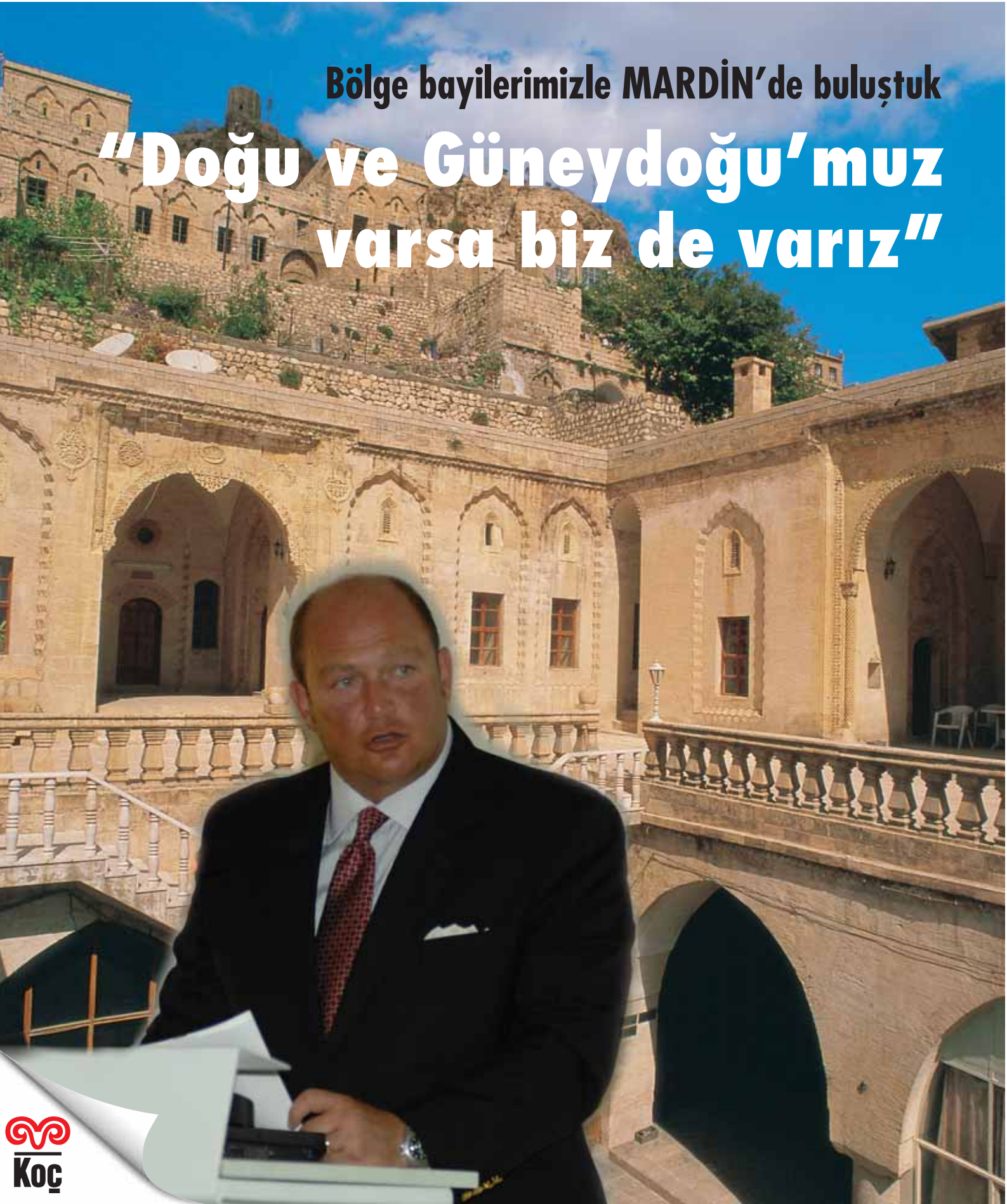


BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Mayıs 2008 - Sayı 358

Bölge bayilerimizle MARDİN'de buluştuk
"Doğu ve Güneydoğu'muz
varsa biz de varız"



Koç Ailem üyeleri Bodrum'un en güzel yeri Bargylia'ya davetli!

Koç Ailem üyelerine %5 indirimli.

*Eğer siz de Koç Ailem üyesiyseniz 163.000 YTL'den başlayan fiyatlar,
120 aya varan vadeler ve çok özel faiz oranlarından birini seçebilir,
Bodrum'un en güzel yeri, Bargylia'da bir ev sahibi olabilirsiniz.*



- Özel iskele ve beach club
- Golf antrenman sahası
- Çocuk oyun alanları
- Dev havuz ve çocuk havuzu
- Sauna
- Fitness salonu



- Beyaz eşyalı ve klimalı
- Tenis kortu
- Kameralı güvenlik sistemi
- Deprem güvenliği sağlanmış altyapı
- Su sorununa deniz suyu arıtma tesisi çözümü



- Bodrum Havalimanı'na ve Bodrum şehir merkezine 20 dakika mesafede
- Market ve kafeterya

Regnum 
bargylia

BODRUM
EVLERİ

 **Koç
ailem**

MAYIS | 2008

Küresel Vizyon

- 4 İMKB Başkanı Hüseyin Erkan
6 Koç Holding kârını üçe katladı
7 "Lider değişimden etkilenmez, değişimi yönlendirir"
8 Muhtar Kent: "Takım oyuncusu olduğunuzu asla unutmayın"
10 Sanayi Odası Başkanları siyaset-ekonomi ilişkisini değerlendirdi

Aydın Gündemi

- 12 Anadolu Buluşmaları: Mardin
16 Verginin yüzde 15'ini Koç Topluluğu ödüyor
18 İstanbul Vergi Dairesi Başkanı Şükrü Dilaver
20 Türk usulü ev yenileme

Birlikte Başarmak

- 22 Mardin Ford Otosan ve Opet Bayii Maşuk Nas

Marka Vizyon

- 24 Debriyajı solu mu istersiniz, çamurluk solu mu?
26 Türkiye Arçelik'e güveniyor

Kültürel Vizyon

- 30 Nostalji treni hareket etti

İçimizden Biri

- 32 "Senin için iş, benim için hayat"

İletişim

- 34 Gizemli ve eğlenceli bir yolculuğa hazır mısınız?
36 "Sadece misyon sahibi kurumlar yaşayacak"

Spor Vizyon

- 38 Türkiye Millî Olimpiyat Komitesi Başkanı
Togay Bayatlı

Hayata Dair

- 40 Tedaviye kültürel katkı

BİZDEN HABERLER
KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Güneydoğu'ya özel önem veriyoruz



Adanadolu Buluşmaları'mızın 13.'sünü gerçekleştirdiğimiz Mardin'de 500'ü aşkın bayimizle bir araya geldik. Güneydoğu Anadolu, bölgelerarası kalkınmışlık farklarının açıkça görüldüğü bir bölgedir. Çokça dile getirilmesine karşın Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerimiz hâlâ yatırım ve üretim fakiri...

Oysa biliyoruz ki, aşın ve işin olmadığı yerde kalkınmadan, istikrardan ve toplumsal ilerlemeden söz etmek mümkün değil... Mardin buluşmamızda da vurguladığımız gibi, Koç Topluluğu olarak bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlayacak, iş ve aş olanağı yaratacak yatırımlara özel bir önem atfediyoruz.

Ayrıca bölgede yaptığımız okullarla daha fazla çocuğumuzun eğitim olanağına kavuşmasına, gençlerin meslek sahibi olmasına destek olmaya çalışıyoruz. Bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılması için tüm kesimlere önemli sorumluluklar düştüğünü ve özel sektörün sosyal ve ekonomik kalkınmanın en önemli aktörlerinden biri olduğunu düşünüyorum.

Koç Topluluğu olarak, Türkiye'nin toplam vergi gelirlerinin yüzde 15'ini ödüyoruz. ÖTV'deki payımız ise yüzde 44'ün üzerinde. Kurumlar Vergisi'nde yüzde 6,7, KDV'de yüzde 4,4 oranında pay sahibiyiz. Kazancın vergilendirilmesi, devletin varlığını sürdürmesinin ve toplum yaşamının olmazsa olmaz gereklerinden biridir. Unutmayalım ki, vergiden kaçınmak, borçlanma yoluyla gelecek kuşağın kazancına ipotek koymaktır.

Koç Holding 2007 yılını rekor kârla kapattı. Bir önceki yıla göre yüzde 309 artış gösteren kâr rakamı 2,3 milyar YTL'ye ulaştı. Koç Holding CEO'su Dr. Bülent Bulurlu'nun da ifade ettiği gibi, zorlukların yaşandığı 2007 yılında başarılı bir performans ortaya koyan Koç Holding, bu yıl da bir dünya şirketi vizyonu ile yüksek getirili yatırımlara ve hissedar değeri yaratmaya daha fazla odaklanacak.

Bu sayımızda Sayın Muhtar Kent ile yapılmış bir röportaja yer veriyoruz. Temmuz ayından itibaren dünyanın marka değeri en yüksek şirketi Coca-Cola'nın CEO koltuğuna oturacak olan Kent, profesyonel bir yönetici olarak, bulunduğu pozisyona, iş ve yönetim anlayışına ilişkin sorularımızı yanıtladı. Başarının bir takım oyunu olduğuna vurgu yapan Muhtar Kent, "Başarıyı paylaşmayı, gülümsemeyi unutmayın" diyor.

Ve Arçelik'in başarısına dikkat çeken bir haber... Araştırma şirketi ACNielsen'in markalarla ilgili sorulmasında, Arçelik bu yıl da "ilk akla gelen marka" olma başarısını elde etti. 10 yıldan fazla süredir bu unvanı taşıyan Arçelik'i, bu yıl ikinci sırada "Koç" markası izledi, Beko ise araştırmada üçüncü sırada yer aldı.

Ali Y. Koç
Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı

KOÇ HOLDİNG A.Ş. AYLIK YAYIN ORGANI

Yönetim Yeri: Bizden Haberler, Nakkaştepe, Azizbey Sok. No: 1 81207 Kuzguncuk-İstanbul
Tel: (0 216) 531 03 86, Faks: (0 216) 343 15 37 İnternet: <http://www.koc.com.tr>
e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr Yayın Türü: Yerel, Süreli Mayıs 2008 Sayı: 358

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına Dr. Bülent Bulurlu
Genel Yayın Yönetmeni: Ali Y. Koç
Yayın Direktörü: Oya Ünlü Kızıl
Sorumlu Yönetmen: Şeniz Akan
Editör: Belgin Demirel
Sanat Yönetmeni: Nihal Atatepe
Yayın Kurulu: Ülkü S. Osmanoglu, Arın Saydam, Talip Aktaş

Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve Tasarım Hizmetleri A.Ş.
Tel: (0 212) 337 51 99
Faks: (0212) 288 62 36
Renk Ayrımı ve Baskı:
Uniprint Basım Sanayii ve Ticaret A.Ş.
Tel: (0212) 798 28 40
Faks : (0212) 798 20 29

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

İMKB Başkanı Hüseyin Erkan:

“En büyük ilk 500 şirketi borsada görmek istiyorum”

I

MKB Başkanı Hüseyin Erkan, ABD merkezli mortgage krizi, dünyaya etkileri, Türkiye’deki halka açık şirket sayısının artırılarak sermaye piyasasının derinleşmesi için yapılması gerekenlerle ilgili sorularımızı cevaplandırdı.

