdiğimizde; özellikle Avrupa Birliği yolculuğunda benimsememiz gereken parametrelerden biri de "rekabet öncesi işbirliği

projelerinde" birlikte çalışmayı öğrenmemiz gereğidir. Biz bu amaçla yola çıktık ve çok ortaklı bir konsorsiyum oluşturduk. Proje kapsamında konsorsiyum tarafları ürünün geliştirilmesi fazında birlikte çalışacaklar; teknolojinin ortaya çıkarılıp ilk prototiplerin imalinden sonra her son kullanıcı kendi ihtiyaçları doğrultusunda farklılıklar yaratarak özgün yakıt pilini ortaya çıkaracak. Bu konsorsiyumun bir ilk olması ve tüm ilgili çevrelerde takdirle karşılanması ekibimizi ayrıca motive etti.

İmza tarihinden bu yana geçen süre içinde ulaştığınız noktayı anlatabilir misiniz. Projenin kaç yıllık bir süre içinde tamamlanması planlanıyor?

Projenin bu fazının toplam süresi 18 ay olarak düşünüldü. Bugün proje için gerekli laboratuvar gereksinimi ve hammadde ihtiyaçları tamamlandı. Yakıt pili geliştirmeye uygun bir laboratuvarın TÜBİTAK-MAM bünyesinde kurulmasında bu projenin ciddi katkısı oldu. Daha sonra, yakıt pili komponentlerinin yerleştirilecek bölümlerinin ilk prototiplerini hazırladık ve testlere başladık. Uluslararası standartlarda bir ürün ortaya koymamız için, tüm regülasyonları sağlayan, teknik ve ekonomik üstünlüğü olan bir ürün yaratmaya çalışıyoruz.

Bu enerjinin başlıca kullanım alanı nereleridir?

Hidrojen enerji kaynağının yakıt pili uygulamalarında kullanımı öncelikle micro yakıt pili dediğimiz anlamda ilk ticari örneklerini veriyor. Bugün için internette ticari olarak satışa sunulmuş yakıt pilli laptop bilgisayarlar, el kameraları, palm el bilgisayarları, dijital fotoğraf makineleri ile karşılaşmak olasıdır. Bu konuda, uzman market stratejistlerinin öngörülerine göre; 2010'lu yıllara gelindiğinde konu kapsamındaki

Dr. Murat Yıldırım,
yakın gelecekte
yollarda, şimdiki benzin
istasyonları gibi, yakıt
pili istasyonlarının
görüleceğini söylüyor.

ürünlerin yüzde 70'inden fazlasının yakıt pilli olacağı ifade ediliyor. Daha sonra kombi, klima gibi evsel ürünler ve son olarak da taşıt araçlarında yaygınlaşma yaşanacak. Hidrojenin günlük hayatımızda çok bilinir olması sürecini 20 yıl içinde tamamlaması bekleniyor.

Yıllardır söylenen suyla çalışan araba üretimi bu teknolojiyle hayata geçiyor bir anlamda?

Tabii bu çağrıştırmaların olması doğal ama tam olarak böyle diyemeyiz. Hemen hemen her otomotiv firması kendi yakıt pilli araç prototipi üzerindeki geliştirme çalışmalarını sürdürüyor. Şu an için ticari olarak satışa sunulmuş bir ürün olmamakla birlikte, geliştirme çalışmalarında gelen son durum itibarı ile konvansiyonel teknolojiye sahip aracın bütün kritik özelliklerine sahip başarılı prototip araçlar hazırlanmış ve fuarlarda gizliliği olmadan sergileniyor. Şu anda çok sayıda hidrojenli prototip araç test ediliyor. 2020 yılına gelindiğinde yakıt pilli araçlar ve hidrojen istasyonlarının hayatımıza girdiğini göreceğiz.

Türkiye, enerji açığı ile dikkat çekiyor. Bu projenin bu açığın kapatılmasındaki rolü ne olacak?

Bu proje teknolojinin öğrenilmesini ve bir anlamda fırsatların tespitini amaçlıyor. Hidrojenin birincil yakıt haline gelmesi

La Fayette'de gelen iş teklifi

- 1969 yılında Bursa'da doğan Murat Yıldırım, Bursa Erkek Lisesi mezunu.
- Uludağ Üniversitesi Makina Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldu.
- Yüksek lisans ve doktorasını İTÜ'de enerji dalında yaptı. Enerjiyle ilgili teknoloji yönetimi konusunda doktora üstü çalışması var. 1998 yılında Enerji Anabilim Dalı Başkanı iken üniversiteden ayrıldı.
- Dr. Yıldırım'ın üniversiteden ayrılış öyküsü ise hayli ilginç: Yıldırım, Monaco Prensi Rainer'in desteklediği "Dünyada Bilim Önderleri"ni seçen bir yarışmaya, "içten yanmalı bir motordaki egzoz emisyonlarının azaltılması ve çevre sağlığına olan katkı"yı içeren çalışmasıyla katılır. Bu proje ile dünyada ilk 10'a girer ve ödül almak üzere Monaco'ya davet edilir. Ülkeye dönüş öncesi yakınlarına hediye almak amacıyla gittiği La Fayette'de alışveriş yaparken kahve içen Can Kıracı'ı görüp yanına gider ve tanışır. Can Kıracı kendisi ile ilgilenir ve "bizim otomotiv şirketlerimizde çalışmayı düşünmez misiniz?" diye sorunca, bunun devamı gelir ve Dr. Yıldırım kısa süre sonra Ford Otosan Ürün Geliştirme Departmanı'nda işe başlar.

aşamasında, hidrojenin üretilmesi, depolanması ve dağıtım altyapısının geliştirilmesi için çok kapsamlı projelere ve yatırıma ihtiyaç var. Bu konuda çalışılan büyük projelere ve yatırımlara baktığımızda, devletin önemli bir rol üstlendiğini görüyoruz. Vizyon 2023 projesi sonucunda, hidrojen ve yakıt pili teknolojilerinin birinci öncelikli araştırma alanı olduğu ortaya çıkmıştı. Buradan hareketle, çok kapsamlı projeler ile bu dönüşüme hazırlanmalıyız. Gelecek teknolojileri takip aşamasından çıkıp, geliştiren ve patent sahibi olan bir konumda hızla ilerliyoruz. Bu konuda çok

yol almış firmalarımız da var. Bu kapsamı ile tüm teknoloji ve sanayi firmalarına yerleştirmek için en önemli itici güçler, rekabet öncesi işbirliği projeleri ile bu projelerin devletin ilgili kurumlarınca desteklenmesi ve teşvik edilmesidir.

Bu aşamada, "teknoloji yönetimi" konusunda uzmanlaşmış mekanizmaların kurumlar içinde oluşturulması da buna yardımcı olacaktır. Bu yeni bir alan gibi gözüküyor, "proje konusunun tespiti, ortakların bir araya getirilmesi, projenin yürütülmesi, çıkan bilgi ve ürün hakkında fikri ve sinai hakların göz ardı edilmemesi"...



OPET, müşterilerine sunduğu teknolojik yeniliklere OTOBİLİM'i de ekledi. Hakan Koca, banka üzerinden ödeme sistemi ile birleştirilen Bireysel Otobil (OTOBİLİM) ile hem akaryakıt hem de bankacılık sektöründe yeni bir çığır açtıklarını söylüyor

OTOBİLİM'le, akaryakıt alımlarında teknolojik rahatlık

Günümüzde hızla ilerleyen teknoloji her sektörde olduğu gibi akaryakıt sektöründe de yaygın olarak kullanılmaya başlandı. Gelişen teknolojiye ayak uyduran OPET, mekanik sayaçlı pompalardan elektronik sayaçlı pompalara, konuşan pompalardan otomasyonlu OTOBİL satışı yapan pompalara geçişte yaşadığı heyecanı bu defa OTOBİLİM ile yaşıyor. OPET, Türkiye akaryakıt sektörünün en yeni teknoloji projesi ve kurumsal müşterilere akaryakıt satışı yapan sadakat sistemi OTOBİL'den sonra, OTOBİLİM'i bireysel müşterilerin hizmetine sundu. OPET Teknoloji ve Otomasyon Satış Müdürü Hakan Koca ile OTOBİL'i konuştuk.

Öncelikle bize OTOBİL'i anlatabilir misiniz?

OTOBİL, akaryakıt istasyonlarında hem taşıt, hem pompa, hem de tank otomasyonunu birlikte yapabilen uzman bir sistemdir. Muadil sistemlere göre birden fazla otomasyonu bünyesinde barındıran ilk sistem olma özelliği ile OTOBİL, hem müşteri hem de akaryakıt bayisine birçok kolaylık sağlıyor.

Sektördeki diğer uygulamalardan farklı olarak, müşteri odaklı hareketin de öncüsü olan OTOBİL, bugün aynı altyapı üzerinde devrede olan OTOMOBİL

(Müşteri Odaklı OTOBİL) teması ile her segmentteki farklı müşteriler için farklı çözümler üreten bir sistem konumunda. OTOBİL, hem şirket (filo) araçlarına, hem de bireysel tüketiciye, nakit ya da



OTOBİL Akaryakıt Bilgi Sistemi, araçlara montajı yapılan ya da elde taşınır chip'li ünitelerin OPET istasyonlarında kurulan sistemler tarafından elektronik ortamda okunması ile çalışıyor

kredi kartını fiilen kullanmadan bilgisayar kontrollü bir ortamda alışveriş yapma imkânı sağlayan bir sistemdir. Filo araçlarının en büyük sıkıntısı olan akaryakıt harcamalarının kontrolü bu sayede kolay hale geliyor. Filo araçları, OPET istasyon-

larından kolay alışverişin tadını çıkarır. Filo yöneticileri de bu araçların OPET istasyonlarından aldıkları akaryakıtı; miktar, ürün, fiyat, tutar, zaman gibi verileri raporlar sayesinde kontrol ederler.

OTOBİL Akaryakıt Bilgi Sistemi, araçlara montajı yapılan ya da elde taşınır chip'li ünitelerin, OPET istasyonlarında kurulan sistemler tarafından elektronik ortamda okunması ile çalışır.

2001 yılı Ocak ayında uygulamaya alınan OTOBİL, bugün 302 OPET istasyonunda kullanılıyor.

OTOBİL, bireysel müşterilere de uygulanıyor mu?

OTOBİL markası OTOMOBİL kelimesinden türetilmiştir. OTOMOBİL aynı zamanda bizim sadakat sistemimizin adıdır. Otomobil kelimesinin içindeki M ve O harfleri "Müşteri Odaklı" yaklaşımı simgelemektedir. OTOBİL olarak müşteri odaklı bir yaklaşımla, tüm segment için hizmet şeklimizi değiştirerek müşterilerimize OPET'li olmanın avantajlarını farklı farklı yaşatmayı amaçladık. Bu fikrin ilk meyveleri taksi ve minibüs esnafına sunduğumuz kulüp üyeliği avantajlarıdır. Devamında önce Ford ve daha sonra FIAT araç sahipleri OPET-YGS (Yakıt Güvence Sistemi) çatısı altında toplandılar. Bu proje akaryakıt sektörü-

nün en farklı ve en yeni projesidir. Dolayısıyla bireysel müşterilere Taşıt Otomasyonu uygulayan tek sistem olma unvanı OTOBİL'indir.

2004 Kasım ayından itibaren pilot müşteri grubu ile banka üzerinden ödeme sistemi ile birleştirilen Bireysel Otobil (OTOBİLİM) hem akaryakıt hem de bankacılık sektöründe yeni bir çığır açmıştır.

OTOBİL Akaryakıt Bilgi Sistemi'ni diğerlerinden ayıran özellik nedir?

Teknoloji yenilenmediği ya da kullanıcıya faydası olmadığı sürece kullanımı zorlaşır. Sizin de sorunuzda bahsettiğiniz gibi, rakip şirketlerin birkaç yıldır kullandığı sistemler ana fikir olarak OTOBİL ile benzer olsalar da birçok farklılık taşıyorlar. Öncelikle sürekli teknolojisini geliştirmesinin yanında OTOBİL (Müşteri Odaklı OTOBİL) teması ile farklı segment, müşterilerin farklı alışveriş alışkanlıklarına göre farklı çözüm sistemleri barındırıyor olması en belirgin farkıdır. OTOBİLİM, bugün bu farkın göstergesidir.

Sistemin bireysel müşteriye getirdiği bazı kolaylıklardan söz ediyorsunuz. OTOBİLİM bireysel tüketicilerine ne tür bir kolaylık sunuyor? OTOBİL müşterileri akaryakıt harcamalarını ve ödemelerini nasıl kontrol edecekler?

OTOBİL müşterilerinin filo ve bireysel olmak üzere iki farklı şekilde sınıflandırıldıklarını başta belirtmiştim. Bu iki segmentten filo müşterisi için en önemli kolaylık yakıtın her noktadan rahatça ve nakit ödeme yapmadan alınması ve filo yöneticisinin kontrol edebilme rahatlığıdır. Doğal olarak segmentlerin akaryakıt harcama ve ödeme şekilleri de farklı olacaktır. Ödemeler her iki segment için aynı kanal (banka) üzerinden yapılıyor. Filo müşterileri belli hesap kesim tarihlerinde hesap özetleri ile ödeme yaparlar. Hesap özetleri müşterilere detaylı şekilde bildiriliyor. Hangi araç, hangi istasyondan, saat kaçta, gibi farklı bilgiler müşteriye detaylı hesap özetinde bildiriliyor.

Sorunuza dönersek, üyelere verilen ve kendileri için özel olarak programlanmış chip'li anahtarlıklar, programlama sırasında üyenin verdiği ve kendisine ait kredi kartı ile eşleştirilir. Chip'li anahtar-

lıklarını istasyonlardaki pompalarda bulunan okuyuculara okutmak suretiyle yakıt alırlar. Online bağlantısı olan istasyonlarımızda beş-altı saniye gibi hızlı bir iletişimle irtibat kurduğu bankadan onay alan chip yakıt alma işlemine onay verir. İşlem bittikten sonra yakıt tutarı üye müşterinin kredi kartı hesabına borç olarak kaydedilmiştir. Bireysel müşteriler üye istasyonlarda OTOBİLİM ile yakıt alımı yaparlarken kredi kartlarını ya da nakit cüzdanlarını kullanmazlar. OTOBİLİM müşterileri ödemelerini kredi

güvenlidir. Müşterilerimizin kredi kartları ile ilgili bilgilerini manuel bir ortamda almıyoruz. Burada en önemli konu müşterilerimizin gönül rahatlığı ile verdikleri kredi kartı bilgilerinin güvenli bir ortamda alınması (üçüncü şahısların eline geçmemesi) ve saklanmasıdır. OTOBİLİM sisteminde müşterilerimiz şimdilik e-banka üzerinde (Koçbank) sisteme üye olmak için başvuruyorlar. Başvuru formlarımızda müşterilerimizin kredi kartları ile ilgili bilgileri ve güvenlik numaralarını almıyoruz. Bu bilgileri, müşterilerimiz



karti hesap özetleri ile birlikte bankalarına ödeyecekler. Standart bir kredi kartı ile alışveriş işleminden hiçbir farkı yoktur. Müşteri bu alışveriş için OPET'e ya da istasyonlarımıza ödeme yapmaz. Üyelerimiz, akaryakıt harcamalarını banka hesap özetlerinden takip edebilecekleri gibi, www.bireyselotobil.com adresinden, şifreli sayfalarından izleyebileceklerdir.

Ana prensip olarak farklı ve üstün olmayı hedefleyen OPET ve OTOBİL, müşterilere kolaylık sağlama yolunda sistemini sürekli olarak geliştiriyor.

Kredi kartını fiziki olarak kullanmadan alışveriş yapmak güvenli midir? Bu alışveriş sanal bir alışveriş midir?

Bu ödeme şekli ülkemizde ve dünyada yaygın olarak kullanılıyor. İnternet ile alışveriş yapmak ne kadar güvenli ise Otobilim ile akaryakıt almak da o kadar

kendi başlarına sisteme kayıt ettirmektedir. Bu bilgiler farklı şekilde kodlanmakta olduğu için usulsüz kullanımlara karşı koruma altına alınmışlardır.

Kredi kartı ile chipli anahtarlık numaraları tamamen güvenli bir ortamda eşleştirilmektedir.

Chip üzerinde müşteri ile ilgili hiçbir bilgi saklanmıyor. Bu bilgiler tamamen güvenlik onaylı bir ortamda saklanıyor ve elektronik işlemlerle alışveriş kaydı yapılıyor.

Kredi kartını istasyonlarda POS makinelerinde fiziken kullanmak kadar güvenli bir alışveriş ortamı sunan OTOBİLİM ile müşterilerimizin bilgileri güvenli bir ortamda saklanıyor.

Tamamen gerçek bir ortamda yapılan akaryakıt alışverişinin ödemesi sanal ortamda gerçekleştirildiği için bu sistemi, yapılan tahsilat şekli itibarıyla sanal alışveriş tahsilatı diye tanımlayabiliriz. 



“Futbol bu, her şey olabilir”

17'ncisi düzenlenen “Koç Topluluğu Spor Şenliği” kapsamında yapılan “chat”in bu yılki konukları Fenerbahçeli Tuncay Şanlı, Galatasaraylı Necati Ateş ve Beşiktaşlı İbrahim Toraman, Koç Topluluğu çalışanlarının birbirinden ilginç sorularını yanıtladı

2 3 Mayıs'ta Koç Holding'in Nakkaştepe'deki merkez binasında gerçekleştirilen chat'e, Koç Topluluğu çalışanları büyük ilgi gösterdi. 66 şirketten 1792 çalışanın katıldığı chat'te, Necati ve Tuncay'ın saçlarının uzunluğundan futbolcu ve hakem sorunlarına, Fenerbahçe ile Galatasaray'ın ezeli rekabetinden Beşiktaşlı İbrahim'in İstanbul'a alışmasının gecikmesine kadar pek çok soru soruldu.

Futbolculara sorulan sorulardan bazıları ve bu sorulara verilen cevaplar şöyleydi:

Fenerbahçe ile oynanan ve Galatasaray'a Türkiye Kupası'nı kazandıran maçta ilişkin yorumlarını öğrenebilir miyiz?

Necati Ateş: Goller erken bulduk. Aslında kimse bu skoru beklemiyordu. Fenerbahçe'yi mağlup etmek önemliydi. 100'üncü yılımızda Türkiye Kupası'nı kazanmak bizi biraz teselli etti.

Beş tane gol atmış olduğunuz bir takıma bir hafta sonra yeniliyorsunuz. Başarınızın devam edemesini neye bağlıyorsunuz?