Dünyada özellikle son beş yılda etkili olan likidite bolluğu dönemi sona mı erdi? Mali piyasalarda “bahar havası”nın sona erdiği yorumlarına katılıyormusunuz?

ABD’de yaşanan global kriz neticesinde bu durum tersine dönmüş gözükmemektedir. Bunun başlıca nedenleri arasında, öncelikli olarak finansal kuruluşlar arasında yaşanan güven bunalımı ve hangi kuruluşun hangi menkul kıymete ne kadar yatırım yaptığı’nın belli olmaması yatmaktadır. Dünyanın büyük merkez bankaları sisteme sürekli likidite enjekte etmekle birlikte, bugüne kadar açıklanan sub-prime mortgage zararlarının toplamı 232 milyar ABD Doları’nı (1.4.2008, Bloomberg) bulmuş olup, uluslararası piyasaları sarsan global kriz kaynaklı likidite sıkışıklığının bir süre daha devam etmesi beklenebilir.

Son 10 yılda dünyada toplam üretim yüzde 30’lar düzeyinde artarken, hisse senetlerinde birkaç misliyle artışlar yaşandı. Bu açıdan bakıldığında, piyasalarda yaşanan düşüş eksenli genel dalgalanmalar küresel çapta bir düzeltme hareketi olarak yorumlanabilir mi? Başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, dünya borsalarında işlem gören şirketlerin değerlerinde mortgage krizi ön-

İMKB Başkanı Hüseyin Erkan’a göre İMKB’nin benzer ülke borsalarına kıyasla en önemli avantajları, Türkiye’de, yurtdışında krizin çıkmasına neden olan yapılandırılmış finansal ve karmaşık türev ürünlerin bulunmaması ve bankacılık sektörünün 2001 krizi sonrasında getirilen düzenlemelerle oldukça sağlıklı bir yapıya sahip bulunması

cesinde bir şişkinlik olduğu tespiti doğru olmakla birlikte, son dönemde piyasalarda yaşanan düşüşleri sadece bir düzeltme hareketi olarak değerlendirmek doğru bir yorum olmayabilir. Esas itibarıyla kriz, finansal piyasalarda trend değişikliğine neden olmuştur. Nitekim bu durum, G-7 ülkeleri ve IMF tarafından da dile getirilmiştir. Bu nedenle, bu düşüşü sadece bir düzeltme hareketi olarak görmek yerine, risk odaklı bir bakış açısı ile değerlendirmek ve yapısal yönden işaret ettiği eksikliklere yoğunlaşmak daha doğru olur diye düşünüyorum.

Krizin etkilerinin boyutunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu çerçevede, makro düzeyde özellikle ABD’nin devreye soktuğu önlemlerin gidişatı ne ölçüde etkileyeceğini öngörüyorsunuz?

Aslında krizin yarattığı en önemli sonuç, dünyanın en büyük ekonomisi olan ABD ekonomisinin resesyona girme riskini ortaya çıkarmış olmasıdır. Bu süreçte FED, krizin ekonomik büyümeyi etkilememesi için yüzde 5,25 olan faiz oranını yüzde 2,25’e kadar düşürmüştü, geçici fonlama ihaleleri ile piyasaya likidite vermiş ve en son olarak da finansal kuruluşların elin-

deki mortgage bonolarına karşılık daha likit olan ABD Hazine Bonosu vereceğini açıklamıştır. Diğer taraftan FED, 1930’dan bu yana ilk defa bankalar dışındaki finansal kuruluşlara da bankalara kullandığı orandan kredi kullandırmaya başlamıştır. FED’in aldığı bu önlemler piyasaları önemli ölçüde rahatlatmış olup, krizin ateşini az da olsa düşürmeyi başarmıştır. Bu önlemlerin etkilerinin orta vadede daha da olumlu sonuçlar ortaya çıkarması beklenmektedir.

Finans sektörüyle ilgili endişeler, enerji fiyatlarında artış ve hedge fonlardan gelen olumsuz açıklamalar dünya borsaları ile birlikte İstanbul Borsası’nı etkiledi. Bu etkinin kısa, orta ve uzun vadeli olası sonuçlarına dair neler söyleyebilirsiniz?

Global kriz nedeniyle sadece hedge fonlar değil, tüm uluslararası kuruluşlar olumsuz etkilenmiştir. Finansal sektördeki kriz ve ABD ile AB’de enflasyonun artması, yatırımcıların emtia ve enerji piyasalarına yönelmesine neden olmuştur. Türkiye ekonomisinin de dünya ile entegre durumda olması uluslararası ekonomik konjonktürden İMKB’nin de etki-

Hüseyin Erkan kimdir?

Hüseyin Erkan, 1958 yılında Konya'da doğdu. New York Üniversitesi İktisat ve Uluslararası İşletme bölümünden 1981'de mezun oldu. Aynı üniversitedeki yüksek lisansını 1984 yılında tamamladı. Özel sektörde çeşitli firmalarda çalıştı. 1994-1996 yılları arasında İMKB Dış İlişkiler Araştırma ve Uluslararası Pazar Birimleri Müdürü olarak görev yaptı. 1996-2006 yılları arasında Takasbank Yönetim Kurulu üyeliği ve İMKB Başkan Yardımcılığı görevlerini sürdürdü. Halen İMKB Başkanlığını yürüten ve evli olan Erkan İngilizce biliyor.



İMKB'nin önümüzdeki beş yıl içindeki en önemli hedefi, Türkiye'nin en büyük ilk 500 şirketini borsamızda görmektir. Bu amaçla, öncelikle bu şirketlerin eğilimini tespit etmek için bir anket çalışması yapılmış olup, sonuçlar doğrultusunda şirketlerle doğrudan görüşmeler yapılması hususunda çalışmalara başlanmıştır. Ayrıca, İMKB, SPK, TOBB ve TSPAKB arasında ortak bir protokol imzalanarak halka arzların artırılmasına yönelik olarak çalışmalar yapmak üzere bir çalışma grubu oluşturulması planlanmaktadır.

lenmesini kaçınılmaz kılmaktadır. Nitekim, global krizi takip eden süreçte, özellikle 2008 başında İMKB endeksinde de sert düşüşler yaşanmış, ancak Türk finans sisteminin güçlü bir yapıda olması ve daha az sofistike bir ürün yelpazesine sahip bulunması nedeniyle krizin etkileri daha kolay yönetilebilir olmuştur. Ayrıca, 2002'den beri sürekli artan (dolar bazında 7,6 kat) İMKB endeksindeki son düşüşleri bir kâr realizasyonu çerçevesinde de değerlendirmek gerekir.

Türkiye sermaye piyasalarının küresel çaptaki olumsuzlardan daha az etkilenmesine yönelik ne tür önlemler alınabilir?

Türk sermaye piyasası gelişmelerden etkilenmiş olmakla birlikte, yabancı yatırımcıların son yıllarda artış göstermiş olan payı global krize rağmen fazla değişmemiş, ülkemizden önemli bir sermaye çıkışı olmamıştır. Bu gelişmede Türkiye'nin halen dünyanın en yüksek reel faizini veren ülke olmasının da payı vardır. TCMB de bu gerçeğin farkında olarak faiz indiriminde oldukça tedbirli davranmaktadır. Diğer taraftan, Türkiye'de özel sektör şirketleri yurtdışından kullandıkları krediler nede-

niyle önemli boyutta açık pozisyon taşımaktadırlar. Bu açık pozisyonlara karşı şirketlerin döviz kazandırıcı faaliyetlerinin bulunması, açık pozisyonlarının negatif etkisini sınırlı tutmakla birlikte, önümüzdeki dönemde şirketlerin kur riski yönetiminde daha etkin teknikler kullanmaları ve alternatif finansman kaynaklarına yönelmeleri gerekecektir.

Göreve geldiğinizden bu yana Türkiye'deki halka açık şirket sayısının artırılarak, sermaye piyasasının derinleşmesini amaç edindiğinizi çeşitli ortamlarda dile getirdiniz. Bu konuda yaptığınız çalışmalar ve planlarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Koç Topluluğu şirketlerinin halka açılmada oynadığı öncü role ve yıllar içinde sermaye piyasalarının derinleşmesine yaptığı katkılarına ilişkin neler söylemek istersiniz?

Koç Topluluğu, 1970'li yıllarda sermaye piyasası henüz Türkiye'de oluşmadan hisse senetlerini halka arz etmiş ve bu alanda öncülük yapmıştır. Diğer taraftan, 1986 yılında İMKB'nin kurulmasıyla birlikte Koç Topluluğu şirketlerinin borsaya olan ilgisi daha da artmış ve pek çok şirketi halka açılmıştır. Bu açıdan ben, İMKB piyasalarının derinleşmesine ve işlem hacminin artmasına önemli katkılar sağladığına inandığım Koç Topluluğu'na bu vesile ile teşekkür etmek isterim. 

İMKB'nin benzer ülke borsalarına göre avantajları ve dezavantajları

"En önemli avantajlarımız: a) Türkiye'de, yurtdışında krizin çıkmasına neden olan yapılandırılmış finansal ve karmaşık türev ürünlerin bulunmaması, b) Türk bankacılık sektörünün 2001 krizi sonrasında getirilen düzenlemelerle oldukça sağlıklı bir yapıya sahip bulunmasıdır. **Dezavantajlarımız:** a) Global likiditedeki daralma Türkiye'nin cari açığının finansmanını zorlaştırabilir, b) Özel sektör şirketlerinin yurtdışından borçlanma imkânı daralabilir. Bu nedenle, şirketlerin halka arz, özel sermaye şirketleri ile işbirliği gibi yeni finansman yöntemlerini kullanabilme imkânını araştırması gerekmektedir, c) ABD ekonomisinin resesyona girmesi Türkiye ekonomisinin büyüme hızını da olumsuz yönde etkileyebilir. Nitekim 2007 yılı büyüme oranı yüzde 4,5 olarak beklentilerin bir miktar altında gerçekleşmiştir."