Necati Ateş: Futbolda her türlü netice olabilir. Kadıköy'de Fenerbahçe'nin çok iyi motive olduğunu gördük. Maçlarda her türlü neticeye hazırlıklı olmak gerekir.

Bu yıl takımınızın başarılı olduğuna inanıyor musunuz?

Necati Ateş: Türkiye Kupası'nda başarılı olduk ama ligde başarısızdık. Bu sene oldukça ilginçti. Bir mağlubiyet veya ba-

şarı takımın durumunu etkiledi. Ligde başarılı olduğumuzu düşünmüyorum.

Hakemler hakkında ne düşünüyorsunuz?

Necati Ateş: Bizim içeride hakemlerle diyalogumuz çok kopuk. Hakemlerin herkese saygı duyması gerekiyor. Genç hakem arkadaşlarımız var. Çok fazla üzerlerine gitmemek gerekiyor; çünkü o zaman hata oranı artıyor. Medya ve kulüpler hakemlerin üzerine çok gidiyor. Onların da hata yapmaları çok normal.

Avrupa'da hangi takımda oynamak isterdiniz?

Necati Ateş: Milan'da oynamak isterdim.

Tuncay 34 hatırası hakkında ne düşünüyorsunuz (4-3'lük skor). Beşiktaş'ı ne zaman kendi sahanızda yenmeyi düşünüyorsunuz?

Tuncay Şanlı: Sahaya her zaman kazanmak için çıkıyoruz. Kaybetmeyi hiç kimse istemez. Artık bu sezon bitti, bir sonraki sezonu bekliyoruz.

Hem futbolda hem de futbol dışında sizi çok seviyoruz. Futbolcuya yakışır davranışlar sergiliyorsunuz. Neden Avrupa'ya gitmiyorsunuz? Emre güzel bir örnek değil mi?

Tuncay Şanlı: Zamanı geldiğinde teklif olursa değerlendiririm. Şu anda Fenerbahçe'de mutluyum.

Saçlarını ne zaman kestireceksin?

Tuncay Şanlı: Kestirmeyi düşünmüyorum. Bu halimden memnunum.

Beşiktaş bu sezon beklenenden erken havlu attı. Yeni sezonda hence Rıza Hoca ile şans yüksek. Galatasaray, kadrosunun dar olmasına rağmen size nazaran daha başarılı. Sizde hâlâ eksiklikler var mı? Transferler olacak mı?

İbrahim Toraman: Eksikliklerimiz tamamlandığında çok daha iyi olacağız. Sezona kötü giriş yaptık bu da bizi etkiledi. Sekizinci haftadan sonra şampiyonluk iddiamız kalmamıştı. Seneye tabiki iddialı olacağız.

Lige kötü başladın ama ikinci yarı performansın yükseldi. Bunu yeni hocaya mı bağlıyorsun yoksa İstanbul'a ancak mı alışabildin?

İbrahim Toraman: Ligin başında şanssız bir dönem geçirdim. Alışma sürem biraz uzadı. Bu da performansıma yansıdı. Hocamızla uyum içerisinde çalışıyoruz.

Beşiktaş taraftarı daha ne kadar üzülecek? Takımda ruh kalmadı. Metin-Ali-Feyyaz'ı arıyorsunuz.

İbrahim Toraman: Bu sene taraftarımızı fazlasıyla üzdük. Onlar bizi hiç yalnız bırakmadı. Rıza Hoca ile takıma ruh geldi. Seneye bütün kupalara talibiz.

Avrupa'da hangi takımda oynamak isterdiniz?

İbrahim Toraman: Düşündüğüm bir takım yok. İyi olan bir takımda herkes oynamak ister. 🌀



Yeni Alfa Romeo 147 ile estetik zirveye çıkıyor



Cesur görünüşüyle rakiplerinden daha belirgin bir kişiliğe sahip olan yeni 147, bir yandan da markanın temel özelliği olan sportif kullanımıyla da müşterilerinin beğenisini artırarak sürdürmeyi hedefliyor

Alfa Romeo, geçtiğimiz yıl İtalya'da pazara sunduğu Alfa Romeo 147'nin yeni modelini Türk otomobilseverlerle buluşturdu. Alfa Romeo bu modeliyle de İtalyan estetiğinin bir numaralı temsilcisi olmaya devam ettiğini gösterdi. Dünya lansmanı ilk olarak Paris Otomobil Fuarı'nda yapılan araç, ünlü İtalyan tasarımcı Giugiaro imzası taşıyor. Ön yüzüyle Alfa 156'ya benzetilen 147, eliptik üç parçalı farları, V biçimli ızgarası ve yeni görünümlü tampon altı bölgesiyle daha sportif bir yapıya kavuşturuldu. 3 ve 5 kapı seçeneklerine sahip yeni 147, güçlü İtalyan markasının yaratıcılığa verdiği önemi vurgularken, sadece bir ulaşım aracı olmasının dışında kullanıcıya farklı zevkler veren yapısı ile de ön plana çıkıyor. Hız ve estetik tutkunu otomobilseverlerin ilk tercihi Alfa Romeo 147'nin yeni versiyonunda elektronik fren gücü dağıtımına sahip dinamik şasi kontrol sistemi bulunuyor. Yeni modelde ayrıca çekiş kontrol sistemi, altı hava yastığı, iki bölge- li klima kontrol sistemi ve sesli telefon kontrolüyle birlikte renkli yön bulma sistemi ekranını da içeren bir iletişim sistemi yer alıyor. Görünüşü ve tasarımı ise çok

çarpıcı ve çekici. Makyajlanan 147'nin köşeli hatlarının yerine daha yuvarlak ve eskileri hatırlatan çizgiler göze çarpıyor. Böylece cesur ve sportif bir görünüme kavuşan yeni 147, yüksek ve dar ızgarası ile de dikkat çekiyor. Gövdeyle bütünleştirilen tamponlar ve kanat şeklindeki hava girişleriyle, iç tarafta sportif yuvarlak farlarla birleştirilmiş ön farlar yeni Alfa 147'ye etkileyici bir ambiyans katıyor.

Zengin donanım avantajı sürüyor

Yeni modelin çelik gövdesinin bükülme- ye karşı dirençli olması sportif bir sürüş sağlayabilmek için gerekli temel koşullardan birisi. Bu özelliklere Alfa'nın geleneksel olarak kendine has bir sese ve çabuk devirlenme özelliğine sahip Twin Spark motorları da eklendiğinde her bakımdan sportif ruha sahip bir otomobil sağlanmış oluyor. Alfa Romeo, şimdiki 120 beygirlik 1.6 litre motorun yanında yine aynı hacimde 105 beygir gücünde bir motor da sunmayı planlıyor.

Yeni Alfa 147, zengin donanımı ile de rakiplerine karşı avantajını sürdürüyor. Yeni otomatik iki bölge- li klima kontrol sistemi, sürücü ve yolcunun kendilerine gelen ha-

vayı ayrı ayrı ayarlamalarına olanak tanıyor. Bu sistemde ayrıca güneşten gelen ışınmı algılayan ve kirliliği ölçen algılayıcılar bulunuyor. İki katmanlı bir hava temizleyici de üstün donanım özellikleri arasında... Aracın gösterge panelindeki çok işlevli ekran ise kullanıcıya çeşitli bilgiler sunuyor. Saat, tarih, dış ısı, çeşitli uyarılar, hız sınırı uyarısı, arıza uyarısı ve yol bilgisayarıyla ilgili bilgiler bu ekrandan aktarılıyor. Gelişmiş müzik sisteminin yanı sıra yeni Alfa 147'ye ayrıca telefon, yön bulma sistemi, sesli kontroller ve TFT renkli ekrandan oluşan kapsamlı bir iletişim merkezi de takılabilir.

Yeni Alfa 147'de aktif ve pasif güvenlik en üst düzeyde... Güçlü fren sisteminde ABS ve ayrıca fren gücünü ön ve arka tekerlek- lere dağıtan elektronik bir cihaz (EBD), hızlanma sırasında tekerleklerin kaymasını önleyen çekiş kontrol sistemi (ASR), vites küçültürken oluşan frenleme gücünü düzenlemek için bir sistem (MSR) ve virajlarda dinamik dengeyi kontrol etmek için bir sistem (VDC) bulunuyor. Çarpışma sırasında yolcuları korumak için ise günümüzde tüm Fiat otomobillerinde yer alan bütün sistem- ler kullanılıyor. 

Akpa, toptancı kimliğini de güçlendirecek

Koç Topluluğu'nun 50 yıllık bayilerinden olan Akpa (Bursa Gaz), beş ilde sekiz perakende satış mağazasıyla Koç Topluluğu ürünlerini tüketicilerle buluşturuyor. Akpa yeni dönemde toptancı kimliğini de güçlendirecek

Eski adıyla Bursa Gaz, yeni adıyla Akpa Dayanıklı Tüketim LPG ve Akaryakıt Ürünleri Pazarlama A.Ş. gösterdiği hızlı büyümeyle dikkat çekiyor. Geçen yıl 126 milyon euro ciro elde eden Akpa, bu ciroyla Türkiye'de faaliyet gösteren birçok sanayi firmasını gerisinde bıraktı.

Akpa, hızlı büyümesine önümüzdeki yıllarda da devam etme hedefinde. Arçelik, Beko, DemirDöküm ve Aygaz'ın bayiliğini yapan Akpa, İstanbul'da da mağaza açacak. Toptan satış konusunda da hızlı bir yapılanma içine giren Akpa, özellikle turistik bölgelerdeki otellere yaptığı satışla Avrupalı turistlerle Koç Topluluğu ürünleriyle tanıştırmanın da haklı gururunu yaşıyor.

Akpa Dayanıklı Tüketim LPG ve Akaryakıt Ürünleri Pazarlama A.Ş. Genel Müdürü **M. Tufan Mut** ile Akpa'nın pazardaki yeri ve hedeflerini konuştuk.

Mart ayında Bursa Gaz'ın unvanı, Akpa Dayanıklı Tüketim LPG ve Akaryakıt Ürünleri Pazarlama A.Ş. olarak değiştirildi. Bunun gerekçesi neydi?

2001 sonunda Enerji Grubu içerisinde, yerel olarak faaliyet gösteren dört şirketimiz Bursa Gaz çatısı altında birleştirildi. Birleşmenin ardından gerek faaliyet konularımız ve gerekse farklı bölgelerde faaliyet gösterecek olmamız isim değişikliğini kaçınılmaz kıldı. Ayrıca yerel etkinliğimizi bölgesel olarak genişletme vizyonumuz doğrultusunda, tüketicilerimizin bizi daha net algılayacakları bir kimliğe ihtiyacımız vardı. Bu nedenle isim değişikliğine gittik.

Akpa A.Ş.'nin faaliyet alanlarından ve kuruluşundan itibaren bugünlere nasıl geldiğinden bahseder misiniz? Halen kaç mağaza ile kaç ilde faaliyet gösteriyorsunuz?

Birleşme öncesindeki şirketlerimizin kuruluşu 1947 yılına kadar uzanıyor. Örneğin Eskişehir'deki Porsuk Ticaret, Sayın **Vehbi Koç**'un Ankara dışında kurduğu ilk şirkettir. Bursa Gaz ve Porsuk, Aygaz'ın dağıtım kanalları olarak 40 yılı aşkın bir süredir önemli misyonlar üstlenmişler. Ankara'da kurulmuş Akyak ise



"2005'in ikinci yarısında mobilya ve mutfak satışına başlamayı planlıyoruz. Arçelik'in stratejileri paralelinde mobilya sektöründe ciddi bir atılım yapacağımıza inanıyorum."

akaryakıt dağıtımında uzmanlaşmış bir şirketimizdir. Antalya'da Aygaz'ın dağıtım organizasyonunun yanı sıra dayanıklı tüketim ürünlerinin toptan ve perakende satışının dışında, otellere yönelik satış da yapıyoruz.

2003 yılında İzmir şubemizin faaliyete geçmesiyle, otel ve turistik tesislere dayanıklı tüketim ürünlerinin satışında Tür-

kiye genelinde faaliyet gösteren bir organizasyon konumuna geldik.

Şu anda beş ilde sekiz perakende satış mağazamızla Arçelik, Beko ve Türk DemirDöküm ürünlerini doğrudan tüketicilere ulaştırıyoruz.

Aygaz, Arçelik ve Beko'nun en büyük bayisi olarak biliniyorsunuz. Bu durumun sizin için anlam ve önemini bizimle paylaşır mısınız?

Bu konuma ulaşabilme yolunda, bizim de 50 yıllık tecrübemiz ve dayanışmamızın yanı sıra bizlere duyulan büyük güven söz konusu. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**'un elinden alma onuruna eriştiğimiz "Arçelik 50. Yıl Teşekkür Plaketi" bizim için son derece anlamlı. Bunun yanı sıra Aygaz'la 45, Türk DemirDöküm ile yaklaşık 40 yıllık birlikteliklerimiz bize gurur veriyor.

Arçelik Arstil markasıyla mobilya sektörüne girdi? Siz bu konuda ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Antalya ve Eskişehir mağazalarımızı yenileyerek, mobilya teşhirine uygun hale getirdik. Bu mağazalarımızda Arstil mobilya satışına başladık. Bursa mağazamızda ise yenileme ve genişletme çalışmalarının ardından 2005'in ikinci yarısında mobilya ve mutfak satışına başlamayı planlıyoruz. Arçelik'in stratejileri paralelinde mobilya sektöründe ciddi bir atılım yapacağımıza inanıyorum.

Bulunduğunuz illerdeki konumunuz hakkında bilgi verir misiniz?

Arçelik ile Bursa'da, Beko ile Antalya'da en büyük bayi konumundayız. Türk De-



Tufan Mut, düşük enflasyonlu dönemde şirketlerin satış cirolarını süratle artırmak, masraflarını azaltmak ve verimlilik sağlamak zorunda olduklarını söylüyor.

mirDöküm satışlarında Bursa'da lider durumdayız. Eskişehir'de genişlettiğimiz Beko mağazamızın yanı sıra üç katlı Arçelik mağazamız tüketicilerimize tüm ürün gamını sunabilme imkânı veriyor. Birleşme sonrasında faaliyete geçen Ankara ve İzmir mağazalarımız ise kısa sürede önemli gelişmeler kaydetti.

LPG alanında doğalgazın etkisine rağmen Bursa ve Eskişehir'de yüzde 60'ın üzerinde, Antalya'da ise yüzde 35 civarında pazar payımız var.

Önümüzdeki dönemde perakendeci kimliğinizi koruyacak mısınız, yoksa toptan satış da hedefleriniz arasında bulunuyor mu?

Mağazalarımız bizim tüketiciye dönük yüzümüz. Tüketicieye daha yakın olmak için perakendeci kimliğimizi daha ön plana çıkaracağız. Mağazacılıkta bulunduğumuz konumu güçlendirmek için çabalarımızı sürdürüyoruz.

Toptan satış konusunda da hızlı bir gelişim içerisindeyiz. Altus ürünlerinin toptan satışı için 500'e yakın nokta oluşturduk. Bu noktalarda Beldeyama ürünleri ve cep telefonu satışı da yapıyoruz.

Faaliyet göstermeyi planladığınız başka alanlar var mı?

Yeni başladığımız 19 litre su dağıtım işi önümüzdeki dönemlerde en önemli faaliyet alanlarımızdan biri olacak. Şu anda Eskişehir ve Antalya'da bayilerimiz kanalıyla su dağıtım işine girdik. Birinci yıl

“Arçelik ile Bursa'da, Beko ile Antalya'da en büyük bayi konumundayız. Türk DemirDöküm satışlarında Bursa'da lider durumdayız.”

sonunda yüzde 12 pazar payına ulaşmayı hedefliyoruz. Bu konuda gerekli alt yapıyı hazırladıktan sonra tüketiciye direkt tüplü gaz ve 19 litre damacana su satışı yapan bir şirket olmak istiyoruz. Otel ve turistik tesislere yaptığımız satışlara hızlı tüketim ürünleri ve sarf malzemelerini de eklemek istiyoruz. Ay-

rıca özelleşmeyle birlikte telekomünikasyon alanında Koç.net bayiliği projelerimiz arasında.

Rakamlarla 2004 yılının özetini yapar mısınız?

2004'ü satış, tahsilat ve kârlılık açısından çok iyi geçirdik. 2004'te bir önceki yıla göre yüzde 13'lük artışla 126 milyon euro ciro elde ettik.

Akpa'nın önümüzdeki yıllar için hedef ve stratejilerini açıklayabilir misiniz?

Bu yıl İstanbul'da bir Arçelik mağazası açıyoruz. Bursa mağazamızı yenileyerek mutfak ve mobilya satışına başlayacağız. Arçelik'in yeni konseptine paralel büyük mağazalar orta vadeli hedeflerimiz arasında. Faaliyet gösterdiğimiz tüm illerde su işine girmek istiyoruz. Antalya'da otel ve turistik tesislere su dağıtımının yanı sıra diğer hızlı tüketim ürünlerinin satışı da projelerimiz arasında.

Turistik bölgelerde dayanıklı tüketim ürünlerini satıyorsunuz. Bu faaliyetinizi diğer bölgelere yaymayı planlıyor musunuz?

Güneyde Alanya'dan, batıda Çanakkale'ye kadar uzanan sahil şeridinde binlerce otel ve turistik tesise Koç Topluluğu ürünlerinin satışını gerçekleştiriyoruz. Bu faaliyetlerimizi öncelikle kongre otelciliğinde yaygınlaştırmayı planlıyoruz. İstanbul, Ankara ve İzmir'in yanı sıra Kapadokya bölgesi de şirketimiz için önemli bir potansiyel vaat ediyor.

Düşük enflasyona geçiş dönemindeyiz. Akpa olarak bu dönemi maksimum satış ve kârla kapatmak için ne gibi önlemler aldınız?

Düşük enflasyon; ekonomik istikrarın sağlanması ve stratejik açıdan geleceği planlayabilmek adına tercih edilen bir durumdur. Ancak, bu durum, şirketlerin faaliyet dışı gelirlerini de doğal olarak düşürüyor ve şirketler esas faaliyetlerine odaklanma noktasına geliyor. Bunun yanı sıra yerel ve çokuluslu yeni oyuncuların pazara girmesi, rekabeti her geçen gün daha da zorlaştırıyor. Bu değişimlere bağlı olarak, şirketler satış cirolarını artırmak, masraflarını azaltmak ve verimlilik sağlamak zorundadırlar. Akpa olarak biz, 2004'te satışlarımızı yüzde 13 artırırken, masraflarımızı sadece yüzde 0.6 oranında artışla kısıtlı tutarak, hedeflerimizi gerçekleştirdik. 