Koç Holding kârını üçe katladı

Koç Holding'in, 2007 yıl sonu sonuçlarına göre toplam ciro su 51.4 milyar YTL'ye yükselirken, net faaliyet gelirleri yüzde 20 artışla

3.575 milyon YTL'ye, net kâr ise yüzde 309 artışla 2.295 milyon YTL'ye yükseldi. Koç Holding CEO'su Dr. Bülent Bulgurlu bu yükseliği değerlendirirken, önce 2007 yılının gerek dünya piyasaları gerekse Türkiye için zorlu bir yıl olduğunu hatırlattı. Ancak Topluluk olarak çetin bir yılı başarıyla geride bıraktıklarını ve odaklandıkları sektörlerde liderlikleri, kârlılıkları ve büyümelerinin sürdüğünü açıkladı. Bulgurlu, önümüzdeki yıllarda enerji, otomotiv, dayanıklı tüketim ve finans sektörlerinde daha da güçlenerek gerek organik olarak gerekse satın almalarla büyümeye devam edeceklerini ve dünyanın önde gelen şirketleri arasında yer alma hedefiyle yüksek getirili yatırımlara ve hissedar değeri yaratmaya odaklanacaklarını vurguladı.

Dr. Bülent Bulgurlu sözlerini şöyle sürdürdü: "Bugün Koç Holding olarak Türkiye'deki liderliğimizin yanı sıra dünya liginde de pek çok sıralamada Türkiye'yi temsil etmenin gurur ve mutluluğunu yaşıyoruz. Fortune 500 sıralamasına giren ilk Türk şirketi ve 2006 sonuçlarımıza göre dünyanın en büyük 200 şirketi arasına girmeyi başardık. Avrupa'nın ise en büyük 49. şirketi. Geçtiğimiz yıl Boston Consulting Group tarafından yayınlanan 'Batıya En Çok Meydan Okuyan 100 Şirket' listesinde yer almanın yanı sıra Çin Çokuluslu İşletmeler Uluslararası Enstitüsü (China International Institute

**Koç Holding CEO'su
Dr. Bülent Bulgurlu:
"Amacımız gerek
iş yapış anlayışımız
gerekse finansal
büyüklüklerimizle dünya
liginde tüm Türk
halkının onur duyacağı
örnek bir şirket olmak"**



of Multinational Corporations/CIIMC) tarafından da 'Çin'de en fazla rekabet gücüne sahip uluslararası şirketler' arasında anıldık. Tüm bunlar Koç Topluluğu ve ülkemiz adına gurur verici neticeler. Finansal başarılarımızı sosyal sorumluluk çalışmalarımızla destekleyerek, Topluluğumuz için yarattığımız katma değeri azami seviyelere taşımaya çalışıyoruz. Amacımız gerek iş yapış anlayışımız gerekse finansal büyüklüklerimizle dünya liginde tüm Türk halkının onur duyacağı örnek bir şirket olmak."

Koç Holding olarak Türkiye'nin uzun vadede büyüme potansiyeline güvendiklerini önemle vurgulayan Bulgurlu, 2008 yılının ekonomik dalgalanmalar ve riskler açısından daha da zorlu bir yıl olabileceğini, ancak odaklandıkları sektörlerde yatırım yapmaya, Türk sanayiini ve hizmet sektörlerini ileri taşımakta öncü role devam edeceklerini söyledi. Bulgurlu, kısa vadedeki olası risklere karşı Koç Topluluğu şirketlerinde risk yönetimine büyük önem verdiklerini; faiz ve dövizdeki olası dalgalanmaların etkilerini asgari düzeye indirecek şekilde portföylerini yapılandırdıklarını ve Migros'un satışının tamamlanmasıyla net nakit pozisyonlarını daha da güçlendirerek yeni yatırım fırsatları karşısında daha kuvvetli olacaklarını bildirdi. Bulgurlu ayrıca dünyada Ar-Ge'ye en fazla kaynak ayıran ilk bin şirket arasında yer alan tek Türk şirketi olarak Koç Holding'in inovasyona ve teknolojiye yatırıma devam edeceğini ve Türk toplumuna her zaman en yeni, en iyi ürün ve hizmet kalitesini sunmayı amaçladıklarını söyledi.



LİDER

değişimden etkilenmez,

değişimi yönlendirir

E

du Plus Consulting tarafından bu sene beşincisi gerçekleştirilen Liderlik Zirvesi'nde, Koç Topluluğu kurucusu Vehbi Koç'a verilen "Edu Plus Liderlik Onur Ödülü"nü, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç aldı. Ödülü Konferans Başkanı Çağlar Çoroğlu'ndan alan Mustafa V. Koç, "Küresel Pazarlar ve Dünya Şirketi Olmanın Kuralları" özel oturumunda yaptığı konuşmada, dünyada ve Türkiye'de yaşanan değişim ve gelişimlere bakıldığında, istikrarlı ve sağlam yapıların ne kadar önem arz ettiğinin görüldüğünü vurguladı. Mustafa V. Koç, değişimlere hazırlıklı olmanın, hatta hazır olmaktan da öte, değişimi yönlendirebilmenin ne kadar önemli avantajlar sağlayacağını da bildiklerini söyledi. Mustafa V. Koç, "Bu avantajı yakalayan ülkeler ve şirketler, yaşanan ekonomik olumsuzluklara karşı da daha dirençli oluyorlar. Küresel pazarda başarılı olmanın yolu da buradan geçiyor" dedi.

Değişimi yönlendirmek

Liderlerin "değişimden etkilenen" değil, "değişimi yönlendiren" ya da "önünde giden" kişiler olduğunu söyleyen Mustafa V. Koç, bugün bir dünya şirketiyseniz, yaşanan değişimlerin dışında kalmanızın mümkün olmadığını ve başarıya giden yolun da bu değişim sürecini doğru yönlendirmekten geçtiğini belirtti.

**Mustafa V. Koç,
5. Liderlik Zirvesi'nde
Vehbi Koç'a verilen
"Edu Plus Liderlik Onur
Ödülü"nü aldı; "Ne mutlu
ki, ülkemiz Ulu Önder
Atatürk gibi bir lidere
sahip oldu. Onun izinde
olanlar arasında
kurucumuz Vehbi Koç da
vardı. Liderlik,
Koç Topluluğu'na
kurucusundan mirastır"**

Tarih sahnesinden geçen pek çok başarılı liderin yaptıklarına bakıldığında, bu kişilerin içinde bulundukları zamanın ilerisinde olduklarını; değişimin ve dönüşümün katalizörü olarak, sadece kendi dar çevrelerini değil, çoğu zaman toplumu, hatta dünyayı etkilediklerinin görülebileceğini belirten Mustafa V. Koç, şöyle devam etti:

"Ne mutlu ki, ülkemiz dünyada eşine az rastlanır bir değere, Türkiye'nin ve dünyanın tarihini değiştiren Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk gibi bir lidere sahip olmuştur. Asırlar boyunca hüküm sürmüş bir imparatorluğun yıkıntılarından Cumhuriyet'i kurması; siyasi ve toplum-

sal alanda pek çok devrimi hayata geçirmesi, sadece sahip olduğu dehayla değil, aynı zamanda güçlü bir lider olmasıyla açıklanabilir. Bulunduğumuz coğrafyada pusulamızı medeniyete ve aydınlığa çevirmiş olmamızı ona borçluyuz. Çevresindekilerin imkânsız olarak gördüğünü başaran bu büyük liderin yaşamı, liderlikle ilgili derslerle doludur. Kendisinden sonraki kuşaklara Cumhuriyet'i emanet eden bu büyük lideri ne derece anladığımızı her birimiz sorgulamalıyız..."

Vehbi Koç'un mirası

Mustafa V. Koç, Atatürk'ün izinden gidenler arasında Koç Holding'in kurucusu Vehbi Koç'u da saydı. Mustafa V. Koç, Vehbi Koç'un da genç Cumhuriyet'le birlikte iş dünyasına bir lider olarak yetiştiğini ve onun hem Türk sanayiinin kuruluşuna önderlik ettiğini, hem de gelişmeye, kalkınmaya olan azmini, inancını kuşaktan kuşağa, ailesine, tüm iş dünyasına ve topluma aşılayarak, Türkiye'de 80 yılı aşkın bir süredir devam eden kalkınma, gelişme hamlesine sivil katkının öncüsü olduğunu söyledi.

Liderliğin, Koç Topluluğu'nun, kurucusundan miras aldığı en önemli özelliği olduğunu vurgulayan Mustafa V. Koç, "Topluluğumuz Türkiye'nin gelişmesinde küresel pazarlarda Türk kimliği ile boy ölçüşmede tüm iş dünyasına önderlik etmiş, liderlik yapmış ve yapmaya devam etmektedir" dedi.



Coca-Cola'nın tepe yöneticisi Muhtar Kent:

"Takım oyuncusu olduğunuzu asla unutmayın"

Bir dünya devi durumunda-ki Coca-Cola'nın tepe yöneticisi Muhtar Kent, Temmuz 2008'de bu şirkette CEO koltuğuna otu-

racak. Muhtar Kent'e yönetimde profesyonellik konusunda mikrofon tuttuk. Kent'e göre yönetimde profesyonellik, "bir vizyon sahibi olma, bu vizyonu takıma ve tüm çalışanlara anlatabilme, uygulama disiplinini sağlayabilme ve de bu vizyonu diğerlerine örnek olacak bir şekilde şahsen uygulamaya koyma becerisi"nden geçiyor. Bununla bitmiyor. Muhtar Kent "olmazsa olmaz" koşullara şöyle devam ediyor: "Bunun bir takım oyunu olduğunu aklınızdan çıkarmamanız gerekiyor. Yani birbiriyle uyum içinde çalışan ve açık kartlarla oynayan, hızlı, esnek, dinamik bir ekip oluşturamadığınız takdirde başarı şansınızın oldukça az olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim." Her bir sıkıntıya ve fırsata aynı heyecanla çözüm bulmaya çalışmak, sahadaki arkadaşlarla birlikte samimi bir çaba sarf etmek, kalıcı ilişkiler kurabilmek ve de fedakârlıkları paylaşmaya hazır olabilmek gerektiğini anlatan Muhtar Kent, zamanını ofiste geçirmek yerine, tüketici ve müşterilerle ilişkilere ayırıyor; çalışanlarından da aynı tavrı bekliyor. Muhtar Kent, profesyonel yöneticilik ve kurumsallaşma konusundaki sorularımızı yanıtlarken, genç yönetici adaylarına da değerli önerilerde bulundu.

Yönetimde profesyonellik sizce nedir?
Yönetimde profesyonellik, çalıştığınız

kurumu sürdürülebilir bir büyüme ile yürütebilme başarısıdır. Bunun için de bir vizyon sahibi olma, bu vizyonu takımınıza ve tüm çalışanlarınıza anlatabilme ve uygulama disiplinini sağlayabilme ve de bu vizyonu diğerlerine örnek olacak bir şekilde şahsen uygulamaya koyma becerisine sahip olmak demektir.