Rahmi M. Koç Müzesi'nde "Liman 2 Seferleri ve Hareket Günleri"nin üçüncüsü 20 Mayıs'ta başladı. Bu gezilerden birine Osmanlı kültürü ve özellikle Türk müziği tarihiyle ilgili çok sayıda eseri bulunan tarihçi ve Gazeteci Murat Bardakçı'yla birlikte katıldık.



"Araştırdığım belgelere ulaşmaktan büyük zevk alıyorum"

1 935 yılı Hollandalı Kremer yapımı Liman 2, 1936'dan 1989 yılına kadar İstanbul Liman İşletmeleri'ne bağlı olarak çalıştı. Bu tarihten sonra ömrünü tamamladığı gerekçeyle kadro dışı kalan gemi Rahmi M. Koç Müzesi tarafından satın alındı.

Bir yıl boyunca orijinal hali korunarak restore edilen gemi, müze envanterine kaydedildi. Boyu 18 metre 25 santim, genişliği 4 metre 75 santim ve derinliği 2 metre 10 santim olan gemi ile hafta sonları günde dört sefer yapılıyor. Yaz ayları boyunca her hafta sonu yapılacak olan "Liman 2 ile Nostaljik Haliç Gezileri" ve "Hareket Günleri" aktivitelerine katılanlar müzenin rıhtımından demir alacak olan Liman 2 ile 40 dakika boyunca İstanbul'un "Altın Boynuz"unu keşfetme imkânı buluyorlar. Biz de bu güzelliği konduğumuz gazeteci Murat Bardakçı ile birlikte çıktığımız tur ile yaşadık. Bir yandan tüm bozulmuşluğuna rağmen Haliç'in güzelliği; bir yandan geniş bilgisiyle bizi Lale

Devri'ne, Patrona Halil Ayaklanması'na ve Tanzimat'ın İlanı'na kadar götüren Murat Bardakçı olunca geziden büyük bir keyif aldık. Haliç ile ilgili değerlendirmesini Bizden Haberler için kaleme alan konumuzla sohbet etme imkânı bulduk.

Şu anda içinde bulunduğumuz Rahmi M. Koç Müzesi hakkındaki görüşlerinizi alabilir miyiz?

Ben buraya bayılıyorum ve sık sık geliyorum. Muhteşem bir yer... Ben Almanya'daki Sanayi Müzesi'ni de gezmiştim, bu ondan çok çok güzel.

Burada en çok sevdiğiniz obje nedir?

Burada çok sevdiğim bir korsan bacağı var. Hem de orijinal... Ayrıca ben yemeğe çok düşkün olduğum için yemek yemeye de gelirim.

Mesleğinizin en zevkli yönleri nelerdir? Örneğin araştırma yaptığınız bir konu ile ilgili belgelere ulaştığınızda ne hissediyorsunuz?

Garip bir zevk alıyorum, o garip bir şey.

Ben belge seviyorum ve aradığım belgelere ulaştığımda heyecanlanıyorum. Bu ayrı bir şey yaşamak lazım.

Çalışmalarınız içinde ulaşmaktan keyif aldığınız belge hangisiydi?

"Şahbaba"yı yazarken Vahdettin'in bir yaverinin ailesini arıyordum. Sonra Damat Ferit Paşa'nın torunlarından biri bana aradığım yaverin ilk kızının gençlik arkadaşı olduğunu ve Fikirtepe'de gecekonduda yaşadığını söyledi. Uzun süre o bölgede dolaştım ama bulamadım. Sonra tesadüfen bir arkadaşım, "Benim bir dostum var, onun dedesi Vahdettin'in bir yakınıymış belki aradığın kişi o olabilir" dedi. "Gecekonduda yaşıyor, fakir" dedikleri kadın İstanbul'un en önemli zenginlerinden birinin annesi çıktı. Eve gittim, evde uşaklar hizmetkârlar var. Onu gecekonduda aradığımı söyleyince çok güldü. O evden Vahdettin'in ailesinde bile olmayan hatıralar çıktı.

Haliç'te deniz çok daha temiz ama "varoşlaşmaya" dikkat...



Eviniz de belgelerle doludur gibi geliyor insana.

Herkes benim evimi öyle zannediyor ama ben işime yaramayan hiçbir kitabı almadım. Bende kitap ve belge çok azdır. Kütüphaneye gitmemek için kaynak kitaplar alırım. Koleksiyon yapmam hat-ta koleksiyondan nefret ederim.

Yani yazılarınızın tarihi boyut kazanmasında yetiştirdiğiniz çevrenin etkisi mi oldu?

Ben savaş muhabirliği de yaptım, dış haberlerde de çalıştım, çizgi roman bile yazdım. Sonra tarih moda oldu onu yaptım. Ben gazeteciyim, fizik moda ol-sa fizik yazarım. Bilgi ile gazeteciliği birleştirmek lazım. Benim bir sürü tak-lidim çıktı ama hiçbir tutmadı. Çünkü ya yazdıkları konu hakkında çok bilgili değiller ya da gazeteci değiller.

Sizin önemli bir farkınız kaynaklara kolay ulaşmanız. Bunu nasıl başarıyorsunuz?

Osmanlıca bildiğim için kaynaklardan iyi faydalanabiliyorum. Ben haber kay-naklarımla gazetecilik ilişkisi kurma-dım. 24 saatlik bir haber için, bir dost-luk feda edilmez. Gazetecilik benim ek-mek param, onlar dostum ahabım. Bunu ayırmazsanız onlara bir daha yak-laşamazsınız.

Haliç'e bizim dışımızdaki dünyanın "Al-tın Boynuz" demesinin sebebini acaba bilir misiniz? Efsanelere bakarsanız, şeh-rin kurucusu Byzas adında bir zattır, an-nesinin adı Keroessa'dır ve "Keroessa" ismi halk ağzında zamanla "Keras" hâli-ni almıştır. "Keras", "boynuz" demektir ve bu benzetmeyle hem Haliç'in boynu-zu andıran kıvrımları, hem de boynuz kavramının mitolojide bolluk ve bereket demek olması kastedilmektedir.

Kıvrılarak uzanan bu su yolu, aslında tari-hin en eski "tatlı hayat" mekânıdır. Şeh-rin kuruluş efsanesiyle başlayan tarih, burada bin küsur sene boyunca zevkli bir hayat stiliyle devam etmiştir. Bizans zamanında devletin ileri gelenle-rinin malikâneleri hep buradadır, hatta İmparatorluk Sarayı Vlaherna'nın geniş bahçeleri Ayvansaray'daki saray iskele-sine kadar uzanır ve bu zenginliğin çev-resini çok sayıda dini yapı çevreler. Sa-hiller devletluların ve varlıklı kesimin me-kânı olurken fırtınaların ulaşmadığı de-niz, gemiler için her zaman emin bir sığı-nak, sakın bir limandır.

Eski asırlardan kalan tatlı hayat gelene-ğine Osmanlı zamanında da riayet edilir. Sultanların ve devlet büyüklerinin mali-kâneleri Haliç sahillerinde yükselir, Kâ-ğıthane ile Alibeyköy arasındaki arazi sayfiye ve mesire yeri olmaya devam eder; hatta bu tatlı hayat mekânlarının arasına dini yapılar yerleştirilmesi gele-

neğine biz de uyarız. Sahili çevreleyen tepelerdeki camilerle büyük ihtimalle Bi-zans zamanından kalma bir âdetin deva-mı olan çok sayıdaki sembolik evliya kabri, işte bu geleneğin eserleridir.

Fakat, dünyanın hiçbir memleketinde Haliç kadar böylesine şaşıla bir geçmi-şi olan ama sonra bu şekilde bir düşüş yaşayan, hatta yer yer mezbeleğe dönen başka bir yer yoktur!

Çoğumuz, Haliç'in ölümünün 1930'lar-da, her iki sahilin de fabrikalarla doldu-rulmasıyla başladığını zannederiz ama bu iş çok daha gerilere gider. Haliç'i, içe-risinde kazara kalan birkaç tarihi binanın da bulunduğu bir çöplüğe çevirme faali-yetimiz, 18. asrın sonlarında, Üçüncü Selim'in saltanat yıllarında yaşadığımız ilk Batılılaşma maceramızla başlar.

Sahilde Kanuni Süleyman zamanından kalma büyük tersane gerçi o zaman da faaliyettedir ama Türkiye'nin Batılı an-lamdaki ilk ordusu olan Nizam-ı Cedid'in kurulmasından sonra Haliç'in her iki ya-kası, 1793'te bu orduya tahsis edilir. Sa-raylar, kasırlar ve köşkler yıktırılıp arazile-rine askeri binalar inşa edilir, köşklerin yeşil bahçeleri top fırınlarının mekânı olur. 19. asrın başlarında, ilk sanayi ku-ruluşları da burada faaliyete geçerler, atıklar denizi doldurur, suyun giderek sığ bir hal alması üzerine vapurlar Av-vansaray'dan öteye uzanamaz olurlar. Derken 1876'daki "93 Savaşı"ndan iti-

O çevreye yakın olduğunuz için kendinizi özel hissediyor musunuz?

Yoo.. Bunu hiç düşünmedim. Onlar benim dostlarım. Sohbetlerinden çok zevk aldığım insanlar var. Onların en cahili üç dil bilir.

“Şunun da hayatını yazmak istiyorum” dediğiniz biri var mı?

Vahdettin'i yazmak benim hayalimdi onu da yazdım. Çünkü tarih kitaplarında “Bir İngiliz gemisine binerek gitti” yazar... Bu adam ne oldu, bütün detaylarını bilmek istiyordum. Tek istediğim oydu. Onu da yazdım.

“Osmanlı'da Seks” kitabınız ikinci baskısını yaptı? Bu kitapla ilgili neler söyleyeceksiniz?

Evet, bu sıralar bana herkes bu kitabı soruyor. Zaten ilk baskısı da çok satmıştı. İlk baskının bende de orijinali yok, korsanı var. Sansasyonel kitap olarak görüldü ama bu Osmanlı dönemindeki 16-17. yüzyıllarda el yazmalarından alınmış bir kitap. Bugünün anlayışına göre komik olduğu için ilgi gördüğünü düşünüyorum.

Sizde en özel yeri olan kitabınız hangisiydi?

“Şahbaba” benim en çok uğraştığım kitap oldu. Onun için beş yıl uğraştım ve kapı kapı dolaşarak, belge topladım. Bu kitapta Vahdettin'in hayatını anlatıyordum ama hayatıyla ilgili elimde hiçbir belge yoktu. Pahalı olmasına rağmen çok sattı.

Üzerinde çalıştığınız yeni bir kitabınız var mı?

Var, iki ay sonra çıkacak. Talat Paşa'nın kendi evrakını yazıyorum. Yani Talat Paşa'nın Kara Kaplı Defteri'ni yayınlıyacağım. Bu akademik bir kitap olacak.

Herhalde şu anda gündemde olan Ermeni sorunu ile ilgili bir çalışma olacak?

Ben popüler kitap yazmadım; çünkü bu konuya girmek istemedim. Belgeleri olduğu gibi yayınlıyacağım, zaten tercümeleriyle uğraşıyorum.

Kitapları yazarken nasıl çalışırsınız?

Ben evde otururum, evden çıkmam, hatta gazeteye bile gitmem. Ben daha çok geceleri çalışırım, gündüzleri uyurum. Ayrıca çok kitap okurum. 📖



Liman 2'de orijinaline uygun olarak Zonguldak kömürü kullanılıyor

baren Rumeli'den gelen göçmenlerin de hiçbir altyapı olmadan Haliç'in iki tarafına yerleştirilmeleri ve bölgenin gide-rek minyatür bir sanayi sitesi olmasına göz yumulmasıyla da Haliç, 1980'lerin sonuna kadar devam eden o suyunun rengi karanlık, havası teneffüs edilemez malum halini alır.

Liman 2 ile yaptığımız gezide farkettim: Bir zamanların bu bereketli boynuzu, 30 sene öncesine göre hayli değişmişti. Deniz hâlâ bulanık olmasına rağmen çok daha temizdi, sahile yaklaştıkça dayanılmaz bir hal alan koku artık gitmişti, yolun hemen gerisindeki sık yapıların önünde bir perde gibi yükselen fabrikaların yerinde yeşil sahalar vardı ama Haliç kendisiyle alakası olmayan bir başka şehreye bürünmek üzereydi: Art arda gelen imparatorlukların mirası olmaktan çıkıyor, varoş halini alıyordu.

Yamaçlar, İstanbul'da hiç var olmamış çiğ renkte binalarla bezenmişti, Doğu Roma'nın önde gelen ailelerinin soyundan gelen Fener Beylerinin yaşadığı Fener sahilinden yukarılara uzanan tepelerdeki, mimarisi kendine mahsus bahçeli evler bu renk cümbüşünün içerisinde görünmez olmuştu, adını Grekçe'de “saray” demek olan “Pallatyon”dan alan bir zamanların Musevi mahallesi “Balat” iç karartan bir enkaz tonuna bürünmüştü, Batılı gezginlere bir asır öncesine kadar “Avrupa mezarlıkları göreni ürkütür ama İstanbul'dakiler ruh sükunu verir” dedirten selvili mezarlıkların yerinde mermer yığınları vardı ve yeşil yamaçlar bu mermerler yüzünden saçkıran illetine uğramış gi-

biydi. Mihrişah Valide Sultan'ın yaptırdığı cami, üzerinden geçen köprü-nün ağırlığıyla hüzne bürünmüştü. Bir zamanlar Türk Müziği'nin en tantanalı nağmelerinin yükseldiği ama artık var olmayan Bahariye Mevlevihanesi'nin arazisinde mangal safaları sürülüyordu. Rahmi M. Koç Müzesi'nin yeniden hayat verdiği Lengerhane ile Tersane'den Silahtarağa'ya uzanan sahilin hemen ilerisinde yükselmeye başlayan camlı bina ise Haliç'te hiçbir zaman var olmamış bir zevkin mahsulüydü.

Ve, bütün bunların ötesinde, Haliç'in birçok yeri varoş damgasını çoktan yemiş haldeydi. Eyüp'te, Sultan Reşad'ın sahil-deki türbesinin ilerisine dikilmiş tuhaf çadır da aynı yeni zevkin mahsulüydü; “imparatorluk” kavramının örneği olan Fener'deki Rum Lisesi'ni belli bir dinin sembolü zannederek üzerindeki yama-ca “Biz buraya işte böyle tepeden bakarız!” dercesine dikilmiş İmam-Hatip Lisesi de bu anlayışın eseri...

Haliç'i 30 sene sonra denizden görmek bende tek bir kanaat uyandırdı: “Canlandıрма” yahut “restorasyon” gibisinden isimler verilen projelerin sahiplerinin bu hayallerinden vazgeçmeleri ve Haliç'ten geriye ne kaldıysa olduğu gibi bırakılması gerekiyor... Zira, Haliç, varoşlaşma yolculuğunu İstanbul'un havasını teneffüs edememiş mimarların elinden çıkacak eserlerle çok yakında tamamlamış olacak ve o sahilde yaşamış bir şairin “Gâh olur gurbet vatan, gâhî vatan gurbetlenir” mısraındaki acı manayı hep beraber yaşayacağız.



Opet sosyal sorumluluk projelerinde bilinçli toplum yaratma hedefiyle hareket ediyor. Opet Yönetim Kurulu Üyesi Nurten Öztürk, “Her şey para kazanmak değil, kazandığınız imaj da bir yatırımdır” diyor

Opet Türkiye’ye yeni örnek köyler kazandıracak

sosyal sorumluluk

Opet’in “Bilinçli Toplum Projesi” çalışmaları için Mardin’de ünlü Dara Harabeleri yakınındaki Oğuz Köyü “Örnek Köy” olarak seçildi. Mardin Valisi **M. Temel Koçaklar**’ında Oğuz Köyü’ndeki etkinliklere katıldığı bu proje çerçevesinde Mardin merkezindeki 1,5 kilometrelik bir bulvar da ağaçlandırıldı. Opet fahri müfettişleri ve sağlık ekipleri ile köyde ekonomik gelişme sağlamaya yönelik eğitim veren bir çalışma grubu da etkinliklere katılırken, köyde bulunan 150 haneye zeytin fidanları ve yörede yetişecek çiçek fideleri dağıtıldı. Opet’in “Örnek Köy projesi” doğrultusunda; Dara Harabeleri yakınına kurulu bulunan köye turizmin dikkatini çekmek, turistlerle iletişim kurma, el sanatlarını geliştirme konularında eğitimler veriliyor.

Örnek köye örnek okul

Yaklaşık 557 öğrencinin eğitim gördüğü Oğuz Köyü İlköğretim Okulu’nda bilgisayar atölyesi, kütüphane ve çocuk oyun odası kuruldu. Yurdun dört bir yanından getirilen el sanatları örnekleri de sergilenerek, köyde yaşayan hanımların el işi yapmaya özendirilmesi için çalışma ya-



Nurten Öztürk, gündemlerinde başka sosyal sorumluluk projelerinin bulunduğunu söylüyor.

pıldı. Köyde bulunan atıl bir bina yenisinden düzenlenip onanılarak, kadın ve çocukların yararlanabileceği kültür merkezi haline getirildi.

Opet Yönetim Kurulu Üyesi **Nurten Öztürk** tüm Türkiye çapında yaygınlaştırmayı planladıkları “Örnek Köy” uygulamasıyla ilgili sorularımızı şöyle yanıtladı:

Öncelikle size Mardin’deki “Örnek Köyü” sormak istiyorum. Burada hangi amaçla yola çıktınız?

Köylerin bir şekilde yaşanılır hale getirilmesi lazımdı. Kafamızdaki “Örnek Köy” projesini Mardin’de hayata geçirmeyi planladık. Bu düşüncemizi Mardin Valisi ile paylaştık, o da bize Dara’yı önerdi. Üç hafta içinde Dara Harabeleri üzerindeki köye gidip keşiflerini yaptık; köyün tüm bilgilerini aldık ve neler yapabiliriz ve neler götürebiliriz düşündük. İlk başta bizim kampanyalarımızdan hareket ettik, önce tuvaletlerine baktık. 150 hanelik köyde bin tane çocuk vardı ve tuvalet yoktu. “Bir yerin tanıtımı ve medeniyet göstergesi tuvaletlerdir” dedik. Çünkü bu köye çok fazla turist geliyor ama gidecekleri tuvalet yok. Köye bir kameriye yaptık, çevresini yeşillendirdik.