Günümüzde şirket yönetiminde profesyonelliğe abartılı bir anlam mı yükleniyor? Bu çerçevede profesyonel yöneticiler şirket seçimlerinde hangi kriterlere göre karar vermeliler?

Profesyonellik günümüz dünyasında, küreselleşmeyi ve de onun getirdiği rekabet ortamını göz önüne aldığımızda, son derece sorumluluk isteyen bir mesleki durum. Bu nedenle şirket seçerken, öncelikle kişisel değerleriniz ile çalışacağınız kurumun değerlerinin ne kadar örtüşüğünü saptamak gerekiyor. İkinci önemli unsur, kurumun vizyonu, misyonu ve sizin buna bir katma değer getirip getiremeyeceğiniz.

Kurumsallaşma ve profesyonel yönetim arasında nasıl bir ilişki var veya olmalı? Ya da kurumsallaşma için her koşulda profesyonel yönetim kadrosu bir zorunluluk mudur?

Kurumsallaşma ve profesyonellik arasında organik bir bağ vardır. Biri olmadan diğerinin var olması pek de olası değil. Kurumsallaşmanın ruhuna bakarsanız göreceğiniz basit gerçek, konusunun zamanı olan insanların bir araya gelmesidir. Tarihe bakacak olursak genelde şirketler

"Verilen görevi hep gerektiği şekilde yapmaya gayret ettim, 'Bir sonra ne olacağım?' diye düşünmedim. Görevinizi başarıyla yerine getirirseniz, arkası kendiliğinden geliyor. Başarı odaklı takım çalışması, kariyerin önündeki engelleri aşmak için en dikkat edilmesi gereken özelliktir"

ketler aile sermayeleri ile başlayıp belirli bir süreçten geçerek bugün global, halka açık, kurumsal birimler haline gelmişlerdir. Pek tabii bu şirketlerin hepsinde şeffaf profesyonel yönetim hakimdir.

Bir dünya devinin tepe yöneticisi olarak profesyonel yönetim ve sorumluluk anlayışınızı nasıl tanımlırsınız?

Her şeyden önce ne mevkide olursanız olun bunun bir takım oyunu olduğunu aklınızdan çıkarmamanız gerekiyor. Yani birbiriyle uyum içinde çalışan ve açık kartlarla oynayan, hızlı, esnek, dinamik bir ekip oluşturamazsanız başarı şansınız oldukça az. Her bir sıkıntıya ve fırsata aynı heyecanla çözüm bulmaya çalışmak, sahadaki arkadaşlarla birlikte samimi bir çaba sarf etmek, kalıcı ilişkiler kurabilmek, fedakârlıkları paylaşmaya hazır olabilmek, sorumluluk anlayışının olmazsa olmazları. Ayrıca bizim gibi işkolu hızlı tüketim mamulü olan şirketlerde kalıcı büyüme ve değer yaratmak için daima tüketicilerle ve müşterilerle zaman harcamanız, ihtiyaçlarına ve önceliklerine çözümler getirmeniz gerek. Ben dünyanın neresinde olursam olayım

Muhtar Kent kimdir?

1952'de New York'ta doğdu. Tarsus Amerikan Koleji'nin ardından İngiltere'de, Hull Üniversitesi'nde ekonomi okudu. Askerlik sonrası gittiği ABD'de, gazete ilanlarından Coca-Cola'da iş buldu. 26 yaşında Coca-Cola kamyonlarıyla kola sattı. Dağıtım, pazarlama, lojistik sistemini öğrendi. 1985'te Coca-Cola Türkiye ve Orta Asya Genel Müdürü oldu. Üç yıl sonra 23 ülkeden sorumlu olarak Coca-Cola International'ın Başkan Yardımcısı'ydı. 1995'te Coca-Cola Amatil-Europe'da Yönetim Direktörü oldu. 12 Avrupa ülkesindeki Coca-Cola'nın cirosunu iki yılda yüzde 50 artırdı. 1999'da 20 yılını doldurduğu Coca-Cola'dan ayrıldı. Türkiye'ye döndü, Anadolu Endüstri Holding'e bağlı Efes İçecek Grubu'nun başına geçti. Nisan 2005'te yeniden Coca-Cola Company'ye döndü, Kuzey Asya, Avrasya ve Ortadoğu Grup Başkanı oldu. Böylece CEO'dan sonraki altı eşit önemli görevden birini üstlendi. 2006'da da Kuzey Amerika dışındaki tüm uluslararası operasyonların başına getirildi; Temmuz'da ise CEO koltuğuna oturacak.

su bizleri bu topraklara başladı. Bu yörede kültürel mirasımızın çok değerli unsurları arasında yer alan, ancak kullanılmadığı için harap olmaya yüz tutmuş bu eski eserin bir müze şeklinde onarılıp içine herkesin yararlanabileceği bir kütüphanenin oluşturulması fikri girişimini, Sayın Rahmi Koç'un gayretleri sonrası hayata geçirebildik. Rahmi Bey'i Ayvalık'a isindiran, rahmetli babamla arasındaki sıcak dostluktur. Gururlanarak söylemek istiyorum ki Rahmi Bey ile babam arasındaki dostluk, ikimiz arasında da gelişmiştir ve kendisi son 30 yıldır çok yakın ve değer verdiğim bir yakınımdır. Necdet Kent, Türkiye Cumhuriyeti'ne diplomat olarak yıllarca çeşitli hizmetler verdi. Bu görevleri sırasında yedi kıtadan topladığı muhtelif lisanlarda 1500'e yakın kitap bu güzel eserle birleşince, Ayvalık ve Cunda için bu eşsiz kütüphane ortaya çıktı.

İş yaşamına dönersek, Koç Topluluğu'nun küresel oyunculuk hedefine yönelik gelişimini nasıl değerlendirirsiniz?

Dinamizm ve girişimcilik ruhu açısından Türk işadamları ve şirketleri önemli mesafeler aldılar. şirket yapıları açısından ise bizde halen kurumsallaşmada bazı eksiklikler var. Büyük sermayelere sahip olan önemli aile şirketlerimiz var, başarılı işler yapıyorlar. Bu şirketlerimizin tam anlamıyla kurumsal yönetim ilkeleri çerçevesinde tam profesyonel bir yapıya geçebilmeleri durumunda daha da başarılı noktalara gelebileceklerini düşünüyorum. Hem iş hem de şahsi ilişkilere Amerika'da önem vermek gerekiyor.

Genç yönetici adaylarına özellikle de kendi deneyimlerinizden yola çıkarak başarılı bir kariyer için neler önerebilirsiniz?

İşlerine aşkla sarılmak bir insanın başarılı olması ve başarısının dikkati çekmesi için çok önemli. İlişkiler geliştirmek, dar bir alanda yoğunlaşmak değil de geniş vizyona sahip olmak, değişik konularda ilgi ve bilgiye sahip olmak çok önemli. Değişik kültürleri öğrenmek ve anlamak, insanlarla milliyetlerine odaklanmadan, farklılıklara saygı göstererek ilişkiler geliştirmek lazım. Siz dünya vatandaşı gibi davranırsanız bugünkü sınırsız ve global ortamda daha fazla kabul görürsünüz. Takipçilik, alçakgönüllü olmak ve başarıyı paylaşmak ve gülümsemeyi unutmamak bana hep fayda getirmiştir. Bundan sonrası da sadece işinizi doğru yapmak. Bu prensipler doğrultusunda bir de işinize de tutku ile de bağlıysanız başarı da kolayca gelecektir.



her gittiğim yerde şişeleyci ortaklarımız ve kendi takımımız ile piyasayı gezer, tüketici ve müşterilerle konuşurum. Ofiste geçirdiğim zamanı asgaride tutarım. Aynı şeyi de çalışanlarımızdan beklerim.

Birçok yöneticinin kafasında bir sonraki adımın hedefi de büyük ölçüde şekillenmiştir. Bu çerçevede "bir sonraki hedef" konusunda bizimle paylaşmak isteyeceğiniz noktalar var mı? Ben şahsen hep bana verilen görevi gerektiği şekilde yapmaya gayret ettim ve asla "Bir sonra ne olacağım?" demedim. Zaten verilen sorumlulukları başarıyla yerine getirirseniz, arkası kendiliğinden geliyor. Başarı odaklı takım çalışması, kariyerin önündeki engelleri aşmadaki en dikkat edilmesi gereken özelliktir.

Türkiye kamuoyunda, yurtdışında görev yapan Türk yöneticilerden ülkenin tanıtımına katkı gibi bir beklenti var. Bu ne ölçüde haklı bir beklentidir?

Bu tür beklentilerin olması doğaldır. Hepimizin ülkemize imkânlar ölçüsünde katkısı gerekir. Ancak dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, bulunduğunuz görevde başarılı olma ve sürdürülebilirliktir. Çalıştığınız uluslararası kurumlarda yükseldikçe, ülkenize sağladığınız katkı da artıyor. Çünkü insanlar size ülkenizi soruyor ve siz de en yetkili ve etkili kişilere doğru bilgileri aktarma imkânını buluyorsunuz. Dolayısıyla uluslararası alanda profesyonel başarı ile ülkeye katkı arasında ciddi bir bağlantı vardır.

Geçen yıl babanız merhum Necdet Kent adına Cunda Adası'nda bir kütüphane açılışını gerçekleştirdiniz. Kütüphane kurma fikri nasıl oluştu? Rahmi Bey'le nasıl temas kurdunuz ve süreç nasıl gelişti? Bu kapsamda, Necdet Kent'i de bize kısaca tanıtabilir misiniz?

Rahmetli babam ile Ayvalık arasındaki ilişki, babamın bu şirin kasabaya 1949 yılında damat olarak gelmesiyle başlamıştır. Burada soluduğumuz hava, zeytinin, balığın, denizin ve de Ege'nin koku-

SANAYİ ODALARININ BAŞKANLARI SİYASET-EKONOMİ İLİŞKİSİNİ DEĞERLENDİRDİ:

“Yapısal reformlara öncelik verilsin”



Adana Sanayi Odası Başkanı Ümit Özgümüş



Kocaeli Sanayi Odası Başkanı Yılmaz Kanbak



Ege Bölgesi Sanayi Odası Başkanı Tamer Taşkın

Adana, Ege Bölgesi ve Kocaeli Sanayi Odaları Başkanları Türkiye'nin 2008 makro ekonomik hedeflerini değerlendirirken, bir an önce yapısal düzenlemelerin yapılması gerektiğini söylüyorlar

Türkiye'nin 2008 makro ekonomik hedeflerini değerlendiren sanayi odaları başkanları, özellikle enflasyon ve büyüme hedeflerinin gerçekçi olmadığı görüşünde. 2008 hedefleri, siyasal alanda yaşanan gelişmeler ve alınacak önlemler konusunda Adana Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Özgümüş, Ege Bölgesi Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Tamer Taşkın ve Kocaeli Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz Kanbak sorularımızı cevaplandırdı.