Harabeleri temizledik, çöp kutuları koyduk, ışıklandırdık ve köyde ciddi bir değişim oldu. Çocuklar için oyun alanı yaptık, oyuncak götürdük. Basketbol sahası yaptık, okula kütüphane yaptık. Doğum kontrolü için bir doktor gönderdik.

El atılmayı bekleyen başka köylerimiz de var. Bu köyleri seçerken neye dikkat ediyorsunuz?

Biz vasıflı olan köyleri seçiyoruz. Bundan



sonraki köyümüz Gaziantep'in Yesemek köyü. Burası ikinci bir Nemrut olmaya aday. 600 yıl Hitit uygarlığına heykel atölyeliği yapmış. Burası maalesef yürekler acısı halde. Buna rağmen köye ayda ortalama 250-300 civarında turist geliyor. O heykeller ayağa kaldırılıp çevre düzenlemesi yapılırsa köy ciddi anlamda ilgi çekecek.

Opet olarak bugüne kadar neler yaptınız bize anlatır mısınız? İlk projeniz neydi?

Bizim ana sponsorluğumuzda yapılan ilk büyük sosyal sorumluluk projesi Kapadokya'nın uluslararası düzeyde tanıtımını yapmak oldu. Yurtdışından ve yurtiçinden birçok konduğumuz vardı. Oldukça kalabalık bir grubu Kapadokya'da ağırladık.

Aynı dönemde "Temiz Tuvalet" kampanyasını da başlattınız. Bu proje kim tarafından önerilmişti?

Hizmet sektöründe yer alan bir firma olarak istasyonlarımıza fark getirmek istedik. Çünkü diğer şirketlerle aynı yakıtı satıyoruz, bire bir aynı hizmeti verdiğiniz için bir farkınız kalmıyordu. Yıllardır bu ülkede faaliyet gösteren ve belli bir şekilde

Çöpleri çöp kutusuna atıyoruz

Opet bizim için ta İstanbul'dan buraya kadar geldi. Bizim için en önemlisi basketbolun gelmesiydi. Opet tüm halka yardım etti ve onlar geldikten sonra her şey çok değişti. Okulumuz ve köy halkı Opet'in yardımlarından mutluluk duyuyor. yapılan çalışmalardan sonra herkesin çevreye karşı sorumlulukları oldu. Örneğin herkes çöpleri çöp kutusuna atıyor.

Dide Kaya - 8/A

Yardımlaşarak sorunları çözebiliriz

Opet'in yaptığı gibi insanlar birbirine yardım etmeli. Ve yardımlaşarak sorunların üstesinden gelmeleri lazım. Böylece güzel sonuçlar elde edilebilir, insanlar zor sorunları kolayca çözebilir.

Şehmus Tekin - 8/A

Opet öncesi ve sonrası

Şimdiye kadar köyümüze küçük bir köy deniliyordu. Bunun nedeni köyümüzün tarihi ve her şeyi ile göz ardı edilmesiydi. Bu göz ardı edilise son verecek birilerine ihtiyacımız vardı. Opet'in burayı keşfedişi ile çok şey değişti ve daha da değişeceğini düşünüyorum. Keşfedilişin yeni olmasına rağmen kültür, eğitim ve çevre anlamında köyümüzde meydana gelen değişiklikleri şöyle özetleyebilirim:

1. Kültür Merkezi: Kültür Merkezi genç kızlarımıza maddi ve manevi yarar sağlamaktadır. Ayrıca gezi amaçlı gelen insanlar da yararlanmaktadır.
2. Yeşil alan çalışmaları: Bu çalışma ile köyümüz şiiir tadında bir yer oldu.
3. Eğitim: Opet'in okulumuza getirdiği bilgisayar ve benzeri materyallerin çocukların eğitimine büyük katkısı oldu.

Opet'in yaptığı eğitim çalışmalarından etkilenenlerden biri de benim...

Selma Özbilen - Lise öğrencisi

isim yapmış firmaları tercih edecekti insanlar. Bizim bir şekilde tercih edilme nedenimiz olmalıydı. Tercih edilme nedenimiz, "Elle tutulur, gözle görülür ve kabul edilebilir olmalı" dedik. Bu projemiz, 25 ülkeden 237 projenin katıldığı yarışmada IPRA'dan birincilik ödülü aldı.

"Temiz Okulum" da "Temiz Tuvalet" in bir devamıydı galiba?

"Temiz Tuvalet" in açılımları oldu ve "Te-

miz Okulum" kampanyası yaptık. İstanbul'daki tüm okulların müdürlerini toplayıp seminer verdik, eğitim CD'leri dağıttık. Fahri müfettişler tarafından ilk üçe giren okulları ödüllendirdik.

Yeşil Yol kampanyanızla da çevreye olan duyarlılığınızı mı göstermek istediniz?

Biz doğayı desteklemeye yönelik projeler üzerinde çalıştık. Bu projeye bayilerimizi de kattık. İstasyonlarımıza gelen insanlara huzur bulabilecekleri, kuş seslerini duyabilecekleri bir alan yaratmak istedik. Bu çalışma kapsamında istasyonlarımızın bir kilometre öncesinde ve 500 metre sonrasında yeşil bir bant oluşturduk. Bütün Opet istasyonları bu proje kapsamına girdi. En son Çanakkale'de iki akaryakıt istasyonunda bu proje çerçevesinde ağaç dikme çalışması yaptık. Bugüne kadar toplam 195 istasyona, 147.500 ağaç dikildi. 🌱

Gaziantep'e üç ilköğretim okulu

Sosyal sorumluluk projeleriyle bilinçli toplum yaratmayı hedefleyen Opet, "Temiz Okulum" kampanyasının yanı sıra Gaziantep'in İslahiye ve Nurdağı ilçelerinde Öztürk ailesi adına üç ilköğretim okulu açtı. 15 Mayıs'ta yapılan açılışa Milli Eğitim Bakanı **Hüseyin Çelik**, Gaziantep Valisi **M. Lütfullah Bilgin**, Opet Yönetim Kurulu Başkanı **Fikret Öztürk**, Yönetim Kurulu Üyesi **Nurten Öztürk** ve ilçe kaymakamları, belediye başkanları, milli eğitim müdürleri ve diğer yetkililer katıldı.

41 ilin başarılı öğrencileri Migros'la İstanbul'da

Sosyal sorumluluk bilinci çerçevesinde, 19 Mayıs'ın anlam ve önemini de içeren bir etkinlik düzenleyen Migros, faaliyet gösterdiği 41 ildeki en başarılı lise son sınıf öğrencilerini İstanbul'da ağırladı

Koç Topluluğu'nun "Tüketiciye yakın olmak" ilkesinden hareketle sosyal projeler geliştiren Migros, bu yıl 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı'nda farklı bir projeye imza attı. Kars'tan Antalya'ya, Samsun'dan Niğde'ye, Konya'dan Kayseri'ye 41 ilin Anadolu, Fen, Süper ve Deneme liselerinde okuyan en başarılı lise son sınıf öğrencilerini İstanbul'da buluşturan Migros, üniversite sınavı öncesinde öğrencilerin moral depolamalarına imkân sağladı. Öğrencilerin birçoğu İstanbul'u ilk kez görürken, bazıları da ilk kez uçağa bindi. Öğrenciler, seyahatleri boyunca Koç Allianz tarafından her türlü kaza riskine karşı sigortalandı. Konuklarının rahat etmeleri için her şeyi en ince detayına kadar düşünen Migros, hazırladığı İstanbul gezi programıyla da öğrencilerden tam not aldı. Gezi programına farklı eğitimleri de dahil eden Migros, "Birikim Danışmanlık"ın desteğiyle düzenlenen "0 Km Eğitim" programıyla genç öğrencilerin ekip ruhu ile neler yapabileceklerini gösterdi.

"Büyüleyici, olağanüstü"

Farklı deneyimlerin yaşandığı bu üç günlük programda, İstanbul'un yanı sıra Koç Holding'in yönetim birimlerini de gezme fırsatı bulan gençler, hayranlıklarını gizleyemediler. İstanbul'a gelmenin başlı başına bir heyecan olduğunu belirten liseli gençler, görmeden hayal bile edemeyeceklerini söyledikleri Koç Holding'i "büyüleyici ve olağanüstü" buldular. Birgün burada gezeceklerini hayal bile edemediklerini ifade eden öğrenciler, yöneticilerin odalarını gezmiş olmanın ayrıcalığını yaşadılar. Burada Koç Holding'e ilişkin bir sunum izleyen öğrenciler, Koç Topluluğu'nun ilkeleri, hedefleri, şirketleri ve insan kaynakları stratejileri hakkında bilgi aldılar. Bu bilgiler öğrenciler tarafından büyük bir merakla dinlendi. ve öğrencilerin kafasında Koç Topluluğu'nun yeri iyice belirginleşmiş oldu.

Program dahilinde öğrencilere, Migros'un Pazarlama, Satış, Lojistik, Planlama, İnsan Kaynakları, Eğitim, Yatırım, Finans, Ar-Ge, Müşteri İlişkileri ve İletişim bölümleri hakkında oryantasyon verildi. Öğrenciler, Migros Genel Müdürü **Aziz Bul-**

gu'dan Migros'un stratejik kararları ve yaygınlık politikası ile ilgili bilgi aldılar. İstanbul gezisi çerçevesinde ise Boğaz turu ile **Dolmabahçe Sarayı** ve **Rahmi M. Koç Müzesi** gezilerine katıldılar.

Milliyet gazetesini de ziyaret eden öğrenciler, 21-22 Mayıs tarihlerinde güzel anılarla ve 41 ili birbirine bağlayan genç bir takım olarak yaşadıkları ilere geri döndüler. Üniversite sınavı öncesinde bu geziye katılma konusunda kaygılı olan öğrenciler bile gezi sonunda şu yorumu yaptı: "Bu program bizim için çok farklı bir deneyim oldu. İlk başta bunu sınav öncesi vakit kaybı olarak düşünmüştük ama şimdi iyiki katılmışız diyoruz. sınav öncesi stres atma imkânı bulduk."

"İstanbul'dan da"



Özge Ongun
Antalya /
Adem
Tolunay

19 Mayıs benim doğum günüm. Benim için çok farklı bir kutlama oldu. Ben üniversiteyi de İstanbul'da okumak istiyorum. Sınavlar öncesinde buraya gelmek ve bu havayı hissetmek çok iyi oldu. Koç Holding'in yönetim birimlerini çok beğendim. Hayal ettiğimden çok farklı, çok sıcak. Kocaman binalar olacağını düşünüyordum ama tarihi binalarla karşılaştım. Boğaz manzarası da çok güzel. Migros'a çok teşekkür ediyorum. Bana hayatımın en güzel doğum gününü yaşattı.

Okuldaki başarımdan dolayı buraya geldim. Migros'a çok teşekkür ederim ve bu tür organizasyonların devam etmesini dilerim. Benim İstanbul'a ilk gelişim. Çok mutluyum. Bugüne kadar gördüğüm en güzel yerlerden biri. Üniversite için Ankara'yı düşünüyordum ama o kadar etkilendim ki fikrimi değiştirip İstanbul'u tercih edebilirim.



Beytullah Abakam
Denizli /
Denizli
Lisesi



Koç Holding'den de çok etkilendik"



**Eyüp
Özkan**
Kayseri /
Kayseri
Lisesi

Okul birincisi olarak İstanbul'a gideceğim söylendiği zaman çok mutlu oldum. Daha önce bir iki kez İstanbul'a geldim ama bu kadar güzel yerleri gezip görmemiştim. Sınav öncesinde bizim için çok iyi bir moral oldu, dinlenme fırsatı bulduk. "0 Km Eğitim" programı çok etkileyiciydi. Birbirini yeni tanıyan bizler, grup ve ekip çalışmasının ne olduğunu öğrendik. Migros'a bize bu imkânı tanıdığı için çok teşekkür ederim. Etkinliğin devam etmesini dilerim.

Gezi çok ani oldu. Önce derslere ara verip gelmek istemedim. Öğretmenlerim araya girip beni ikna ettiler. İyi ki de gelmişim. Umduğumdan çok daha güzel geçti. İstanbul'a küçükken bir kez gelmişim ama pek hatırlamıyorum. Koç Üniversitesi'ni çok beğeniyorum. Koç Holding'i de çok beğendim. Burada değişik illerden arkadaşlar edindim. Her şeyiyle mükemmel bir gezi oldu. Düzenleyenlere çok teşekkür ederim.



**Ahmet
Özdemir**
Uşak /
Anadolu
Öğretmen
Lisesi



Samet Soğanlı
Samsun / 19 Mayıs Lisesi

İstanbul'a geleceğimi öğrenince çok sevindim. Okul müdürümüz okul birincisi olarak İstanbul'a gideceğimi söyledi. Erzincan'daki Migros'a gidip yetkililerle görüştüm. Çok heyecan vericiydi. İstanbul'a ilk gelişim Migros ve Koç Holding sayesinde oldu. Üniversiteyi de İstanbul'da okumayı düşünüyorum. Geziden, İstanbul'dan ve Koç Holding'den çok etkilendim.

İstanbul'a gelmiş olmaktan çok memnunum. İstanbul'a ilk defa geliyorum. Çok büyük ve güzel bir kent. Olanaklar çok fazla. Koç Holding yönetim binaları çok güzel, olağanüstü. Burada bize yapılan sunumdan da çok etkilendim. Sunumu izleyene kadar Koç'un bu kadar büyük olduğunu, Türkiye'ye, dünyaya yayıldığını bilmiyordum.



Buket Ertanhan
Erzincan / Atatürk Lisesi

Koç Üniversitesi hocaları böbrek hastalarına

Umut Kapısı açtı

Koç Üniversitesi İktisat Fakültesi öğretim üyelerinden Doçent Dr. Tayfun Sönmez ve Yardımcı Doçent Dr. Utku Ünver'den tıp dünyasına büyük hizmet. Sönmez ve Ünver geliştirdikleri sistemle böbrek nakillerindeki eşleşme sorununu minimuma indirdiler

Böbrek naklinde yaşanan eşleşme sorununun çözümü konusunda yaptıkları çalışmayla dikkatleri üzerine çeken Doç. Dr. **Tayfun Sönmez** ve Yrd. Doç. Dr. **Utku Ünver**'in bu çalışması 17 Haziran 2004'te **Wall Street Journal**'da, "Capital" köşesinde yayınlanarak büyük yankı uyandırdı.

Evet, yanlış okumadınız Koç Üniversitesi'nin iktisatçı öğretim üyeleri, tıp alanında büyük ses getiren bir çalışmaya imza attılar. Bu çalışma şimdi Amerika'da New England Bölgesi'ndeki altı eyalette kabul görmüş durumda.

Koç Üniversitesi kadrolu öğretim üyelerinden Tayfun Sönmez halen çalışmala-

rına Amerika'da devam ederken, Utku Ünver çalışmayı Koç Üniversitesi'nden destekliyor ve sık sık Amerika'ya yaptığı seyahatlerle bizzat çalışmanın içinde bulunuyor. Ünver ve Sönmez bu çalışmalarını Harvard Üniversitesi'nden **Alvin Roth**'un katılımıyla üçlü olarak yürütüyorlar.

Sistem nasıl işliyor?

Bu sistemle yakınlarına böbrek vermek isteyip de kan veya doku uyumsuzluğu nedeniyle bunu gerçekleştiremeyen hasta ve hasta yakınları arasında bir takas ortamı oluşturuluyor. Organizasyonun amacı ise mümkün olduğunca çok hasta-

nın sistemden faydalanmasını sağlamak. Tayfun Sönmez, Utku Ünver ve Alvin Roth, New England Bölgesi'ndeki altı eyaletteki organ bankaları ile beraber hareket ederek, fikirlerini uygulamaya geçirmek için gerekli altyapıyı tamamlamış durumdalar. Şu anda hasta-hasta yakını veritabanı oluşturdıklarını söyleyen Tayfun Sönmez, önümüzdeki aylarda eşleşme sistemini istedikleri anlamda uygulamaya başlayacaklarını ifade ediyor.

İktisatçılardan tıbbi hizmet

Peki iktisat alanında akademik kariyer yapmayı planlayan öğretim üyeleri, böbrek nakillerinde yaşanan takas sorunu üze-

Utku Ünver kimdir?

u 1971 Ankara doğumlu.
u İlkokulu Ankara'da bir devlet okulunda, ortaokul ve liseyi Ankara Atatürk Anadolu Lisesi'nde okudu.
u Üniversite sınavında ilk 10'a girerek büyük bir başarı gösteren Ünver, Bilkent Elektrik-Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldu.
u Üniversiteyi bitirince mühendisliğin kendisine göre olmadığına karar vererek, Bilkent Üniversitesi'nde iktisat master'ı yaptı.

u Yurtdışından kazandığı bursla Pittsburgh Üniversitesi'nde doktora yaptı.
u Doktorasını tamamladıktan sonra 2000 yılında Koç Üniversitesi'nde görev yapmaya başladı.
u Utku Ünver, evli ve bir çocuk babası.



Yrd. Doç. Dr. Utku Ünver (solda) ve Doç. Dr. Tayfun Sönmez, yaptıkları çalışmayı daha fazla hastaya duyurmak için bir yazılım geliştiriyorlar.

Tayfun Sönmez kimdir?

u 1969 yılında Ankara'da doğdu.
u 1986 yılında Ankara Fen Lisesi'ni bitirdikten sonra, 1990 yılında Bilkent Elektrik-Elektronik Mühendisliği Bölümü'nde lisans derecesi, 1995 yılında Rochester Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nden doktora derecesi aldı.
u 1995-1999 arası Michigan Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nde Yardımcı Doçent Doktor, 1999-2005 arası Koç Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nde Doçent Doktor olarak görev yaptı.

u En önemli akademik başarısı 2003 yılında Econometric Society asli üyeliğine seçilmek oldu.
u Evli olan Sönmez, boş vakitlerinde seyahat etmekten, briç oynamaktan, kayaktan ve puzzle



rinde çalışmaya nasıl karar verdiler? Bu soruyu Sönmez ve Ünver'e soruyoruz.

Ünver'in bu soruya verdiği yanıt şöyle: "İktisat kıt kaynakların verimli dağıtılmasıyla ilgilenen bir alandır. Ben iktisatçı olarak bölünemez kıt kaynakların dağıtımını ve paranın içinde olmadığı piyasalarla ilgileniyorum. Çünkü iktisat ilk başta takasla başlamıştır. Böbrek bölünemeyen bir organ olduğu için ilgimi çekti."