Veriler, büyüme ve kısa vadeli yabancı sermaye girişinde yavaşlama, enflasyonda ve faizlerde artış trendine işaret ediyor. 2008'in makro ekonomik hedeflerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Özgümüş: Perşembenin geleceği çarşambadan belliydi! Son dönemde Türkiye'de, sanayiye rekabet gücü kazandıracak yapı-

sal reformlar gerçekleşmeden, makro rakamlarda görülen iyileşmenin kalıcı iyileşmeler olmayacağını ve bu yapının da sürdürülemez olduğunu sürekli iddia ettik. Sonuçta 2008'e geldiğimizde, işletmeler bazında makro rakamlarda da çok ciddi sıkıntılar ortaya çıkmaya başladı. Bu sıkıntıların ortaya çıkması için küresel bir krizin olması gerekmiyordu; içeride meydana gelecek bir siyasi dalgalanma ya da başka bir ekonomik sıkıntının sonucunda bütün bu sorunlar ortaya çıkacaktı. Başta enflasyon olmak üzere, diğer bütün makro rakamların tahminlerinin tutması artık imkânsızdır. Bunların hepsi zincirleme olarak revize edilmek zorundadır.

Taşkın: Özellikle ABD kaynaklı dış ekonomik gelişmelerin, 2008 yılı ekonomik göstergeler üzerinde önemli bir etkisi olacaktır. Bu gelişmenin iki temel sonucu olacaktır. Birincisi, zaten son dönemde de gözlenen emtia fiyatlarının artmasıdır. Bu

da ithalata bağımlı ekonomimizde bir maliyet enflasyonu yaratacaktır. Merkez Bankası'nın enflasyon hedefini revize etmesi olasıdır. Global kredi hacminin daralması, finansal kurumlararası güvenin azalması, belirsizlikler ve ABD ile diğer gelişmiş ülkelerin gelecekteki enflasyona bağlı faiz artırımlarından dolayı ise hem yurtdışına döviz çıkışı hızlanacak hem de özel sektör ve kamunun borç bulması zorlaşacaktır. Bunun da şimdiye kadar finanse edilebildiğinden dolayı sorun çıkmayan cari açığımız üzerinde olumsuz etkileri olacaktır. Şu an için yatırımcılarda bir bekle-gör politikası hakimdir. Global krizin boyutları, reel sektöre sıçrayıp sıçramadığı, Avrupa'nın ne ölçüde etkilendiği gibi çok kritik şeyler halen daha bilinmemektedir. Yani belirsizlik had safhadadır. Bunun yanına bir de yüzde 47 oy ile iktidarda olan AKP'nin kapatılma davasının belirsizliğini eklerseniz yatırımların durma noktasına

gelmesinin nedeni daha da belirgin bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Bu arada, Şubat ayı tüketici güven endeksi 87,6 ile son yıllardaki en düşük seviyesindedir. Yani hem yatırımlar hem de tüketim açısından 2008 büyümesi için olumlu şeyler söylemek zor. 2008 için yüzde 5 büyüme hedefinin de altında kalmamız mümkün görünmektedir.

Kanbak: Ülkemiz, 2007'de ABD'de başlayan mortgage krizinin kredi piyasalarına sıçraması, yurtiçinde Cumhurbaşkanlığı ve erken genel seçim, sınır ötesi operasyon gibi nedenlerle, 2008'e yavaşlayan büyüme hızı, yüksek cari açık ve hedefin üzerinde bir enflasyon ile girmiştir. 2008'de ise küresel anlamda risklerin ve belirsizliklerin iyice artacağı düşünülen bir ortamda ciddi hedefler koyulmuştur. Geçen yılın ilk iki ayında 7,4 milyar dolar olan yabancı sermaye girişi, bu yıl 1,1 milyar dolarda kalarak belirgin bir yavaşlama göstermiştir. Uluslararası likiditenin daralması nedeniyle kurlarda ve faizde artış beklentisi oluşmuştur. Tüm bu gelişmeler ışığında 2008 makro ekonomik hedeflerine ulaşılması konusunda revizyona gidilmesinin doğru olacağını düşünüyorum. 2007'de seçimler, 2008'de global kriz, türban, AKP'nin kapatılması davası ve yerel yönetim seçimlerine ilişkin endişeler ekonomiye odaklanmanın zorlaşacağını işaretlerdir. Esasen bir yıldır söylediğimiz de budur; Türkiye'nin gerçek gündemine eğilmeli, AB için de hızlanmalıdır.

Ekonomide önceliklerin belirlenmesinde sorunlar yaşandığı ve yapısal reformların ertelendiği konularındaki eleştirileri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Özgümüş: Geçmişte yaşanan sıkıntılarda olduğu gibi, bugünkü sıkıntının ortaya çıkmasındaki temel neden, Türkiye'de sanayiye rekabet gücü kazandıracak, girdi maliyetlerini aşağıya çekecek yapısal reformların yapılmamasıdır; yani kısaca yapısal reformların gerçekleşmesi konusundaki isteksizlik, niyetsizlik ve hantallıktır. Sadece kurları aşağıya çekerek, enflasyon geçici olarak indirilebilir; ancak bunun yanında başta vergi reformu ve sosyal güvenlik reformu olmak üzere, diğer reformlar yapılmazsa, şimdiye kadar olduğu gibi Türkiye rekabet gücünü kaybetmeye devam eder. Bunun sonucunda da, sadece ve sadece ithalata bağlı olarak ihracat yapılabilir.

Taşkın: Ben açıkçası, 2007 başından beri, ekonomide önceliklerin belirlenmesinde sorunlar yaşandığı konusundaki eleştirileri bile iyimser buluyorum. Zira bir yıldan fazla bir süredir ekonominin kendisi bir öncelik

olarak yer almadı gündemimizde maalesef, kaldı ki ekonomideki önceliklerin belirlenmesini eleştirelim. 2002 seçimlerinden sonra hızla başlanan reform ve AB'ye uyum süreci kısa sürede yavaşladı ve 2006 ortalarına doğru durma noktasına geldi. O zamandan beri de kayda değer bir adım atılamamaktadır. Sanayicimizin vergi sorunları, hukuksal sorunları, kayıt dışı ekonomi gibi rekabet gücünü ve hayatta kalma şansını azaltan sorunlarına kalıcı çözümler üretilmemiştir. Reformlar şimdiye kadar yapılmış, kayıt dışının önüne geçilmiş olsaydı, şimdi Türkiye global kriz dolayısı ile kendine güvenli limanlar arayan uluslararası yatırımların merkezi olabilirdi.

Kanbak: 2007'de önceliklerimizin kaydığı ve Türkiye'nin gündemindeki sorunlar yerine gündemde sorun yaratma ile uğraştığımız bir dönem yaşandı. Bu gelişmeler toplumu germiş ve kutuplaşma gibi tehlikeli bir boyuta tırmanmanın sinyallerini vermiştir. Ekonomik küresel krizin, ülkemizi ne ölçüde etkileyeceği konusunda değişik tahminler yapılmaktadır. Böylesine büyük bir tehlikeye kapıdayken, iç barışı, iç huzuru ve istikrarı sağlayacak yaklaşımlara ihtiyaç vardır. Yapısal sorunlara çözüm getirecek reformlara son dönemde hiç dokunmadık, AB müzakerelerinde hiç adım atamadık, zorlamadık. Bugün krize hazırlık anlamında bir politikamız yok. Kırılgan noktamız olan cari açık için önlem alamadık. Sosyal Güvenlik Yasası henüz çıkıyor. İstihdam için yükü azaltıcı, yatırımı artırıcı önlemleri konuştuk ama hiçbirini uygulamaya aktaramadık.

Siyasi alanda yaşanan gerginliğin ekonomiye muhtemel etkileri ve TOBB ile iş dünyası örgütlerinin "sağduyu" ve "uzlaş"ı çağrılarının taşıdığı öneme ilişkin neler söylemek istersiniz?

Kanbak: TOBB, TİSK, TESK ve daha birçok kurumun 81 ilde aynı anda kamuoyuna sunduğu "Türkiye için sağduyu" bildirisi, uluslararası finansal krizin dalgalanmalarının hissedilmeye başlandığı bir ortamda gündemin yoğun olarak başka konulara kaymasının tehlikelerini ortaya koyması, dikkatlerin ekonomik reformlara çekilmesi, iktisadi ve sosyal sorunlara odaklanılmasının sağlanması açısından çok önemlidir. Ancak esas yaklaşımı, gerginleşen toplumun ve siyasetin ülkeyi engelleyici boyutlara ulaşmasına dikkat çekmektedir.

Özgümüş: TOBB'ü önderliğinde iş dünyası örgütlerinin sağduyu çağrısı bana göre zamanlama açısından çok isabetli bir hareket. Çağrıya esas olan bildiri, çok dikkatle hazır-

lanmış ve çok doğru konulara dikkat çeken, çok net ve temel mesajlar veren bir bildiri. Bu bildiriyi oda olarak biz de sonuna kadar destekledik ve destekliyoruz. Her ne kadar bilinçli olarak yanlış yerlere çekilse de anlatmak istenen şudur: "Taraflar birbirine girdiler, ortalık toz duman ve bu koşullar içerisinde kimse kimsenin ne dediğini anlamaz ve taraflar birbirlerinin kuşkuvarını giderme yönünde sağduyulu çözüm önerileri geliştiremezler."

Taşkın: Bildiride, "Bugünlerde, iktisadi tedbir arayacağımıza hâlâ sağduyu arıyormayız, bir talihsizliktir" cümlesi, bildirinin önemi, zamanlaması ve içeriğinin şekillendiği ortamı anlatması açısından çok manidardır. Bu bildirinin siyasi bir yönünün bulunduğu hakkındaki spekülasyonlar ise tamamen yersizdir. Sağduyu ve uzlaş çağrısı, ülkemizdeki ekonomik gelişmenin artması ve refah seviyesinin yükselmesine hizmet etmesi amacıyla yapılan olumlu bir girişim olarak nitelendirilmelidir.

Dünya konjonktürünü dikkate alarak ekonomide atılması gereken öncelikli adımlar ve acil önlemler nelerdir?

Özgümüş: Acil olarak şu anda yapılacak çok fazla bir şey olduğunu sanmıyorum. Yapılması gereken tek şey, geçici de olsa siyasi tarafların kayıkcı kavgasını bir tarafa bırakıp, gemiyi batmadan ılıman bir liman buluncaya kadar götürmeye çalışmasıdır. Bu, Türkiye'de olması gereken siyasi mücadelenin ortadan kaldırılması anlamına gelmez, herkesin kendi siyasi düşüncesi, siyasi kaygıları kalır fakat en azından dünyadaki fırtına duruluncaya kadar ekonomi ön plana çıkarılır.