Sönmez'den ise şu yanıtı alıyoruz: "Bu konu teknik olarak Utku Ünver ile daha önce üzerinde çalıştığımız öğrencilerin yurtlara yerleştirilmesi problemini andırıyordu. Harvard Üniversitesi'nden Alvin Roth da konuyla ilgiliydi. Üçümüz problemin üzerine gittik ve projeyi bu aşamaya getirdik. Çalışmamız hem iktisadi mekanizma tasarımı literatüründe büyük heyecan yarattı; hem de transplant camiasında büyük ilgi ve destek gördü. Utku Ünver ve ben bu çalışmayı Türkiye'de Koç Üniversitesi'nde yapmaktan da ayrıca gurur duyduk. Bir ekonomistin tıp dünyasına bu tarz bir katkısı son derece nadir olduğu için çok mutlu ve gururluyum."

Başarı yüzdesini artırıyorlar

Böbrek hastalarının tedavisinde iki yöntem kullanılır: diyaliz ve nakil. Diyaliz kalıcı çözüm sağlamadığı için tercih edilen yöntem organ naklidir. Ünver, organ naklinin iki kaynaktan sağlandığını ha-

Bilim adamlarımızın büyük yankı uyandıran çalışması şu anda Amerika'nın New England Bölgesi'ndeki hastanelerde uygulanıyor. Ancak onların hedefi çalışmayı kısa sürede Türkiye'ye de taşımak

tırlatarak, çalışmalarının detayları ile ilgili şu bilgilere yer veriyor: "Organ nakli, bağış yoluyla ve nakiller kadavradan ve gönüllülük esasına göre canlılardan yapılıyor. İnsanın tek böbrekle yaşaması ile iki böbrekle yaşaması arasında yaşam kalitesi bakımından bir fark olmadığı ispatlandığı için canlılardan yapılan bağış arttı. Bizim problemimiz de burada başlıyor. Bir insan bir yakınına böbreğini bağışlamak istiyor; fakat kan ve doku uyumsuzluğu nedeniyle bunu yapamıyor. İnsanların yüzde 50'si nakil sırasında başka bir insanla doku ve kan uyumsuzluğu çekebiliyor. Bu ortamda iktisatçı olarak aklımıza takas sistemini kurmak geldi. Burada kullanılamayan kaynaklar söz

konusuydu. Donör ve hastalar arasında çapraz takas yaparsak, iki hastanın da bundan yararlanabileceği fikrinden hareket ettik. Bu düşünülebilecek en basit takas. Bundan çok daha komplike takaslar olabilir. Bu üç çift de olabilir. Bu sayı giderek de artabilir. Biz bu tür takasların nasıl en verimli şekilde yapılacağı konusunda bir mekanizma bulduk. Yani piyasa tasarımı yapıyoruz. Sırf kan bağı olmayan hasta ve donörlere baktığımızda 100 hastadan 54'ü kendi donörlerinden böbrek alıyor, doktorların yaptığı takas çalışmalarla bu sayı 74'e çıkıyor. Bizim bulduğumuz sistemi kullanırsak bu sayı 90'a çıkıyor."

Koç Üniversitesi'nden büyük destek

Her iki öğretim üyesi de bu çalışmayı yaparken Koç Üniversitesi'nden büyük destek görmüş. Utku Ünver, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı Prof. Dr. **Halil Mete Soner**'in kendisine yurtdışına gitmesi için bir yıl izin verdiğini hatırlatarak, "Son bir buçuk yılda altı defa Amerika'ya gidip geldim" diyor.

Sönmez ise Koç Üniversitesi'nde son derece sağlıklı bir çalışma ortamı bulduğunun altını çiziyor. Özellikle kurucu rektör **Seha Tiniç** ve dekan Prof. Dr. Halil Mete Soner'in bu ortamı yaratmakta çok büyük katkılarının olduğunu söylüyor. 

Şesu'yla Anadolu Yakası'nda, İznik'te bir gün...

Oyuncu Bülent Polat (Şesu) ile, tarihi ve doğal güzellikleriyle hafta sonu tatilleri için ideal bir mekân olan İznik'teydik. Ortak görüşümüz ise şöyleydi: "İznik, bedenini ve ruhunu dinlendirmek isteyenler için ideal bir mekân"

Ford ile Yollarda bölümümüz için **Ford Fusion**'a binip direksiyonumuzu çinileriyle ünlü Bursa'nın şirin ilçesi İznik'e çevirdik. Bu ayki konduğumuz ise televizyonun sevilen dizisi Avrupa Yakası'nın çaycısı Şesu, yani gerçek adıyla Bülent Polat.

İstanbul'dan Yenikapı-Yalova veya Pendik-Yalova hattını kullanarak 38 dakikalık deniz yolculuğu ile Yalova'ya, oradan da 45 dakikalık keyifli bir yolculukla İznik'e ulaşmak mümkün.

Zeytin ve kiraz ağaçları arasında devam eden yol boyunca, gelincikler ve papatya öbeklerine bakarak gözlerimizi dinlendirmek imkânı bulduk. Fasulye çapalayan ve kiraz toplayan köylülere imrenerek vardık İznik'e. İznik tarihi ve doğal güzellikler el ele vererek karşıladı bizi. Caddede aceleci adımlarla yürümeyen insanlar, birkaç katlı evler, sandalyelerini dışarı çıkarmış kahvehanelerde oturan temiz yüzlü insanlar...

İznikliler bize sevgiyle ve yardımseverlikle yaklaştılar. yanımızda Şesu'nun bulunmasının bu ilgede büyük payı olduğunu biliyorduk. Ve İznik içindeki turumuza başladık.

İznik tarih kokuyor

İznik, dört imparatorluğa başkentlik yapmış nadir yerleşimlerden biri. Makedonya İmparatoru **İskender**'in generali **Antigonos** tarafından M.Ö. 316 yılında yenilenen kent **Antigoneia** adını almış. İskender'in ölümünden sonra Antigonos ile yaptığı savaşı kazanan **Lysimakhos** kente, **Antipatros**'un kızı olan eşi **Nikaia**'nın adını vermiş.

M.Ö. 293'te **Bithynia Krallığı**'na bağlanan kent, önemli mimari yapılarla süslenmiş. Bir süre Bithynia Krallığı'nın başkenti olan Nikaia daha sonra **Roma**'nın önemli bir yerleşimi olarak varlığını sürdürmüştü. Daha sonra ise **Osmanlı** dönemi başlamış. İznik'e varır varmaz ilçe merkezinde yaptığımız şehir turundan sonra, Bursa yönüne doğru ilerledik. Şehirden birkaç kilometre ötedeki balıkçı restoranında yediğimiz nefis yayın balıklarının ve restoranın bahçesindeki kiraz ağacından kopartılarak bize ikram edilen bal gibi kirazların tadı ise damağımızda kaldı. Ve turumuza kaldığımız yerden devam ettik. Çünkü İznik'te görülecek çok yer var. Yenişehirkapı ve 2. Murat Hamamı bizim en fazla vakit geçirdiğimiz mekânlar oldu. 2. Murat Hamamı'ndan çok uygun fiyata ve çok güzel çiniler aldık. Elbette İznik'e uğrayıp da zeytin almadan dönemezdik evlerimize.

Sinema perdesi hayatını değiştirdi

Gezimiz sırasında bolca konuşma imkânı bulduğumuz Bülent Polat'la sohbetimizin odak noktasını sanat ve seyahat oluşturdu. Polat'a kendisini meşhur eden Avrupa Yakası'nı ve öncesini sorduk. Gördük ki Polat'ın



bugüne gelişinin altında, tırnakla kazıyarak kazanılan bir başarı öyküsü yatıyor.

1979 yılında Tunceli'nin Hozat ilçesinde doğan Polat, beş çocuklu bir ailenin en küçüğü. Onun sihirli perdeyle tanışması ise ilkokula başlayacağı döneme rastlıyor. Tunceli'de bir sinemaya giden Polat gördükleri karşısında adeta büyüleniyor. Bülent Polat bu anı anlatırken o günlere geri dönüyor ve sahneyle tanışmasının öyküsünü şöyle anlatıyor: "Sinemada şimdi ismini hatırladığım bir film izlemiştim. Perdenin büyüklüğü, oradaki illüzyon beni çok şaşırttı, adeta donup kaldım. İlkokuldan sonra okumak için İstanbul'a geldim. Avukat olan abime oyuncu olmak istediğimi söyledim. Abim bunun için mutlaka eğitim almam gerektiğini söyledi ve bir gün beni tiyatroya götürdü. Tiyatrodan da çok etkilendim. İkinci defa gittiğimde tiyatronun kapısında bir arkadaşımı gördüm. Arkadaşım Bakırköy Belediyesi Tiyatrosu'na girebi-

ledi. Bunu duyduktan sonra iki ay boyunca adeta tiyatronun kapısında bekledim. Bu konuda çok istekli olmam yönetime güven verdi ve salon görevlisi olarak tiyatroya çalışmaya başladım. Altı ay sonra ise kendimi sahneye atmaya başardım. O zaman Sokak Çocukları Demeği tiyatro yapmaya karar vermişti. Renk olarak uygun olduğum için beni de o çocukların arasına kattılar. O rolde gösterdiğim performans üzerine tiyatroya kalmayı başardım. Bakırköy Belediye Tiyatroları, Sadri Alışık Tiyatrosu/Küçük Sahne'de oynadım. Benim yaptığım, ip üstünde cambazlık ve tuttu. Ben okumak yerine sanatçılığı seçtim. Böyle bir yerde çok büyük bir riskti ama ben çok çalıştım. Herkes beş çalışırken, ben on çalıştım."

İlk rolü adam kovalamak oldu

Bülent Polat'ın televizyonla tanışması ise 2000'li yıllarda Rumuz Göncagül adlı oyundaki rol arkadaşı **Emre Kınay** sayesinde olmuş. Bir gün Bülent Polat, Yılan Hikâyesi adlı televizyon dizisinde oynayan Emre Kınay'a "Bana da bir rol yok mu?" diye sormuş. O da "Dizide beni kovalayan iki kişi olacak, gel sen kovala" demiş. Dizinin yönetmeni de "olur" deyince Polat'ın televizyondaki ilk rolü belli olmuş: "Adam kovalamak." O gün yaşadıklarını Polat şu şekilde anlatıyor: "Ben her işe başlarken Allah ne veriyse yaparım. 'Koş' denince de öyle bir koşmuşum ki, dizinin yönetmeni **Nihat Durak** rolü uzattı. O gün kameranın bambaşka bir şey olduğunu fark ettim. İş çok hoşuma gitti. İşin içine teknik girdiği için bana çok enteresan geldi." Bülent Polat'ın amacı sinema filminde oynamak. Polat şu anda senaryo aşamasında olan iki sinema projesi üzerinde çalışıyor.

"Yollarda kendi kendimle kalıyorum"

Yolculuğumuz sırasında söz seyahatlere geliyor. Ve Polat'ın tam bir seyahat tutkunu olduğunu öğreniyoruz. Çünkü o hem işi gereği, hem de gezmeyi sevdiği için sık seyahat ediyor. "Neresi olursa olsun, beni yeni yerler hep heyecanlandırıyor" diyen Polat, seyahatlerle ilgili duygularını şöyle özetliyor: "Bavul toplama, oraya gidip yerleşmek, ordaki insanların yaşamlarını görmek hoşuma gidiyor. Çünkü her şehrin bambaşka bir dokusu var. İnsanların tavırları, adetleri farklı, bu da benim işime geliyor.

Dizi bitince yeniden gezip tozmaya, kafama yeni insanlar kaydetmeye başlayacağım. Gördüğüm yerler arasında en çok Artvin'den etkilendim. Orada Efkar Tepesi diye bir yer var. Bu tepede uçsuz bucaksız bir vadiden yukarı doğru çiçeklerin açışını gördüm. Bakir yerleri görmeyi seviyorum. Doğu deyince benim aklıma dağlar geliyor. Orası zaten geldiğim yer olduğu için çok iyi biliyorum. Bu nedenle çok şaşırmıyorum. Foça'ya bayılıyorum. Orada güneşin batışını izlemek beni çok mutlu ediyor. Gezmek beni rahatlatıyor ve kendimle kalıyorum. Bütün hikâye benim kendimle kalmamla başladı. Böyle zamanlarda Bülent'le sohbet ediyorum. Düşünüyorum; oynuyorum, sahneler ve film setleri kuruyorum. Türkiye'de gitmediğim yer kalmadı ama yurtdışında ilk defa, Mayıs ayında Bulgaristan'ın başkenti Sofya'ya gittim. Yurtdışında en fazla görmek istediğim yer ise Fransa, daha sonra Berlin'i görmek istiyorum." 

■ Feride Cem



Çalışanların birinci dereceden yakınları da KoçAilem'e katılacak

Fikir olarak geçmişi uzun yıllara dayanan KoçAilem Programı'nın 12 Nisan'da uygulamaya geçişi çalışanlar ve yönetim kadroları tarafından büyük ilgiyle karşılandı

KoçAilem Programı ilk aşamada, Türkiye'de ikamet eden ve Koç Topluluğu şirketlerinde kadrolu olarak çalışan 54 bin civarında Topluluk çalışanını kapsıyor. Program bilahare çalışanların birinci derece yakınlarını ve şirketlerden emekli olan kişileri de kapsayacak. Çalışanlara ulaştırılan KoçAilem Program tanıtım paketleriyle, Koç Holding CEO'su **Bülend Özaydınlı**'nın KoçAilem hakkındaki görüş ve dilekleri kişisel olarak iletilirken, "KoçAilem Program Tanıtım Kitapçığı"yla programın kapsamı, uygulama şekli ve Topluluk şirketlerinin çalışanlara sunduğu avantajlar anlatıldı. Aynı zamanda KoçAilem Programı'nın hayata geçmesinin heyecanını hep birlikte yaşayabilmek için düzenlenen ve çeşitli hediyelerin yer aldığı KoçAilem Çekilişi'ne katılabilmesi için herkese çekiliş şifresi ulaştırıldı.

KoçAilem Çekiliş sonuçları belli oldu!

Toplam 29.936 kişinin kısa mesaj göndererek katıldığı KoçAilem Çekilişi'nde kazananlar, Milli Piyango idaresinin izni ile 6 Mayıs 2005'te noter huzurunda düzenlenen çekiliş sonucunda 380 şanslı çalışan çeşitli hedi-



yelerin sahibi oldu. KoçAilem internet sitesinden bu talihlilerin duyurusu yapıldı. Ayrıca talihlilere resmi duyuru iadeli taahhütlü mektuplarla da yapıldı. Hediyeler ise dağıtılmaya hatta kullanılmaya başlandı.

KoçAilem dönemsel kampanyalarla hareketli günler geçiriyor...

KoçAilem Programı, dönemsel düzenlenen kampanyalarla hareketli günler geçiriyor. Anneler Günü için sunulan özel fırsatlar oldu: Arçelik ve Beko, küçük ev aletlerindeki standart indirimini Anneler Günü için yüzde 12'ye çıkardı. Koçtaş, annesine alışveriş yapanların eşyalarını standart yüzde 5 indiriminin yanı sıra Anneler Günü'ne özel olarak ücretsiz teslim etti. Divan'da annesi ile yemek yiyenler KoçAilem indiriminin yanı sıra UNICEF'in "UNİŞEF" programı kapsamındaki "Haydi kızlar okula!" kampanyasına da katkıda bulunmuş oldu. Amerikan Hastanesi anne olmak isteyenlere tüp bebek ile ilgili seminer düzenledi...

Dönemsel kampanyalar yeni kampanyaların katılımıyla devam ediyor... Mayıs ayı içinde Bilkom'un İpod serisi ve aksesuarlarında KoçAilem üyeleri için çok özel indirimler yapıldı. Koçtaş bahçe ürünlerinde yüzde 10 indirim yaptı. Divan Palmira'da ve Mares'te çok özel fiyatlarla tatil yapma imkânları Haziran içinde de devam edecek. Ford'un Haziran sonuna kadar sürececek olan araç satışındaki yüzde 15 indirimine ilgi çok yüksek oldu. Migros Yönetici Eğitim Merkezi'nin bu sene düzenleyeceği, "Yöneticiler İçin İngilizce Yaz Programı" 4 Temmuz-5 Ağustos 2005 tarihleri arasında gerçekleşecek. Bu programa katılmak isteyenlerin yerlerini ayırtmak için acele etmeleri gerekiyor. Avis 19-23 Mayıs arasında araç kiralayanlar için çok özel fiyatlar sundu. Mecidiyeköy DivanPub, Ağustos sonuna kadar KoçAilem üyelerine yüzde 20 indirimli hizmet sunacak.

Etkinlikler sürüyor

Ralli sevenler için özel davetiye... 1-5 Haziran tarihinde Antalya'da düzen-

Bunları biliyor musunuz?

► KoçAilem Programı ile ilgili gelişmeleri anında takip edebileceğiniz KoçAilem internet sitesinin adresi www.kocaim.com. Siteye girebilmek için KoçAilem üyesi olmanız, TC kimlik numaranızı bilmeniz ve ilk sefer için şifrenizi "kocaim" olarak yazmanız gerekiyor. (TC kimlik numaranızı bilmeseniz de sitedeki linkten ilgili bilgiyi sorgulayarak öğrenebiliyorsunuz.)



internet sitesinden duyurabiliyorsunuz. İkinci el ilanlarla ilgilenler, www.kocaim.com. da Kampanyalar Bölümü'nün altındaki ikinci el sayfasını mutlaka ziyaret edin.

► KoçAilem Programı ile ilgili sormak veya söylemek istediklerinizi KoçAilem Çağrı Merkezi'ndeki arkadaşlarımıza 444 7276 (444 PARO) numaralı telefonla ulaşarak iletebilirsiniz.

► Şirketinizden internet erişiminiz olmasa bile dünyanın herhangi bir noktasından internet sitemize ulaşabilirsiniz. Tabii TC kimlik numaranız ve şifreniz ile...

► İkinci el ev, arsa, araç vb. satılık eşyalarınızı KoçAilem üyelerine KoçAilem internet sitesinden duyurabiliyorsunuz. İkinci el ilanlarla ilgilenler, www.kocaim.com. da Kampanyalar Bölümü'nün altındaki ikinci el sayfasını mutlaka ziyaret edin.

lenen "Rally of Turkey 2005" in 4 Haziran'daki Seyirci Özel Etapı'nı izlemek isteyenlere Tanı Pazarlama ve İletişim A.Ş.'nin sponsorluğunda davetiyeler, www.kocaim.com portalinde duyurunun yapılmasından itibaren müracaat eden ilk 250 kişiye dağıtıldı.