Taşkın: Ben şu aşamada alınacak ekonomik önlemlerin, Türkiye'nin krizden etkilenme derecesini direkt olarak etkileyeceğini düşünmüyorum. Çünkü yapısal reformların olumlu etkileri kısa vadede gözlenemez. Bizim yapmamız gereken, yapısal reformların gerçekleştirmedeki azmimizi ve kararlılığımızı yerli-yabancı tüm yatırımcılara göstermektir. Türkiye'nin bir fırtına döneminde sığınacak en güvenli limanlardan birisi haline getirilmesi ve hükümetin bütün dünyaya bir istikrar ve güven ülkesi olduğumuzun mesajını vermesi gerekmektedir.

Kanbak: 2008'de ekonomideki istikrarı sağlayacak kamudaki mali disiplin öncelikle yeniden tesis edilmeli, reel sektörün rekabet gücünü arttıracak mikro reform ekonomi paketi yürürlüğe konmalı, ekonomik programın revize edilerek günümüze uyarlanması gerekmektedir.



“Doğu ve Güneydoğu’muz



“Anadolu Buluşmaları”nın 13. durağı hoşgörü ve medeniyetler şehri Mardin’de. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin 13 ilindeki bayilere şu mesajı verdi: “Güneydoğu’da büyüyerek var olmayı sürdüreceğiz”

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Mardin’de, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’ndeki 13 ilin bayilerine seslenirken, Vehbi Koç’un “Ülkem varsa ben de varım” sözünün Koç Topluluğu’nun temel ilkelerinden olduğunu ve bu sözü Türkiye’nin her bölgesi için yeniden ve yeniden tekrar edebileceklerini vurguladı. Mustafa V. Koç, “Doğu ve Güneydoğu Anadolu’muz varsa biz de varız.

Topluluk olarak en az 50 yıldır bu bölgede varız. Bayiliklerimizle, acentelerimizle, yetkili servislerimizle varız ve büyüyerek var olmaya devam edeceğiz” dedi.

Koç Topluluğu tarafından, farklı bölgelerdeki Koç bayileri ile bir araya gelerek görüş alışverişinde bulunmak ve fikir üretmek amacıyla düzenlenmeye başlanan “Anadolu Buluşmaları”, Mardin’deki toplantıyla sürdürüldü. 13. Anadolu Buluşması’nda Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ve Koç Hol-

ding CEO’su Dr. Bülent Bulgurlu, Koç Topluluğu’nun Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki yaklaşık 500’ü aşkın bayii ile Mardin’de bir araya geldi. Adıyaman, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Hakkâri, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak, Van’daki Koç Topluluğu’na ait Arçelik, Aygaz, Beko, Ford Otosan, Tofaş, Opet, Koç Allianz gibi şirketlerin 400 bayii’nin katılımıyla gerçekleşen toplantıya Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Kurumsal İletişim ve



varsa biz de varız”

Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç, Arçelik Genel Müdürü Aka Gündüz Özdemir de katıldı. Mustafa V. Koç ve beraberindeki heyet, toplantıdan önce “hoşgörü ve medeniyetler” şehri Mardin’de bir dizi ziyarette bulundu. Mardin’deki gezilerine ilk olarak Mardin Ford Otosan ve Opet Bayii Maşuk Nas’ı ziyaretle başlayan heyet, Mardin Belediye Başkanı Metin Pamukçu ile makamında bir araya geldi. Belediyedeki ziyaretin ardından Mardin Kasimiye Medresesi’ni ziyaret eden Mustafa V. Koç ve beraberindeki heyet, tarihi yapı hakkında geniş bilgi aldı. 550 yıllık tarihe sahip olan Kasimiye Medresesi, Akkoyunlu Hükümdarı Cihangir’in oğlu Kasım Padişah tarafından yaptırıldı. Medrese, özellikle bugüne kadar ayakta kalabilen mimari yapıyla oldukça önemli eserler arasında sayılıyor.

Tuğlu tonozlu revaklar ve yanlara doğru derin tonozlarla genişletilmiş tromp kubbeli cami, revaklı avlusundaki büyük sebül, su kanalları ve suyun kavuştuğu ortadaki havuz; doğum, büyüme ve ölümü simgeliyor. İki teras üzerine iki katlı medrese, cami ve türbe ile birlikte medrese külliye şeklinde inşa edilmiş. Mustafa V. Koç ve beraberindeki heyet medresenin ardından Süryani kilisesinin önemli merkezlerinden biri olan Deyrulzafaran Manastırı’nı gezdi. Deyrulzafaran Manastırı,



“Koç Topluluğu olarak, insana yatırımın en önemli, en doğru yatırım olduğuna, bu bölgeyi kalkındıracak esas unsurun da işgücüne vasıf kazandırmak olduğuna inanıyoruz”

Süryanilerin tarihi ve dini değerleri arasında bugüne kadar ayakta kalabilen az sayıdaki tarihi binalardan biri. Manastır 639 yıl boyunca dünya Süryanilerinin dini merkezi oldu.

“Sizin başarınız daha değerli”

Mardin’de öğleden sonra bayilerle bir araya gelen Mustafa V. Koç, konuşmasına, “İçinde yer aldığımız bölgenin koşulları, sizlerin başarılarını daha da değerli kılıyor” cümlesiyle başladı. Mustafa V. Koç, bölgesel dengesizliğin, Türkiye’nin yapısal sorunlarından biri olduğunu ve yıllardır bu sorunu aşmada çok başarılı olunamadığını söyledi. Bölgeyi kalkındırmak için gerekli politikaların hayata geçirilmesi için kaybedecek vakit olmadığını belirten

Mustafa V. Koç, bölgesel kalkınmada, geri kalmış bölgelere dönük merkezden kamusal müdahale ve teşvik sisteminden oluşan yaklaşımın artık iş yapmadığının, doğru olanın, bölgelerin rekabet gücünün artırılması olduğunun görüldüğünü söyledi. Bölgesel gelişme farklılıklarının giderilmesinin, bu farklılıkların toplumda yol açtığı kutuplaşmayı da önleyeceğini ifade eden Mustafa V. Koç, bölgede yatırımda bulunacak iş dünyası oyuncularına da büyük görevler düştüğünü ve Koç Topluluğu’nun da bölgedeki yatırımlara özel önem verdiğini söyledi.

Vehbi Koç’un “Ülkem varsa ben de varım” sözünün Koç Topluluğu’nun temel ilkelelerinden olduğunu ve bu sözü Türkiye’nin her bölgesi için yeniden ve yeniden tekrar edebileceklerini vurgulayan Mustafa V. Koç, “Doğu ve Güneydoğu Anadolu’muz varsa biz de varız. Koç Grubu olarak en az 50 yıldır bu bölgede varız. Bayiliklerimizle, acentelerimizle, yetkili servislerimizle varız ve büyüyerek var olmaya devam edeceğiz” dedi.

Mustafa V. Koç, Koç Topluluğu’nun böl-

“Hoşgörü” ve “medeniyetler” kenti Mardin



Mezopotamya'nın bereketli topraklarının yanında, binlerce yıldır çok sayıda medeniyet ve kültüre ev sahipliği yapan, tüm dinleri hoşgörü ve barış ortamında bir arada tutan Mardin, taş evleri, basamaklı, daracık gizemli sokaklarla birbirlerinin havasını, ışığını kesmeden sırt sırta binerek kaleye doğru tırmanan mimarisiyle sanki bir açık hava müzesi.

Bir dağın tepesinde kurulmuş olan Mardin, Yukarı Mezopotamya'nın en eski şehirlerinden biri. Müthiş güzelliğiyle, üzerine kurulduğu dağlardan aşağıya göz alabildiğine uzanan bağ ve bahçelerle bezenmiş, yemyeşil Mezopotamya'ya sanki bekçilik ediyor. Eski Mardin, uçsuz bucaksız Mezopotamya'nın sırtlarında görkemli kale eteğinde omuz omuza vermiş motiflerle süslü kesme taş evlerin dayanışması arasında sivrilen minareleri, kiliseleri, farklı mimari yapı tarzlarını içinde barındırıyor. Sayısız eski uygarlığın izlerini taşıyan bu mimari, tüm dinleri içine alan hoşgörü ortamıyla da dünyanın sayılı kentleri arasında yer alıyor. Mardin'in kesin olarak bilinmemekle birlikte milattan önce 4500 yılında kurulduğu tahmin ediliyor. Tarihi içinde Sümerler, Akadlar, Babil Devleti, Hititler, Bizans ve Roma Hükümdarlığı'na kadar çok sayıda uygarlığa ev sahipliği yapan Mardin, 1089'da Selçuklu Hükümdarlığı'na giriyor. Mardin'in kesin olarak Osmanlılar'ın eline geçmesi ise Mısır seferini düzenleyen Yavuz Sultan Selim döneminde gerçekleşiyor. Son dönemde, tüm dünyanın ilgisini çekmeye başlayan Mardin, tarihi ve kültür yapısı ile UNESCO'nun “Dünya Mirası Kenti Listesi”ne girmeye aday. Kentte, Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Bölge Müdürlüğü'nce tescil edilmiş 665 adet tarihi bina, hâlâ içindeki yaşamlarıyla ayakta duruyor.



gedeki faaliyetlerine ilişkin olarak da şunları söyledi: “Bu toplantıya katılan illerde sayıları 500’ü aşan bayimiz ile bölge ekonomisine gerek istihdam gerekse de ticaret olarak sizlerin varlığıyla önemli katkılarda bulunduk. Başta Yapı Kredi şubelerimiz, Tüpraş Batman rafinerimiz olmak üzere burada daha fazla etkin olduk. Bölge gençlerinin eğitimi için kurduğumuz okullarla, eğitim kurumları ile vardık ve daha çok var olacağız. Ülkemizin ilk rafinerisi olan Batman Rafinerisi, Koç Topluğunun bünyesinde hem Türkiye ekonomisine hem de bölge ekonomisine katkılarını artırarak sürdürecektir. Yoğunlaştığımız alanlardan biri olan finansa Yapı Kredi Bankamız şubeleriyle bölge girişimcilerinin, tüketicilerinin daha çok yanında olacak, daha etkili hizmette bulunacaktır.”

Eğitime katkıya devam edeceğiz

Mustafa V. Koç ayrıca, GAP bölgesi için çok önemli bir atılımı da gıda sanayiindeki Tat Konserve ile gerçekleştireceklerini söyledi: “Bildiğiniz gibi GAP bölgesinde şimdiye kadar yapılmış olan tek ziraatle ilgili yatırımı, 2000 yılında Harranova Besi işletmesi ile biz yaptık. İki yıldır da domates üretimine ilgili çalışmalar yapıyoruz. Deneme üretimimizin başarıyla sonuçlanması ile 2008 yılında 130 bin ton domates üretimini hedefliyoruz. Önümüzdeki beş yılda bölgeye 84 milyon dolarlık yatırım yaparak 1 milyon ton domates üretir ve iş-

ler hale geleceğiz. Urfa'daki Harranova tesisimizi ise Avrupa'da birinciliğe taşıyacağız. Bölgeden yıllık 150 milyon dolarlık domates ürünü ihracatı yapacağız.”

“Koç Topluluğu olarak, insana yatırımın en önemli, en doğru yatırım olduğuna, bu bölgeyi kalkındıracak esas unsurun da işgücüne vasıf kazandırmak olduğuna inanıyoruz” diyen Mustafa V. Koç, bu nedenle bölgeye eğitimle de katkıda bulunduklarını ve bulunmaya da devam edeceklerini söyledi. Mustafa V. Koç sözlerini şöyle sürdürdü:

“1998’de Cumhuriyet’in 75. yılı vesilesiyle sekiz yıllık eğitime destek vermek amacıyla Vehbi Koç Vakfı tarafından yaptırılan 13 ilköğretim okulu Türkiye’nin değişik bölgelerinde inşa ettirilmişti. Şanlıurfa’da New Holland Trakmak, Elazığ’da Arçelik, Van’da Aygaz ve Şırnak Silopi’de Migros, okullar yaptırarak eğitim seferberliğine omuz veren şirketlerimizdir ve bu hizmetlerini artırarak devam ettireceklerdir. Vehbi Koç Vakfı’mızın yaptırdığı Gaziantep Üniversitesi’ne bağlı Adıyaman Mesleki ve Teknik Eğitim Fakültesi kısa bir süre önce eğitime açıldı. Vakfımız halen Diyarbakır’da da bir okul inşa ettiriyor. Bölgedeki eğitim hizmetlerimiz hep sürecektir.”

Dr. Bulgurlu: “Bölgeye yatırım artacak”

Koç Holding CEO’su Dr. Bülent Bulgurlu da toplantıdaki konuşmasında, Koç Top-



luluğu'nun Türkiye'ye duyduğu güvenle, geçtiğimiz dönemde de yatırımlarına devam ederek, başarılarını uluslararası platforma taşıdığını söyledi. Koç Topluluğu'nun artık bir dünya şirketi boyutlarına ulaştığını belirten Bulurlu, "80 yıllık geçmişimizin getirdiği köklü kurumsal kültürümüz, geleceğe dönük vizyonumuz, her alanda mükemmeli hedefleyen faaliyetlerimiz, güçlü insan kaynağımızla, vaat ettiğimiz kaliteyi sunmaya devam ediyoruz" dedi. Yatırımlarla ve sağladıkları iş imkânlarıyla ülke ekonomisine katkıda bulunduklarını belirten Bulurlu, "Eriştığımız büyüklük ile Fortune dergisi sıralamasına göre, dünyanın en büyük 190'ıncı, Avrupa'nın ise 49'uncu şirketiyiz. Türkiye'de ise açık ara lideriz. Bugün Topluluğumuzun kombine cirosu, ülkemiz milli gelirinin yüzde 9'una eşdeğerdir. Yine Topluluğumuz, ülke toplam ihracatının yüzde 11'ini, tüm vergi ödemelerinin yüzde 15'ini gerçekleştirmektedir" dedi. 2007 yılının, seçimler nedeniyle politik belirsizliklerin damgasını vurduğu bir yıl olmasına rağmen, Türkiye'nin 2007 yılında ekonomik büyümesini, beklenenden az olsa da, kesintiye uğramadan sürdürdüğünü söyleyen Bulurlu, "Yıl içinde yaşanan belirsizliklere bağlı olarak, birçok türünde iç talep geriledi" dedi. Bulurlu, dünyada ise ABD emlak piyasasında yaşanan krizin, bu krizin kredi piyasası üzerindeki etkilerinin ve artan petrol fiyatları-



nın 2007 yılına damgasını vuran olaylar olduğunu söyledi ve şu bilgileri verdi: "2007 yıl sonu sonuçlarına göre Koç Holding'in konsolide cirosu 51,4 milyar YTL'ye yükselirken net faaliyet gelirleri yüzde 20 artışla 3,6 milyar YTL'ye, net kârı ise yüzde 309 artışla 2,3 milyar YTL'ye yükseldi. Netice olarak 2007 yılını başarı ile tamamladık. Önümüzdeki dönemde, küresel rekabet şartlarının etkilerini daha da fazla hissedeceğiz... Stratejilerimizi bu şartlara en iyi uyumu sağlayabilecek şekilde planlıyoruz." Türkiye'nin AB sorumlulukları arasında yer alan bölgenin geliştirilmesi şartının, önümüzdeki dönemde bölgede yatırımların artacağına bir başka göstergesi olduğuna işaret eden Bulurlu, Irak'ta sürmekte olan savaşın eninde sonunda bitecek olmasının da, bölgede istikrar ve artacak ihracatla yeni iş imkânları sağlayacağını belirtti.

Tüm bu gelişmelerin bir an önce hayata

geçirilmesi ile bölge refahının önemli seviyede artacağına ve huzur ortamının gelişeceğine inandıklarını belirten Dr. Bülent Bulurlu, "Koç Topluluğu olarak da, önemli potansiyeli olduğuna inandığımız bölgede, gerek ticari etkinliklerimiz gerekse yatırımlarımızla, gelişime katkıda bulunmaya devam ediyoruz" dedi.

"Hacı Bayram Veli'nin soyundan"

Mustafa V. Koç, Dr. Bülent Bulurlu ve Ali Y. Koç'a Mardin'e katkıları nedeniyle plaket veren Nas Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Maşuk Nas da konuşmasında, Hacı Bayram Veli'nin torunu olduğu ve seyyit soyundan geldiğini hatırlattığı Vehbi Koç'un, dini inancını hiçbir zaman ticaretine karıştırmadığı gibi, son derece samimi bir Müslüman olduğunu söyledi. "Koç bayii demek, o ilin, o ilçenin kıymetli tüccarı demektir. Koç bayisinin, gittiği her yerde, Koç'un malını sattığı için devamlı başı diktir. Milletimizin koç mallarına karşı peşin bir güveni vardır. Koç satıyorsa o mal temizdir. Koçun bayii olmak, şerefli, itibarlı olmaktır" diyen Nas, ardından uyardı: "Lütfen bu konuşmalarımı iltifat olarak değerlendirmeyin. Koç Ailesi'nin iltifata ihtiyacı yok."

2003 yılından bu yana gerçekleştirilen "Anadolu Buluşmaları" kapsamında Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç bugüne kadar 75 ilden 10 bini aşkın bayii ile bir araya geldi.

KAPALI LAHMACUN (Sembusek):

Mardin'de neredeyse her yemeğin yanında ve özellikle yemek öncesinde mezelerin yanında ekmek gibi servis yapılan çok özel bir tat var: Bir anlamda "kapalı lahmacun" diye de adlandırılan "Sembusek". Sembusek, un ve tuzlu suyla yoğrulmuş hamurun merdane yardımıyla açılıp kıyma, soğan ve baharatla içi doldurularak katlanmış biçimde fırına verildiği bir tür pide.



MALZEMELER

İç malzemesi: 1 kg köftelik kıyma, 500 gr kuru soğan, 1 demet maydanoz, tuz, karabiber, 2 çorba kaşığı biber salçası.

Hamurunun malzemesi: 2 kg un, 1 adet kabartma tozu, 1 çorba kaşığı tuz.

HAZIRLANMASI

İçinin hazırlanması: Kıyma, kuru soğan, maydanoz, salça ve karabiber eklenerek kavrulur.

Hamurun hazırlanması: 2 kg un, kabartma tozu ve 1 çorba kaşığı tuz karıştırılarak, hamur haline getirilir. Üzerine nemli bez örtülüp dinlenmeye bırakılır. Dinlendirilen karışımdan cevizden biraz büyükçe parçalar ayrılır.

Sembusek'in son hazırlığı: Merdane yardımıyla yuvarlak yufka şeklinde açılır. İçine önceden hazırlanan iç konup ikiye katlanır. Üzerine yumurta sarısı sürülüp fırına verilir. Sıcak olarak servis yapılır.

Verginin yüzde 15'ini Koç Topluluğu ödüyor

2007 yılı tahakkukları itibarıyla, toplam ÖTV'nin yüzde 44.4'ünü, Kurumlar Vergisi'nin yüzde 6.7'sini, KDV'nin ise yüzde 4.4'ünü Koç Topluluğu şirketleri ödedi. Koç Ailesi 2007 yılında ise toplam 28 milyon 384 bin 50 lira vergi ödedi. Bu meblağ, 2007 vergilendirme dönemi listesindeki son 13 ilin ödediği vergiyi yakaladı



Ankaralı bir işadamı, çeyrek asır önce Maliye Bakanlığı'nın kapısını çaldı. Vergilerin layığıyla ödenmediğini düşünüyordu. Talebi, ödenen vergilerin kamuoyuna duyurulmasıydı. Maliye de bu talebi yerinde bularak, ödenen vergileri hem şirketler hem şahıslar olarak ilan etmeye başladı.

Bu işadamı, Koç Topluluğu'nun kurucusu Vehbi Koç'un ta kendisiydi. Vehbi Koç, vergi konusundaki yurttaşlık bilincini ailesine de şirketlerine de aktardı. Koç Ailesi de Koç Topluluğu şirketleri de her yıl en çok vergi ödeyenler listesinde gururla yer alıyor.

Türkiye'nin toplam vergi gelirleri içinde Koç Topluluğu'nun payı yıllar itibarıyla artan bir seyir izliyor. Devletin 2007 yılı vergi geliri toplamı, bir önceki yıla göre yüzde 11.2 artarak 152,8 milyar YTL oldu. 2007 yılı içinde Koç Topluluğu faaliyetlerinden doğarak Devlet Hazinesi'ne ödenen toplam 22,5 milyar YTL tutarındaki vergi (sosyal mükellefiyetler hariç) ise, toplam vergi gelirlerinin yüzde 14.7'sini oluşturdu. 2006 yılında bu oran, yüzde 14.6 idi. 2007 yılında Koç Topluluğu'nun ödediği vergilerin artış oranı, devletin toplam vergi gelirlerinin üzerinde gerçekleşti. Toplam vergi gelirlerindeki yüzde 11.2'lik artışa karşın, Koç Topluluğu'nun ödediği vergilerdeki artış oranı yüzde 12.5 olarak gerçekleşti. Koç Topluluğu şirketlerinin 2007 yılında ödediği Özel

Tüketim Vergisi'nin (ÖTV) toplam ÖTV gelirleri içindeki payı yüzde 44.4'le rekor düzeye ulaştı. Bu oran bir önceki yıl da yüzde 44 düzeyindeydi. Koç Topluluğu'nun kazanç üzerinden tahakkuk eden 952 milyon YTL'lik vergisinin, devletin gelir üzerinden aldığı vergilere oranı da yüzde 2 oldu. Bu oran 2006 yılında yüzde 1.7 idi. Ayrıca 2006 yılında Kurumlar Vergisi'nin yüzde 5.2'si Koç Topluluğu tarafından karşılanmışken, 2007 yılında yüzdeler payı 6.7'ye yükseldi. Ödenen Katma Değer Vergisi'nin, devletin toplam Katma Değer Vergisi tahsilatı içindeki payı yüzde 4.4 oldu. Bu oran 2006 yılında yüzde 3.2'ydi.