16-17 Temmuz'da KoçAilem Uludağ Dağ Yürüyüşü için yerinizi ayırtmayı unutmayın. Tofaş'taki tecrübeli rehber arkadaşlarımızın liderliğinde organize edilen yürüyüşe katılanları çok keyifli ve özel tecrübeler bekliyor...

Sırada ne var?

KoçAilem Programı kapsamında çalışanlardan sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili öneriler alınıyor. Her biri ayı heyecan uyandıran proje fikirleri çeşitli açılardan değerlendiriliyor. Uygun katılım fırsatları yaratılarak Topluluk geneline duyurulacak şekli alanlar, önümüzdeki dönemlerde KoçAilem Programı'nda yerini alacak. Hem şirketler hem de çalışanların kampanyalara ilgisinin yüksek olması, hızla devam edileceğini gösteriyor. Sırada Babalar Günü var...

KoçAilem kartlarının ilk grubu Haziran ayı itibarıyla dağıtılmaya başlanacak. Kartı Haziran ayında ulaşmayan-

ların telaşlanmasına gerek yok. Çünkü kartlandırma Ekim ayına kadar sürecektir. Bu süre içinde şirket kimlik kartları ile "KoçAilem Tanıtım Kitapçığı"nda ve www.kocaim.com portalinde avantajlar bölümünde belirtilen şirketlerde KoçAilem avantajlarını kullanabiliyorsunuz.

Topluluk bünyesindeki emeklilerin KoçAilem Programı'na dahil edilebilmesi için çalışmalar sürüyor. Ekim ayından itibaren emeklilere yönelik çalışmalar hayata geçecek. Ekim 2005 içerisinde KoçYönder'e üye olan emekliler KoçAilem üyesi olmuş ve kartları kendilerine teslim edilmiş olacak. Bunun dışında geçmiş yıllar içerisinde şirketlerden emekli olmuş kişiler, emekli oldukları şirketlerine veya başlangıç aşamasında duyurulacak noktalara başvurarak KoçAilem üyesi olabilecekler. Başvuruların hangi tarihte başlayacağı, daha sonra duyurulacak.

Topluluk çalışanlarının birinci derece yakınlarının da KoçAilem Programı'na dahil edilmeleri düşünülüyor. Birinci derece yakınların programa dahil olabilmesi için, çalışanın, KoçAilem kartına ek kart talep etmesi gerekiyor. Ek kart uygulamasına başlanması konusundaki çalışmalar ise devam ediyor. 

Setur'dan yeni bir alternatif:

Amerika ve Kanada

Setur, müşterilerine Amerika ve Kanada turuyla dolu dolu bir tatil vaat ediyor. Bu turla Amerika'nın görkemini yanı sıra Kanada'yı da keşfetme imkânı bulacaksınız

Turizm şirketleri, müşterilerini cezbedecek yeni destinasyon arayışını sürdürüyorlar. Bu arayış sonunda müşterinin ilgisini çekecek ülkeler gezi programlarına dahil ediyor.

Setur da yeni destinasyon arayışı sonunda yaz programına Amerika'nın yanı sıra Kanada'yı da ekledi.

Bu turu tercih edenler 11 gün boyunca Türk halkı için bir rüya olmayı sürdüren Amerika ve Kanada'yı Setur farkıyla görme imkânına kavuşacak. İlk 11 Haziran'da başlayacak turun ikinci deparı 25 Temmuz'da yapılacak. Daha sonra da talebe göre programın bu devam etmesi planlanıyor.

Setur Satış ve Pazarlama Müdürü **Gökhan Dedeoğlu**, Türkiye'den Kanada'ya daha önce bu anlamda bir tur düzenlenmediğini ve bu alanda ilk olacaklarını söylüyor. 1988 yılından beri Amerika turu yapan Setur, 11 Eylül saldırısından sektördeki tüm şirketler gibi olumsuz etkilenmişti. Dedeoğlu, geçen yıldan bu yana Amerika pazarının yeniden hareketlendiğini ve kendile-

rinin de bundan cesaret alarak Kanada'yı programlarına kattıklarını söylüyor.

Dedeoğlu, bu turun kültür ve doğa turizmini sevenler için eşsiz bir fırsat olduğunu işaret ederek, "Kanada gerçekten güzel ve daha önce gezilmemiş bir bölge. Bu turun büyük ilgi göreceğini düşünüyorum" diyor.

Yüzde 8 indirim yapılacak

11 gece, 12 gün sürecek programda kişi başı ücret 1750 euro olarak belirlenmiş. Ancak bu tura katılmak isteyen Bizden Haberler okurlarına peşin ödemelerde yüzde 8 indirim kolaylığı sağlanıyor. Takstitli ödemelerde ise kredi kartlarına 6 taksit uygulanırken, Koçbank kredi kartına +2 taksit yapılıyor. Oda+kahvaltı olarak fi-



yatlandıran program boyunca diğer öğünler için rehber yardımı ve farklı alternatifler sunuluyor.

Şehir içindeki 4-5 yıldızlı otellerde konaklayan müşteriler şehre inmek için ekstra taksi parası ödemek zorunda kalmayacak.

İlk durak New York

Amerika ve Kanada turunun ilk durağı New York olacak. New York'ta üç gece

konaklayacak olan müşteriler program dahilinde şehrin önemli yerlerini ve müzelerini gezebilecekler. Özgürlük Anıtı, Manhattan bölgesi ve daha önce İkiz Kuleler'in bulunduğu alan mutlaka görülecek yerler arasında.

Dedeoğlu, bu gezide de Türk müşterilerin alışveriş isteğini göz önüne alarak, her türlü alışveriş imkânını sağlayacaklarını söylüyor. Ayrıca bu tura katılıp da Washington'u görmek isteyen müşterilerini gününbirlik Washington'a götüreceklerini söylüyor. Karayoluyla 3.5-4 saat süren bu yolculukta insanların ilgisini çeken Beyaz Saray, Parlamento ve Pentagon binaları geziliyor.

Gezinin dördüncü günü ise Montreal üzerinden Quebec City'ye geçiliyor. Quebec City, resmi olarak İngilizce ve Fransızca konuşan Kanada'nın Fransızca konuşan doğu kısmı oluyor.

Burada bir gün kalındıktan sonra Montreal'e geçiliyor. Burada daha önceden yapılan olimpiyatlarla ilgili önemli yerler ile çok eski zamanlara uzanmasa da tarihi yerleri ve binaları geziliyor.

Gökhan Dedeoğlu, burada gezilecek en güzel yerlerden birinin Montreal bölgesindeki Laurentian Dağları olduğunu söylüyor. Eski bir ulusal park olan dağlarda bütün tabiat şartlarının korunduğunu belirten Dedeoğlu, bu nedenle harika bir tabiat güzelliği bulunduğunu vurguluyor. Montreal'den Toronto'ya giderken de eski bir Kızılderili köyüne uğranıyor. Dedeoğlu, gelenekleri ve bütün eski şartları korunan bu köyün turistlerin ilgisini çektiğini söylüyor.



Stajyer olarak başladı, Satış ve Pazarlama Müdürü oldu

- 1973 İstanbul doğumlu olan Gökhan Dedeoğlu, ilkokul, ortaokul ve liseyi Şişli Terakki'de okudu.
- İÜ İşletme Fakültesi, Turizm İşletmesi bölümünden 1992 yılında mezun oldu. Üniversitede okurken Setur'un çeşitli departmanlarında stajyer olarak çalıştı.
- Mezun olduktan sonra Almanya'ya gitti ve bir turizm programına katılarak bir yıl eğitim aldı.
- Almanya dönüşünde Setur'da Dış Turlar Departmanı'nda operasyon elemanı olarak işe başladı.
- 1995 yılında Özel Gruplardan Sorumlu yönetici oldu. 1999'da Satış Müdürlüğü, 2001 yılından itibaren de Satış ve Pazarlama Müdürlüğü görevine getirildi.

Pasaportsuz sınır geçeceksiniz

Gezinin son durağı ise Toronto olacak. Burada görülecek en güzel yer ise Niagara Şelaleleri. Çünkü bu şelalelerin yarısı Kanada, yarısı Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunuyor. Burada bir çizginin bulunduğunu söyleyen Dedeoğlu, "İlk defa dünyada orada sınırı geçtiğiniz zaman kimse size pasaport sormuyor. Doğa harikası bir yer, görsel bir şölen sunduğu için herkesin ilgisini çekiyor" diyor. Burada 3-4 saat geçirildikten ve Toronto'da 3-4 saat şehir turu atıldıktan sonra İstanbul'a dönülüyor.

İki vize almak gerekiyor

Bu tura katılmak isteyenler için iki vize alma zorunluluğu bulunuyor. Bu vizelelerin biri Amerika, diğeri Kanada için alınıyor. ABD Konsoloslukları aracılığıyla kabul etmediği için, Amerika vizesi için başvuruların şahsen yapılması gerekiyor. Telefon açıp randevu alınıp gidildiği için uzun uzun kuyruklarda bekleme zorunluluğu da bulunmuyor. Kanada vizesini ise Setur alabiliyor. Konsoloslukları Ankara'da bulunan Kanada için vize bir hafta içinde çıkıyor. ✈



% 8 İNDİRİM KUPONU

**SETUR'UN AMERİKA-KANADA
TURUNA KATILMAK İSTEYEN BİZDEN
HABERLER OKURLARI BU KUPONLA
BAŞVURDUKLARINDA PEŞİN
ÖDEMELERDE % 8 İNDİRİM
KAZANACAKLAR.**



Önemli olan iletişim iklimi

Yıllardır bizi hayran bırakan teknolojilerle mekanize hale getirmeye çalışsak da, herhangi bir kurumun iletişim süreçlerinde en hayati nokta yine insanların birbirleriyle etkileşimidir

Bir şirkette iletişim iklimi, iletişimin tarzından iş yapış biçimlerine dek her konuyu doğrudan etkiliyor. İletişim tarzını belirleyenler de kurumsal liderler olduğu için, bu kişilerin genel “iletişim iklimine” nasıl katkıda bulunduklarını anlamaları hayati önem taşıyor.

1938 yılında New Jersey Bell Telephone Company'nin Yönetim Kurulu Başkanı Chester Barnard, “Functions of the Executive” (Yöneticinin İşlevleri) adlı kitabında, şu ünlü saptamayı yapmıştır: “Bir yöneticinin ilk görevi, bir iletişim sistemi kurmak ve bunu yürütmektir.” Bu sözler, çağdaş iletişim uzmanları ve kurumsal liderler için bir nevi bilgelik ihtiva etmeleri nedeniyle, mutlaka her stratejik iletişim planının başında göze çaracak şekilde ortaya konmalıdır.

Nasıl tanımlarsınız?

En basit şekliyle iletişim iklimi, kurum içindeki kişilerin birbirlerini nasıl etkilediklerini gözlemlediğinizde neler hissettiğiniz, duyduğunuz ya da anladığınızdır. Mesajlarla, bilgi veya medyayla ilgisi yoktur. Onun yerine, yöneticilerin yanlarında çalışanlarla nasıl konuştuğu ve ekip çalışması yapanların iş konularını nasıl tartıştıkları gibi iletişim davranışları üzerinde odaklaşır. Purdue Üniversitesi'nde yapılan ve 60'lı yıllara uzanan araştırmalar, 1990'de yayınlanan Dahnke ve Clatterbuck'un “Human Communication: Theory and Research” (İnsan İletişimi: Teori ve Araştırma) adlı kitabında şu şekilde anlatılıyor: “İyi bir süpervizör iletişime açık, dinlemesini bilen, anlatmak yerine soru soran, talep etmek yerine ikna eden ve astlarına bilgi aktarımı konusunda açık olan kişidir.”

70'li yıllarda ise ortaya iletişim açıklığı kavramı çıktı. Dahnke ve Clatterbuck, bu yeni kavramı şöyle anlatıyor: “Ast-üst iletişiminde açıklığın birbirine çok yakın olan iki



boyutu vardır: mesaj vermede açıklık ve mesajı almada açıklık.” İlerleyen yıllarda, iletişim iklimi kavramı, daha çok liderlerin iletişim davranışlarına bağlanmaya başladı. Bir kurumda açık bir iletişim ikliminin, kapalı iletişim davranışları sergileyen liderlerle oluşturulamayacağı anlaşıldı.

Farklı iklimler, farklı tarzlar

İletişim iklimi hakkında en çok ses getiren eser, Jack Gibb imzasını taşıyordu. Gibb, ABD Donanması'nda yaptığı araştırmaları temel alan yeni bir teori ileriye sürdü: “İletişimi anlamanın yollarından birisi de bunu bir ‘insan süreci’ değil ‘dil süreci’ olarak algılamaktır. Eğer bir kişi iletişimde esaslı bir değişiklik yapacaksa, önce kendi beşeri ilişkilerinde bazı değişikliklerden başlamalıdır. Bunun bir yolu, organizasyonlarda savunmayı azaltmaktır.”

Her şeyin başı insan

Eğer organizasyonel iletişim insani bir fenomense, şirketler neden zamanlarını ve iletişim için ayırmış oldukları kaynaklarını sadece bilgi üretimi ve yayınlanması için harcıyorlar?

20. yüzyılın başında radyonun popülerleş-

mesiyle, özellikle “kurumsal iletişim” adını verdiğimiz iletişim türü, iletişimi içeriğinden uzaklaştırmıştır.

2002 yılına gelindiğinde iletişim harikası İnternet, veya kurumsal iletişim açısından daha spesifik olmak gerekirse, İtranet kendini gösterdi. Ne var ki, her yeni teknoloji gelip gittikçe, cevabın makinelerde olmadığı giderek daha iyi anlaşılmaktadır. İletişimin insan boyutu onarılmadıkça, kurumsal iletişim verimliliğin doruk noktalarında, uzmanlarca çok uğraşmış olmasına rağmen, asla çalışmayacaktır.

İletişimde kullanılan makineler yalnızca birer araçtır ve bunlar gerektiğinde iletişim sürecine yardımcı olmaktadır.

Mücadele zamanı

Öne çıkarak tavsiyelerde bulunma görevini üstlenip üst düzey yöneticilere iletişimin işlevini ve özellikle de açık ve destekleyici iletişim iklimleri geliştirmeye duyulan ihtiyacı anlatmak kimin görevidir? İnsan iletişim sistemleri ve süreçlerinden sorumlu kişilerin bu görevi yapmak için en uygun seçim olduğu açıktır. Bazıları bunu İnsan Kaynakları Departmanı'nın, şirketin kurumsal, dahili ve personel iletişimi sorumlularının sorumluluğu olduğunu savunur. Bu arada bir şirkette yöneticilerin insan iletişim sistemleri ve süreçlerini yönetmelerine yardımcı olmaktan kim sorumludur?

Ben inanıyorum ki, bugün şirketlerin karşı karşıya kaldığı en büyük mücadele unsuru, bu soruya cevap verilmesi ve tüm teşkilatta insan iletişim süreçlerinin kalitesini yükseltmek için gereken kaynaklara yatırım yapılmasıdır. İletişim insani bir süreçtir. Yıllardır bizi hayran bırakan teknolojilerle mekanize hale getirmeye çalışsak da, herhangi bir kurumun iletişim süreçlerinde en hayati nokta yine insanların birbirleriyle etkileşimidir.

Ed Robertson

Bu yazı yazarının izni alınarak yayınlanmıştır.

CRM'de başarıya yedi köstek

ABD'de yapılan bir araştırmaya göre şirketler tarafından başlatılan CRM uygulamalarının yaklaşık yüzde 70'i başta öngörülen faydaları sağlamakta yetersiz kalabiliyor

2 003 yılında büyüklüğü 46 milyar doları aşan CRM pazarı günümüzde de büyümesini hız kesmeden sürdürüyor. Peki küçük-orta büyüklü şirketler neden halen CRM yatırımlarını sürdürüyorlar? Bu sorunun cevabı küreselleşen ve rekabetin her geçen gün arttığı günümüz ekonomisinde müşteri odaklılığın bir zorunluluk haline gelmesinde ve teknolojinin sunduğu olanaklar sayesinde CRM'in daha kolay hayata geçirilebilmesinde yatıyor.

Aslında CRM'i yeni uygulamaya başlayan şirketler, geçmişte diğer şirketlerin hatalı CRM uygulamalarından öğrenilenler dolayısıyla avantajlı durumdadır. Geçmiş, hatalı CRM uygulaması örnekleri ve bu örneklerin bize verdiği derslerle dolu:

➤ ABD'nin önde gelen insan kaynakları internet şirketlerinden Monster.com, 1998 yılında 300 kişilik satış ekibine potansiyel müşterilerin detaylı bilgilerini düzenli olarak ulaştırabilmek için bir CRM uygulaması başlattı. Nitekim iş gereksinimlerinin hatalı belirlenmesi ve yanlış sistem seçimi neticesinde Monster.com, aylarca uygulamadaki aksaklıkları gidermek için çalışmak zorunda kaldı ve ekstradan milyonlarca dolar harcadı.

➤ Büyük bir telekomünikasyon firması 1999 yılında 1000 kişilik satış ekibinin kullanacağı yaklaşık 10 milyon dolar değerinde bir CRM uygulamasına başladı. Nitekim ortada net bir CRM stratejisi olmaması ve satış gücünün teknolojiyi kullanmada isteksiz kalması dolayısıyla bir yıl sonra sadece 100 kadar satış temsilcisinin yeni CRM uygulamasını kullandığı ortaya çıktı.

➤ Çin'de 100 milyon dolar sermaye ile kurulan bir üretim şirketi, üzerinde 6 ay çalıştığı bir CRM projesinden organizas-

yondaki sorumlulukların net bir şekilde belirlenmemesi ve veri sistemleri arasında entegrasyonun sağlanamaması dolayısıyla sonuç alamadı.

Esasen dünyadaki başarısız CRM girişimleri detaylı olarak incelendiğinde yedi unsurun temel sebepler olarak ortaya çıktığı görülüyor. CRM uygulamalarını yeni hayata geçiren şirketlerin bu unsurları dikkate almaları başarı şanslarını önemli ölçüde artıracaktır:

1- Gerçekçi olmayan beklentiler: CRM, değerli müşterilerin kazanımı ve büyütülerek elde tutulmalarını otomatik



hale getiren bir sistem değildir. Gerçek CRM, müşteri odaklı bir yönetim anlayışı ve stratejisine dayanır; bilişim sistemleri sadece bu anlayışın hayata geçirilmesine yardımcı olurlar.

2- Yönetimin yetersiz desteği: CRM uygulamalarının beklenen katkısı sağlayabilmeleri için çoğu zaman tüm organizasyon ve süreç altyapılarında da değişim gerekmektedir. Bunun için üst yönetimin CRM yatırımlarına tam ve kesintisiz desteği şarttır.

3- Müşteri verisinde eksiklik: Müşteri odaklı uygulamaların doğru oluşturulup uygulanabilmeleri için temiz ve mümkün

olduğunca eksiksiz müşteri verisine ihtiyaç duyuluyor. Halbuki çoğu şirkette müşteri verisi yetersiz tutulmakta ve kanallar arasında paylaşılmıyor.

4- Müşteri odaklı vizyonun bulunmaması: CRM'in temelinde ürün ve servis odaklılıktan müşteri odaklılığa geçiş yatıyor. CRM'in başarılı olabilmesi için müşteri odaklılığın tüm organizasyonca paylaşılması gerekiyor.

5- Bir seferinde her şeyi gerçekleştirme eğilimi: Şirketler bir yol haritası çerçevesinde pilot çalışmalar yaparak CRM'i hayata geçirmek yerine, çoğu zaman kısa sürede birçok hedefi gerçekleştirmeyi tercih edebiliyorlar. Bu da bir seferinde yüksek meblağlı yatırımlar yapılmasına ve bu yatırımların negatif getirilerle sonuçlanmalarına neden olabilmektedir.

6- CRM'in müşteriler için değil organizasyon için yapılması eğilimi: CRM sonuçta müşterilerin ihtiyaçlarına cevap vermeli, müşterilerin hayatlarını kolaylaştırmalıdır. Bununla birlikte CRM süreçleri oluşturulurken çoğu zaman organizasyonun ihtiyaçları öne çıkabiliyor ve organizasyonun problemlerinin çözümüne çalışılabilir. Bu durumda müşteriye temel almayan CRM girişimleri başarısızlığa uğrayabiliyor.

7- Uygulayıcıların yeterince eğitilmemesi veya motive edilememesi: CRM yetkinlikleri ne derece geliştirilirse geliştirilsin, bu yetkinlikleri uygulayacak satış gücü, müşteri hizmetleri sorumlusu ve diğer tüm uygulayıcılar yeterince eğitim almaz veya motive edilemezler ise CRM girişimlerinden istenilen sonuçları almak zor oluyor. ☞

*Yazan: Gürol Kurt,
Senior Consultant, Peppers & Rogers Group*

Kaynak: www.cio.com/archive/050101/truth.html

Karnesi ağrıyan öğrenciler!

Ülkemizdeki futbol sezonu ile eğitim sezonu birbirine yakın tarihlerde sona erer hep. Önce futbol sezonu kapanır, ardından okul sezonu. Futbolcunun eline verilen ligin "puan durumu tablosu"dur, öğrencinin puan durumu tablosu ise karnesidir! İşte o yüzden bazı öğrencilerde "küme düşme" korkusu yaşanır hep. "Karne korkusu" denen bir korkuya sahip olur bazı öğrenciler. Karne alma anı, bir gerilim filmi sahnesini aratmaz gibidir kimisi için. Yıllar önce gittiğim bir ilköğretim okulunda şöyleşi yapıyordum. Okulun kapanmasına ve karnelerin verilmesine sadece bir gün vardı. Öğrencilerin çoğunun karni ağrıyordu. Onlara bakarak; "Arkadaşlar gördüğüm kadar sizin karnınız değil, karneniz ağrıyor" demiş, onları biraz olsun rahatlatmışım. Orçun'u, okulların kapanması yaklaştıkça tatlı bir yaz ve tatil heyecanı sarmıştı. Okulun bahçesinde en yakın arkadaşlarıyla bir araya gelen Orçun onlara tek tek sanılarak hepsiyle öpüştü. Bu duruma oldukça şaşırان ve bir anlam veremeyen çocuklardan Süzmecan dayanamayıp sordu: "Ne o Orçun yaaa, bize şimdi neden böyle sarılıp vedalaşır gibi öptün durup dururken..." Orçun, tek tek arkadaşlarının sırtına dokunup duygusal bir tonla cevap verdi: "Çocuklar, biliyorsunuz yakında karneler veriliyor, bakarsınız zayıflar nedeniyle hepimiz aniden bir yerlere dağılabiliriz. Özellikle ben karne öncesinde sizlerle son bir kez kucaklaşmak istedim işte, yani araya zayıflar girmeden, tamam mııı, hepsi bu işte yaaaaa!.." Okulda yıl sonunun giderek yaklaşması

karne ve zayıf korkusu yaratmaya başlamıştı. Ne de olsa her karne döneminde zayıfı bol bir çocuktuk bizim Vadeçan... Babasının karşısına her zamanki bilgiç pozuyla geçip ona sordu: "Babaaa, sen geçende bana; oğlum bu aralar çok fazla kilo almaya başladın, çok tombullaş-

reklam alıcam, o zaman hiçbir sorunun kalmayacak!.."

Okullara gidiyoruz, karneler alıyoruz, mezun oluyoruz... Sonrasında ise genellikle çuvalayıp duruyoruz. Ülkemizde ciddi bir "eğitim sorunu" var. Aldığımız eğitim hayatın içinde pek bir işe yaramı-

yor. Liseyi yeni bitirmiş öğrencisi, yaz tatilinde karşılaştığı öğretmene sormuş: "Hocam, kültürlü olmak için ne yapmak gerekir?.." Öğretmen, öğrencisinin omzuna elini koyup cevap vermiş: "Üç tane üniversite bitirmek gerekir Erkutçum..." Aradan yıllar geçmiş... Üç üniversite birden bitiren Erkut, bir gün yolda gene o öğretmeniyle karşılaşmış, ona heyecanla sormuş: "Hocam üç üniversiteyi de bitirdim, şimdi kültürlü oldum işte. Sayenizde oldu tüm bunlar, sağ olun, var olun..." Öğretmen başını olumsuzca iki yana sallayıp, cevap vermiş: "Ben sana hepsini sen bitireceksin dedim mi Erkutçum... O üniversitelerden birini deden, birini baban, birini de sen bitirecektin..."

Haziran ayının üçüncü pazarının

"Babalar Günü" olması bence sadece tesadüf değildir, bu işin arkasında mutlaka karnesi zayıf bir öğrenci vardır. Zira bu tarihten kısa bir süre önce zayıfı bol karne alan bir öğrenci, "Babalar Günü"nde babasına aldığı hediye sayesinde durumu biraz olsun kurtarabilir belki. Çocukların karne korkusuyla evden kaçmayacakları bir ülkeye olan özlemle, karne kızgını babalarımıza şunu anımsatarak sözümüzü bitirelim: "Çocuğunuzun karnesi zayıf diye ona bağırıp çağırmadan önce hayat karşısındaki karnenizi ve yaşadığınız kendi karne ağrılarınızı bir düşünün!.."



tın biraz dikkat et, demiştin di mi?" Babası, "Evet" anlamında başını sallayınca Vadeçan sözlerine devam etti: "Yani diyeceğim şu ki, ben de senin bu uyarına uyup zayıflamaya derslerden başladım!.."

Dedesi, karne aldığı halde kendisine bir türlü göstermeyen torununa takıldı: "Berkay evladım, karnen pek iyi değil ki, bize hâlâ göstermedin!.." Berkay, kendinden emin bir pozla cevap verdi: "Dedecim inan seneye karnem çok daha güzel olacak!.. Çünkü seneye karnelere reklam alınacakmış!.. Ben de tam notların yazılı olduğu bölüme çok büyük bir

SEKTÖREL
VİZYON

HAZİRAN 2005

SAYI 327



Ford Diyarbakır'a 3S, Batman'a 2S servisi açtı

Ford Otosan'ın ülke çapındaki 66. 3S (satış, servis, yedek parça) bayisi olan Diyarbakır Oto ve Batman'da hafif, orta ve ağır ticari araçlara servis ve yedek parça hizmeti verecek olan 2S servisi Oğuzcan Oto'nun açılışları 12 Mayıs tarihinde Diyarbakır ve Batman illerinde yapıldı.

Başta Batman Valisi **Haluk İmga**, yerel yöneticiler, basın ve halkın coşkulu katılımıyla renkli geçen Batman Oğuzcan Oto'nun açılışında bir konuşma yapan Ford Otosan Genel Müdürü **Turgay Durak**, Oğuzcan Oto'nun yeni tesisinde en son teknoloji ile donatılmış 4000 metrekarelik kapalı alanda konusunda uzman ve dinamik personeliyle müşterilerine hizmet vermek için sabırsızlandığını söyledi. Batman Valisi Haluk İmga da konuşmasında Batman'a yapılan bu önemli yatırım için Ford Otosan ve Oğuzcan Oto'ya teşekkür etti. Oğuzcan Oto adına konuşma yapan **Şirin Oğuz** da 1986'dan

beri gece gündüz demeden canla başla Ford marka araçlara hizmet verdiklerini ve yeni tesisleriyle bu hizmeti daha da ileriye taşıyacaklarını belirtti.

Diyarbakır Oto'nun açılışı da Batman açılışı gibi renkli ve heyecanlı geçti. Turgay Durak, Türkiye'de son üç yıl arka arkaya pazar lideri olan Ford Otosan'ın 2004'te toplam 206.600 araçla rekor üretim, toplam 140.500 araçla rekor ihracat yaparak 3 milyar euro ciro; 1.4 milyar euro ihracat geliri ve yüzde 15.5'lik rekor pazar payına ulaştığını söyledi. Durak, Diyarbakır Otomotiv'in satış, servis ve yedek parça hizmetleriyle bu yolda gayretle çaba sarf edeceğine inancının tam olduğunu belirtti. Diyarbakır Oto adına konuşma yapan **Mahmut Odabaşı** da Ford ailesine katılmaktan dolayı yaşadıkları heyecan ve memnuniyeti dile getirerek Diyarbakır ilinde Ford Otosan bayrağını daha da ileriye götürmek için çalışacaklarını belirtti.

Beldeyama'dan Jandarmaya Yamaha motosiklet

2004'ün Aralık ayı içerisinde yapılan ihaleyi kazanan Beldeyama Jandarma'ya 22 adet TDM 900 model motosiklet sattı. Yamaha TDM 900'ler önce Jandarma mavisine boyandı, daha sonra gerekli siren, yanar-döner lamba, çakar ışık



gibi teçhizatla donatılan motosikletler 15 Nisan 2005 tarihinde Ankara'da bulunan Jandarma Genel Komutanlığı'na teslim edildi.

Bu sene Beldeyama tarafından ithal edilen TDM 900'ler ABS'li frenlere sahip. Yamaha'nın TDM serisi motosiklet tarihinde efsane haline gelmiş bir model. İlk olarak 2002 senesinde üretilen TDM 900 Avrupa'da pazara yön veren motosiklet basını tarafından "enjeksiyon sistemi hatasız çalışan tek motosiklet" seçilmişti.

Üçüncü Beldeyama Yetkili Satıcılar Toplantısı yapıldı



Üçüncü Beldeyama yetkili satıcılar toplantısı 21-23 Nisan tarihleri arasında Antalya Lares Park Otel'de yapıldı. Setur tarafından organize edilen toplantıya toplam

186 yetkili satıcı katıldı. Birçok yetkili satıcının eşiyile geldiği toplantının serbest geçen ilk günü boyunca misafirler otelin sosyal imkânlarından yararlanarak seya-

hatin yorgunluğunu attılar. Aynı gün İstanbul'da yapılan Beldeyama Yönetim Kurulu Toplantısı'ndan çıkan Beldeyama A.Ş. ve Yamaha Motor Europe üst yönetimi

de toplantıya katıldı. 22 Nisan'da Beldeyama Yönetim Kurulu Başkanı **Selçuk Gezdir**'un konuşmasıyla açılan toplantı, sırasıyla Yamaha Motor Europe Başkan Yardımcısı **Mr. T. Ohsugi** ve Beldeyama Genel Müdürü **Hayri Erce**'nin konuşmalarıyla devam etti.

Konuşmalarda Beldeyama'nın son yıllarda gösterdiği büyümeye, toplam pazardaki lider konumunu sürdürmesine ve Avrupa'da en çok Yamaha satılan beşinci ülke konumuna gelişine değinildi. Özellikle Ohsugi'nin, Beldeyama'nın önümüzdeki senelerde Avrupa'da en çok Yamaha satılan ilk üç ülke arasına girmesinin beklendiğini söylemesi Beldeyama ailesini gururlandırdı.



Otokarlılar yaza dinamik başladı

Yaz aylarının gelmesiyle birlikte Otokar, kurum içi etkinliklerine hız verdi. Arifiye'de yapılan farklı faaliyetlerde Otokar çalışanları bir araya geldi. Otokar Geleneksel Tavla Turnusu'na ilgi her zamanki gibi büyük oldu. Bu yıl ilk olarak düzenlenen Otokar Koşusu'nda heyecan doruktaydı. 12 Mayıs'ta 2700 metre uzunluğundaki fabrika parkurunda yapılan koşuya 18 çalışan katıldı. Otokarlıların İnsan

Kaynakları'ndan beklentilerini öğrenmek amacıyla başlattığı "Otokar Sabah Kahvaltıları" da çalışanlar tarafından büyük ilgi gördü. Kahvaltı sırasında çalışanlar, İnsan Kaynakları Bölümü'nün çalışmaları ile ilgili öneri ve beklentilerini dile getirdiler. 2005'in bahar sürprizi ise, öğle tatilinde Otokarlıların daha rahat dinlenebilmesi için açılan "Havuzlu Bahçe"ydi.

Döktaşspor'dan bir Türkiye Şampiyonu

Zonguldak'ta yapılan Lise-lararası Türkiye Taekwando Şampiyonası'na katılan Döktaşspor Kulübü sporcusu **Fatma Çavuşoğlu**, 55 kiloda Türkiye Şampiyonu oldu. 890 sporcunun katıldığı müsabakalarda başarılı müsabakalar çıkaran Fatma Çavuşoğlu'nun Orhangazi Döktaşspor Kulübü Taekwando hocası **Bahadır Şaban**, öğrencisinin müsabakada çok iyi mücadele ettiğini ve kendisiyle gurur duyduğunu söyledi.

Lojistik dünyasında Ford Otosan...

Avrupa Komisyonu Enerji ve Transport Dairesi yetkililerinin de yer aldığı ve Türk otomotiv sanayii ve pazarındaki dikkat çeken gelişmelerin Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Dairesi Başkanı **Dinçer Kara** tarafından aktarıldığı toplantıda, otomotiv şirketlerinden Ford Otosan'ın gerçekleştirdiği sunumlar beğeni topladı. Prag'da düzenlenen Dünya Auto Lojistik ve SCM Konferansı'na konu ile ilgili tecrübelerini paylaşmak üzere Türk firması olarak Ford Otosan davet edildi. Ford Otosan Genel Müdür Yardımcısı **Cengiz Kabatepe** ve Ford Otosan'ın Lojistik Operasyonlardan Sorumlu Müdürü **Recai Işıktaş**'ın katıldıkları toplantıda, sunulan projelerle lojistik çalışmalarda ortaya çıkan önemli sorunlara çözüm alternatifleri getirildi.



Motosiklet Fuarı'nda Beldeyama'ya büyük ilgi

2005 Motosiklet Fuarı İstanbul'daki Lütü Kırda-Rumeli Fuar Merkezi'nde yapıldı.

Fuarda Beldeyama, zengin ürün çeşidiyle dikkatleri üzerine çekti. Açılış günü yapılan yeni model Yamaha motosikletlerin tanıtımında ünlü manken **Şenay Akay** da yer aldı.

Ayrıca, Beldeyama standında, Yamaha R1 ile 2004 Avrupa Superstock Şampiyonası üçüncüsü olan ünlü yarışçımız **Kenan Sofuoğlu** ziyaretçilere imzalı posterini dağıttı. Beldeyama standında Yamaha markalı motosikletler, mopedler, ATV'ler, jeneratörler ve deniz ürünleri, Mobylette markalı mopedler, Beldeyama markalı bisikletler ile Disney marka çocuk bisikletleri sergilendi.



Döktaş'ın resim ve kompozisyon yarışmaları sonuçlandı

Döktaş tarafından bu yıl 11'incisi düzenlenen, "Siz ve Çevre" konulu resim yarışmasına, Orhangazi İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı ilköğretim okullarından 36 eser katıldı. Seçici kurul tarafından değerlendirilen resimlerden dereceye giren öğrencilere, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nda Orhangazi Stadyumu'nda düzenlenen törenle ödülleri verildi. 4-5'inci sınıflar kategorisinde Orhangazi Koç İlköğretim Okulu'ndan **Furkan Burak**, 6-7-

8'inci sınıflar kategorisinde ise Orhangazi Kurtuluş İlköğretim Okulu'ndan **Melek Yanar** birinci oldular.



Döktaş'ın Orhangazi İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı lise ve dengi okullar arasında düzenlediği, "Avrupa Birliği sizin hayatınıza ne getirecek?" konulu kompozisyon yarışması da sonuçlandı. Öğretmen Eyüp Topçu Anadolu Lisesi'nden **Meltem Tuna** birinci, **Oya Yakar** ikinci olurken, Çok Programlı Lise'den **Havva Kara** üçüncü oldu. Dereceye girenlerin ödülleri, ilçe stadyumunda düzenlenen 19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı töreni sırasında verildi.



Aygaz Yapı Fuarı'nda

Aygaz, 4-8 Mayıs tarihlerinde Beylikdüzü Tüyap Fuar Merkezi'nde düzenlenen 2005 Uluslararası Yapı İstanbul Fuarı'na katıldı. 72 metre karelik standla fuarda yer alan Aygaz, dökme gaz ekipmanları ile yeni barbekü, dış mekân, palmiye ısıtıcılar ve masaüstü palmiye cihazlarını tanıttı.

Aygaz Petrol Fuarı'nda tüketicilerle buluştu

Aygaz, ayrıca bu yıl yedincisi düzen-

lenen Petrol Fuarı'na katılarak otogaz segmentinde kısa özel geliştirilen Euro LPG'yi tanıttı. 21-24 Nisan tarihlerinde Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenen "2005 Petrol Fuarı'na Aygaz, "Koç Enerji Grubu" çatısı altında Opet, Mogaz, Sunpet, Koç Statoil ve BOS şirketleri ile birlikte toplam 1356 metre karelik standla katıldı. Aygaz standında, çift yakıt sistemli yeni nesil Fiat Albea da sergilendi.

Pazarlama semineri

Aygaz ve Opet sponsorluğunda Koç Üniversitesi Marketing Club tarafından düzenlenen "Farklılaşmaya Giden Yol" semineri, ünlü Pazarlama Gurusu **Jack Trout**'un katılımı ile Koç Üniversitesi Rumeli Feneri Kampüsü'nde yapıldı. 6 Mayıs'ta yapılan seminer, üniversite öğrencileri, akademisyenler ve sektör temsilcilerini bir araya getirdi.

Aycan "Minifest"te

İstanbul Kültür Sanat Vakfı tarafından düzenlenen çocuk şenliği, "Minifest" 6-8 Mayıs tarihleri arasında Maslak Parkorman'da yapıldı.

10 bin kişinin ziyaret ettiği, her yaş grubundan çocuğa çeşitli sanat dallarıyla zenginleştirilmiş hareketli ve renkli bir ortamın sunulduğu "Minifest'e Aygaz, "Dikkatli Çocuk Tiyatrosu" ile renk kattı. Aygaz'ın kampanya kahramanı Aycan da, Aygaz standında çocuklarla monopoly oynadı ve çocuklarla birlikte fotoğraf çektiler hediye dağıttı.

BOS-üniversite işbirliği devam ediyor

BOS'un, "Üniversite-Sanayi İşbirliği Projesi" doğrultusunda uygulamaya aldığı üniversite seminerleri, Nisan ayında da devam etti. "Endüstriyel gazlar nedir, ne değildir?" konulu seminerde, İstanbul Teknik Üniversitesi Kimya Metalurji Mühendisliği Fakültesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi Makina Mühendislik Fakültesi öğrencilerine ve öğretim üyelerine, gazların sanayide kullanımı ve uygulamaları, kaynak/kesme gazları, BOS'un faaliyet alanı ve ürettiği ürünler hakkında bilgi verildi. BOS'un özellikle iş hayatına atılmak üzere olan mühendislik öğrencilerine verdiği bu seminerler, öğrencilerin sektörel bazda bilgilenmelerine yardımcı oluyor.

Aygaz, Antoninler Çeşmesi'nin restorasyonuna sponsor oldu

Sosyal sorumluluk bilinciyle kültür ve sanat faaliyetlerine destek veren Aygaz, Antalya'ya 110 kilometre uzaklıktaki Sagalassos Antik Kenti'nin en çok dikkat çeken yapısı olan Antoninler Çeşmesi'nin restore edilmesi için sponsor oldu.

Aygaz, bugüne kadar Belçika Katolik Üniversitesi ile yabancı kuruluşlar tarafından finanse edilen kazı ve restorasyon çalışmalarına destek veren Türkiye'deki ilk ve tek özel sektör kuruluşu olacak. Restorasyon çalışmalarının altı yıl sürmesi planlanıyor.





İzocam "Üniversitelerarası Yalıtım Yarışması"

İzocam'ın beşinci kez düzenlediği "Üniversitelerarası Yalıtım Yarışması"nı İnönü Üniversitesi kazandı. Makine ve inşaat mühendisliği ile mimarlık fakültesi öğrencilerine yalıtım sektörünü tanıtmak ve bu alanda uzmanlaşmalarını sağlamak amacıyla düzenlenen yarışmanın bu yılki konusu "Eğitim Yapılarında Yalıtım ve Yangın" olarak belirlendi. Finale kalan İnönü Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi,

Kocaeli Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi, Uludağ Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi'nin kıyasıya yarıştığı yarışmanın birincisi İnönü Üniversitesi oldu. Yıldız Teknik Üniversitesi'nin ikinci, Kocaeli Üniversitesi'nin ise üçüncü olduğu yarışmada, birinci olan ekibe ve sorumlu öğretim üyesine birer dizüstü bilgisayar, ikinci ve üçüncü olan ekiplere ise para ödülü verildi.

Arçelik ve Beko Hollywood'da

İlki 1995 yılında gösterime giren ve teknoloji odaklı konusıyla dikkat çeken "The Net" filminin ikincisi, İstanbul'da çekiliyor. Filmin başrol oyuncularına ise Arçelik ve Beko ürünleri eşlik ediyor.

Bir bilgisayar uzmanının yaşadığı maceraları anlatan "The Net" filminin ikincisi "The Net 2.0"da **Demet Akbağ** ile **Şebnem Dönmez** gibi başarılı Türk oyuncularla birlikte Türkiye'nin en tanınmış iki markası, Arçelik ve Beko da başrolde yer alıyor.

"The Net 2.0" oyuncularını, film boyunca Arçelik ve Beko markalı LCD televizyon, müzik seti multimedya ile pocket PC'ler, laptop ve telefonları kullanıyor.



DemirDöküm'den Altı Sigma'da tam başarı

DemirDöküm Altı Sigma Danışmanlık ile başladığı "Altı Sigma Karakuşak Eğitimi ve Proje Yönetimi" çalışmalarını sekiz proje ile tamamladı. DemirDöküm Genel Müdürü **B. Lütfü Kızıltan**, şirket üst yönetimi, yöneticiler ve karakuşak adaylarının katılımı ile proje sunumu yapıldı ve Karakuşak Berat Töreni gerçekleştirildi.

Beko 30 ilde "Yılın Annesi"ni seçti

Anneler Günü kapsamında "Yılın Annesi" seçimini geleneksel hale getiren Beko, bu yıl 30 ilde "Yılın Annesi"ni o ilde yaşayanların gösterdiği adaylar arasından seçti. Antalya'dan Bursa'ya, Tekirdağ'dan Konya'ya kadar Beko bayileri aracılığıyla seçilen "Yılın Anneleri"ne Beko, çamaşır ve bulaşık makinesi hediye etti...

"Yılın Annesi" için başvurular 30 ildeki Beko bayilerinden edinilen ve adaylar hakkında doldurulan bir anket formu aracılığıyla yapıldı. Beko bayilerinde toplanan anket formları, ildeki kadın dernekleri, vali, belediye başkanı, emniyet müdürü ve eşleri ile Beko bayilerinden oluşan "Yılın Annesi" Değerlendirme Kurulu tarafından değerlendirildikten sonra verilen bilgilerin doğruluğu araştırıldı. Formlar Beko yöneticileriyle ikinci kez değerlendirildikten sonra, her il için "Yılın Annesi" belirlendi.





DemirDöküm'den yeni ürünler

leri Aden Ultima Kombi ve Master Gold klimalarla "Yaza merhaba" dedi.

DemirDöküm Aden Ultima Kombi ile konfor

DemirDöküm, tasarım ve üretimini gerçekleştirdiği kompakt tasarımlı, konforlu ve tam emniyetli Aden Ultima Kombi ile tüketicilerin konfor ihtiyacını karşılamayı hedefliyor. Program saati ile yüzde 93 ekonomik verimli

çalışmasıyla dikkat çeken Aden Ultima Kombi, yüksek teknoloji ürünü komponentler, elektronik kart, pompa, üç yollu vana, atmosferik brülör, paslanmaz çelik eşanjör ile donatılarak maksimum konforu maksimum yakıt sarfiyatı ile birleştiriyor.

DemirDöküm Master Gold Klimalarla yaz konforu

Değişen iklim koşulları ve artan konfor talebi, klima



sistemlerinin daha yaygın kullanılmasına yol açıyor. DemirDöküm son teknoloji ile tasarlanan, ozon tabakasına zarar vermeyen çevre dostu R407C gazı ile çalışan Master Gold serisi split klimaları tüm dünya ile aynı anda Türkiye pazarına sunuyor.

VEHBİ KOÇ VAKFI

Geleceğin otomobil tasarımcısı

Rahmi M. Koç Müzesi'nde gerçekleştirilen "Hayalden Gerçeğe" isimli Türk Otomobil Sanayi'nin 50 yılı konulu sergide, çocuklar arasında düzenlenen "Kendi Tek Kapılı



Spor Otomobilini Tasarla" yarışmasının sonuçları, 01 Haziran'da yapılan törenle açıklandı. Çocukların hayalindeki otomobili çizmelerine yönelik olarak düzenlenen yarışmada, öncelikle 10 çizim belirlendi. Finale kalan 10 yarışmacı, Mimar Sinan Üniversitesi'nde özel bir atölye çalışması sonucunda tasarımlarına son şekli verdi. Rahmi M. Koç Müzesi'nde gerçekleşen sunum gecesinde ilk 10'a giren çocuklar, Mimar Sinan Üniversitesi Endüstri Tasarımı Bölümü öğrencileri ile kurdukları ekiple, atölye çalışmasında yaşadıklarını ve hayal-



lerindeki otomobili anlatarak birincilik için yarıştı. Davetlilerin birinci olan tasarımı belirlediği yarışmada ödülü "TARA 6" tasarımı ile Tara Gülerşen kazandı. Gülerşen birincilik belgesini, tasarımın kilden modelini yapacak olan Ford Otosan firmasının Genel Müdürü Turgay Durak'tan aldı.

Koç'ta yedi gün daimi yatılı hayatı!



2005-2006 öğretim yılında, VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi'nde yedi gün daimi yatılılık yeniden başlıyor. Okulun kurulduğu ilk yıllarda daimi yatılı programı olan Koç Özel Lisesi, yeni öğretim döneminde de VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi olarak, okul ruhunu güçlendirmek için yedi gün yatılı sistemine yeniden geçiyor. Anadolu'nun çeşitli yerlerindeki üstün başarılı öğrenciler

için mevcut burs olanaklarına ek, özel burs tahsisi de planlanıyor. Bu sayede hafta sonu İstanbul'da kalacak yeri olmayan öğrencilere çeşitli sosyal ve sportif aktivitelerle desteklenen, zengin imkânları olan, eğlenceli ve eğitici bir yurt ve sosyal yaşam imkânı sunulacak. Halen, VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi'nde 6'ncı sınıftan 12'nci sınıfa kadar, öğrenciler isterlerse beş gün yatılı olabilecekler.

Koç'ta sanat şöleni

Vehbi Koç Vakfı (VKV) Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi'nin her yıl geleneksel olarak düzenlediği "Ramfest" Kültür ve Sanat Festivali, İstanbul çapında 19 okul ve 370 öğrenciyi ağırladı.

VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi'nin 1997 yılından bu yana geleneksel olarak düzenlediği "Ramfest" Kültür ve Sanat Festivali, 5 Mayıs 2005'te Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi'nin Tuzla Kampüsü'nde gerçekleştirildi.

Tarihi Çengelhan, Divan Çengelhan Brasserie ile hayat buluyor...

Divan Grubu'nun Nisan ayında Ankara Rahmi M. Koç Müzesi içinde hizmete açtığı Divan Çengelhan Brasserie, tarih meraklıları için dün ile bugün arasında bir köprü olurken, Divan lezzet ve kalitesini de Ankaralıları ile buluşturuyor.

1522 yılında **Yavuz Sultan Selim** döneminde inşa edilen, Ankara'nın en eski ticaret merkezlerinden Çengelhan, Divan ve Rahmi M. Koç Müzesi ile tekrar hayat buluyor.

Müze ve Osmanlı mimarisinin tarihi dokusu arasında konumlandırılan Divan Çengelhan Brasserie, 80 kişilik bir kapasiteye sahip. **Vehbi Koç**'ün ilk ofisinin "fine dining restaurant" olarak kullanıldığı mekânın içinde yer alan antika otomobiller ile de geçmiş zamanlara hoş bir yolculuk yapılıyor.

Pazartesi hariç hafta içi her gün 12.00'dan 02.00'a kadar servise açık olan Çengelhan Brasserie'nin menüsünde Ankara tava,



halep işi, levrek buğulama, ballı dana kaburga file fırın, beğendili kebab gibi spesiyallerin yanında klasik ve orijinal reçetelerle hazırlanmış tatlıları da bulunabiliyor. Çengelhan Brasserie'de ayrıca cuma ve cumartesi geceleri 20.30-24.00 saatlerinde **Grup Mest** sahne alıyor. İçki servisi de bulunan Çengelhan Brasserie, özel davetler için de farklı bir alternatif oluşturuyor.

Ankaralı bürokratların özel davetlerinin gerçekleştiği mekânda, düğün organizasyonları da yapılıyor.

Açıldıktan kısa bir zaman sonra "Yemek sanatı" ustalarını bir araya getiren Chaîne des Rôtisseurs üyesi olan Çengelhan Brasserie ile Divan Grubu, Divan Lokantası'ndan sonra ikinci kez Chaîne des Rôtisseurs üyesi seçildi.

DIŞ TİCARET

İpekyolu Türk İhraç Ürünleri Fuarı



"Demirden Köprü İpekten Yol" sloganı ile tarihi İpek Yolu'nda sefere çıkan "İpekyolu Türk İhraç Ürünleri Fuarı" treninde Koç Grubu şirketleri de yerlerini aldı.

Trenle yapılan ilk fuar olma özelliği taşıyan "İpekyolu Türk İhraç Ürünleri Fuarı"nda Ram Dış Ticaret organizasyonu ile hazırlanan Koç Holding vagonunda, Arçelik, Aygaz, Beko, Türk DemirDöküm, Ford Otosan, Tofaş, Otolyol, Otokar, Beldeyama, Opet, Migros-Ramstore, Setur ve Ram şirketleri yer aldı.

Tahran durağında trenin açılışı, Devlet Bakanı **Kürşad Tüzmen**, İran Ticaret Bakanı **Mohammed Shariatmadari** ve Yol ve Ulaştırma Bakanı **Mohammed Rahmeti** tarafından yapıldı. İpekyolu Treni'nin İran'dan sonraki rotası Aşkabat-Türkmenistan, Duşanbe-Tacikistan, Taşkent-Özbekistan, Bişkek-Kırgızistan ve Almatı, Astana-Kazakistan olacak.



Çağrı Merkezi Akademisi ilk mezunlarını verdi



Koç Bryce, İvme Danışmanlık ve Global Bilgi işbirliği ile kurulan Çağrı Merkezi Akademisi, ilk mezunlarını verdi. Akademiden mezun olmaya hak kazanan 41 kişi, sertifikalarını Koç Bryce Genel Mü-

dürü **Diana Fındıkoğlu** ve İvme Danışmanlık Genel Müdürü **Taylan Kovanlıka-ya**'dan aldı.

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızla büyüyen çağrı merkezi pazarına nitelikli ele-

manlar yetiştirmek üzere kurulan Çağrı Merkezi Akademisi'nin ilk sınıfında yer alan 24 mezundan 20'si Global Bilgi Çağrı Merkezi'nde, dördü de HSBC Çağrı Merkezi'nde iş/kariyer sahibi oldu.

İkinci sınıfta yer alan 17 mezunun ise iş görüşmeleri sürüyor. Adaylarına daha fazla iş ve kariyer imkânı sağlanması amacıyla projeye destek verecek yeni şirketlerin katılımı amaçlanıyor.



Koç Bryce'tan, Turkcell iş ortaklarına BT eğitimi

Koç Bryce, "Turkcell Partner Program"ı kapsamında gerçekleşen işbirliği ile Turkcell'in 160 iş ortağına BT eğitimi verecek. Uzaktan ve sınıf eğitimi teknolojilerinde Türkiye'nin tek kurumsal şirketi olan Koç Bryce, Türkiye'nin lider GSM operatörü Turkcell'in birlikte çalıştığı iş ortaklarına, BT eğitimi verecek. Koç Bryce, Turkcell'in uzun dönemli ve güçlü birliktelik kurduğu iş ortaklarının gelişimine sürekli katkıda bulunmak amacıyla başlattığı; Bilgi Yönetimi, Eğitim, İş Geliştirme, İş ve Yönetim Desteği bölümlerinden oluşan "Turkcell Partner Programı" kapsamındaki "Eğitim" başlığına yönelik olarak Turkcell'in 160 iş ortağına bilgi teknolojileri eğitimi desteği sunacak.

Koç Bryce ve Turkcell arasında imzalanan işbirliği anlaşması ile ilgili olarak Koç Bryce Genel Müdürü **Diana M. Fındıkoğlu**, Koç Bryce'in, Turkcell iş ortaklarına Türkiye'de temsilcisi olduğu Microsoft, Oracle, Cisco, Sun Solaris, Java, Red Hat Linux ve Macro Media olmak üzere geniş ürün portföyünde yer alan konularda BT eğitim hizmetleri sağlayacağını belirtti.

iCan teknoloji araçları "üniversite" yollarında...

Bilgisayar teknolojisi kullanarak film, müzik ve tasarım alanında bireysel yaratıcılığı destekleyen ve bu yıl beşincisi düzenlenen iCan film, müzik ve tasarım yarışmasının Türkiye tanıtım turu tamamlandı. Son teknoloji ürünü film, müzik ve tasarım yapabilecek nitelikte bilgisayarlarla donatılmış iCan tanıtım tırı ve otobüsü, Türkiye çapında 11 ilde toplam 29 üniversiteyi ziyaret etti. Yaratıcılık ve teknolojiyi aynı platformda buluşturan iCan film, müzik ve tasarım yarışması 18 yaşından büyük, amatör veya profesyonel herkesin bilgisayar teknolojisi ile eser yaratabilecekleri, Türkiye'nin alanında tek yarışması olma özelliğini taşıyor. Üç kategoride finale kalan 10 eser ve dereceye girenler, 7-19 Haziran 2005 tarihleri arasında jüri tarafından belirlenecek. Finale kalan 10 eser 21 Haziran 2005 tarihinden itibaren adayların

isimleri ile birlikte **ican.bil-kom.com.tr** web sitesinde halk oylamasına sunulacak. Filmde **Meltem Cumbul, Çağan Irmak, Meral Okay, Ali Hakan, Sevin Okyay**, müzikte **İlhan Erşahin, Koray Candemir, U.F.U.K, Ozan Çolakoğlu, Gökhan Kırdar**, tasarımda ise Prof. Dr. **Nükhet Güz**, Prof. Dr. **Emin Doğan Aydın, Yılmaz Erdoğan, Esra Tarhan Civelek** ve **Haluk Sicimoğlu**, yarışmanın jüri üyeliklerini üstleniyor.

Halk oylamasında jürinin seçtiği birincileri bilenler arasında yapılacak çekilişle Apple'dan 15 adet "iPod shuffle" ve Bilge Adam'dan 15 adet "Digital Lifestyle" eğitimi hediye olarak dağıtılacak. Jüri tarafından ödülle değer görülen eserler ise 30 Haziran 2005 tarihinde gerçekleştirilecek iCan final partisinde yapılacak ödül töreni ile açıklanacak.