"Örnek olmak istiyoruz"

Koç Ailesi'nin fertleri de her yıl vergi rekortmenleri arasında yer alıyor. Bu yıl da Türkiye Gelir Vergisi Rekortmenleri listesinin ilk 20 sırasında Koç Ailesi dört kişiyle temsil edildi. Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel listenin dördüncü, Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç beşinci, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç dokuzuncu, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Ömer M. Koç ise 19. sırada yer aldı. Devletin en önemli gelir kaynağı verginin, aynı zamanda sosyal adaletin sağlanmasındaki rolünü de hatırlatan Semahat Arsel, Koç Ailesi, Holding ve Topluluk şirketlerinin vergi konusunda örnek ol-

VERGİ CEPHESİNDE KOÇ AİLESİ'NİN SON 10 YILI

Semahat Arsel'in tek başına ödediği vergi, Bingöl, Ardahan, Bayburt, Şırnak ve Tunceli toplamı kadar

SEMAHAT S.ARSEL		DR. NÜSRET ARSEL		RAHİMİ M. KOÇ		SEVGİ GÖNÜL		ERDOĞAN GÖNÜL	
MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ
112,106,047	44,299,115	8,467,129	3,394,062	117,034,280	44,666,897	31,519,835	13,246,601	603,702	250,866

Devletin 2007 yılı vergi gelirleri

(milyon YTL)	2007	2006	Artış (%)
Gelirler üzerinden alınan vergiler	48.197	40.141	20,1
Mal ve hizmetlerden alınan vergiler	63.589	59.408	7,0
Dış ticaretten alınan vergiler	28.970	27.563	5,1
Diğer vergi ve harçlar	12.074	10.368	33,1
GENEL TOPLAM	152.832	137.480	11,2

ma amacına vurgu yaptı. 1998-2007 yılları arasındaki son 10 yıllık dönemde Semahat Arsel, Dr. Nusret Arsel, Rahmi M. Koç, Sevgi Gönül, Erdoğan Gönül, Suna Kırac, İnan Kırac, Mustafa V. Koç, Ömer M. Koç, Ali Y. Koç, İpek Kırac'ın ödediği vergilerin toplamı 172 milyon 225 bin 263 YTL olarak hesaplandı.

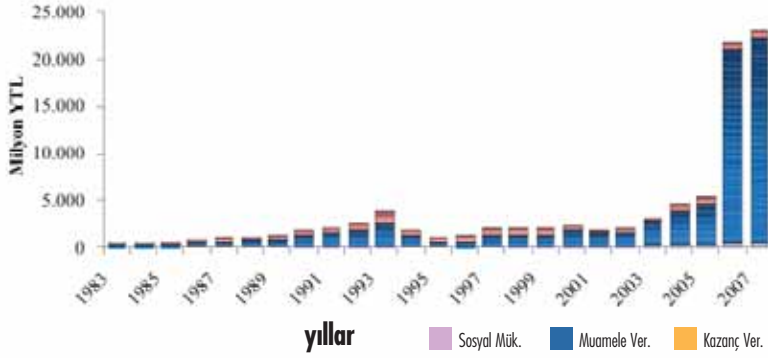
Koç Ailesi'nin vergisi 13 kentin vergisine eşit

Koç Ailesi 2007 yılında ise toplam 28 milyon 384 bin 50 YTL vergi ödedi. Bu meblağ, 2007 vergilendirme dönemi listesindeki son 13 ilin ödediği vergiyi yakaladı. 2007 yılında ailenin sekiz ferdinin, Semahat Arsel, Dr. Nusret Arsel, Rahmi M. Koç, Suna Kırac, Mustafa V. Koç, Ömer M. Koç, Ali Y. Koç, İpek Kırac'ın ödediği verginin toplamı şu illerin vergilerinin toplamı oldu: Çankırı (3 milyon 102 bin 452 YTL), Iğdır

(3 milyon 98 bin 515 YTL), Muş (2 milyon 934 bin 842 YTL), Ağrı (2 milyon 517 bin 592 YTL), Siirt (2 milyon 663 bin 447 YTL), Kilis (2 milyon 711 bin 296 YTL), Hakkâri (2 milyon 499 bin 987 YTL), Gümüşhane (2 milyon 156 bin 533 YTL), Bingöl (1 milyon 936 bin 225 YTL), Ardahan (1 milyon 766 bin 868 YTL), Bayburt (1 milyon 484 bin 285 YTL), Tunceli (1 milyon 350 bin 231 YTL), Şırnak (1 milyon 83 bin 129 YTL).

2007 Türkiye Gelir Vergisi Rekortmenleri listesinin dördüncü sırasında yer alan Semahat Arsel'in ödediği vergi, 7 milyon 235 bin YTL oldu. Rekortmenler listesinin beşinci sırasında yer alan Rahmi Koç da 7 milyon 72 bin YTL vergi ödedi. Arsel'in de, Koç'un da ödedikleri vergi, beş ilin toplamını yakaladı. Bingöl, Ardahan, Bayburt, Tunceli ve Şırnak'ın ödeyeceği vergilerin toplamı 7 milyon 620 bin YTL olarak hesaplandı. 📊

Yıllar itibarıyla Koç Topluluğu'na ödenen vergiler*



* Koç Topluluğu 2007 yılı faaliyetleri üzerinden, bir önceki yıla göre yüzde 12.5 artışla toplam 23,3 milyar YTL (17,9 milyar \$) vergi ve sosyal mükellefiyet ödedi. Koç Topluluğu'nun 1983-2007 yıllarına ilişkin olarak ödediği vergilerin seyrine ilişkin yukarıda yer alan grafikte, geçmiş yıllarda ödenen vergiler, enflasyon nispetinde eskale edilerek 31 Aralık 2007 tarihine getirildi. 2006 yılında Tüpraş'ın Topluluğa katılmasıyla, özellikle muamele vergilerinden kaynaklanan önemli bir artış yaşandı.

SUNA KIRAC		İNAN KIRAC		MUSTAFA V.KOÇ		ÖMER M. KOÇ		ALİ Y. KOÇ		İPEK KIRAC		TOPLAM	
MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ	MATRAH	VERGİ
56,964,359	22,719,201	8,674,988	3,564,307	47,125,192	17,285,738	29,822,115	10,841,074	29,094,288	10,620,452	3,505,948	1,336,946	444,917,888	172,225,263

Koç Topluluğu'nun 2007 faaliyetleri üzerinden ödediği vergiler

(milyon YTL)	2007	İç (%)	2006	İç (%)	2007-06
-Kazanç üzerinden ödenen vergiler	952,2	4,1	665,5	3,2	43,1
-Ödenen diğer vergiler	21,580,8	92,7	19.361,5	94,0	11,5
Toplam vergi	22.533,0	96,8	20.026,9	97,2	12,5
Sosyal Mükellefiyetler	735,2	3,2	572,1	2,8	28,5
GENEL TOPLAM	23.268,2	100,0	20.599,0	100,0	13,0

Türkiye Gelir Vergisi Rekortmenleri listesinin ilk 20 sırasında Koç Ailesi'nin dört ferdi yer aldı

Vergi bilinci yurttaşlığın gereğidir

İstanbul Vergi Dairesi Başkanı Şükrü Dilaver: “Kayıt dışı, Koç Topluluğu gibi firmalar için büyük sıkıntı. Çünkü onların kurduğu, kayıt dışına hiç geçit vermeyen bir sistem. Hem ülkenin geleceği, hem bu firmaların büyümesi için kayıt dışıyla mücadele şart”

Türkiye'deki vergi sistemini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Gelir İdaresi Başkanlığı, vergi sisteminin bütün taraflarının ihtiyaç ve beklentilerini bir araya getiren bir uzlaşma modeli oluşturma peşinde. Bu model ile günümüzün modern kamusal gereksinimlerini planlayan, mükellefi temel alarak bütün süreçlerini tasarlayan ve tüm bu hususlarda bütüncül yaklaşımlar gerçekleştiren bir idare olmanın adımlarını attı. Zira Gelir İdaresi, mükellefi paydaşı ve müşterisi olarak değerlendirmek, ihtiyaçlarını anlamak ve bunları karşılamaya yönelik tedbirleri önceden almak durumunda.

Vergi gelirleri açısından ülkemiz ne durumda?

Günümüz dünyasında güçlü gelir idareleri, rekabetçi ekonomilerin önemli yapıtaşlarıdır. Dolayısıyla Türk Gelir İdaresi de güçlü ekonomiye ulaşma sürecinde yapısal reformları uygulamakta tereddüt etmiyor. Bu iyileşme hamlesinin başarısı, kayıt dışı ekonominin önlenmesine bağlı. Kayıt dışı ekonomiyle mücadele sürecindeki en önemli araçlarımızdan biri etkin vergi denetimidir. Bunun dışında gelir idareleri için en önemli unsurlardan birisi gönüllü uyumu artırmak. Ayrıca hak ve yükümlülüklerinin bilincinde olan mükellefler adil, verimli ve kaliteli uygulamaları bekliyor, bunu elde ederse uyuma daha fazla istekli oluyor.

Öte yandan gönüllü uyumu artırmak için, sadece mükelleflerin hak ve yükümlülüklerinin bilincinde olmaları ve eşit muamele beklentilerinin karşılanması da yeterli

değil; aynı zamanda açık, basit ve kolay kullanılan sistem ve süreçler de gerekiyor. Başkanlığımız da bu bilinçle, vergi işlemlerinde karşılaştıkları zorlukları ortadan kaldırarak mükellef memnuniyetini en üst seviyeye çıkarmayı amaçlıyor. Bu amaçla, elektronik ortamda alınan beyanname uygulamasının kapsamı genişletildi; ayrıca mükelleflerimize büyük kolaylık sağlayacak modern bir çağrı merkezi faaliyete geçirildi.

Vergi ve yurttaşlık bilinci arasındaki bağ ülkemizde yeteri kadar biliniyor mu?

Ülkemizde vergi vermek, henüz yurttaşların bilincinde, askerlik gibi kaçınılmaz bir “görev” ya da eğitim gibi bir temel “hak” olarak yeterince yer etmiş değil. Vergiye uyumu sağlamada, vergisini tam ve zamanında vermeyenlere cezai yaptırımlar uygulanması her zaman yeterli olmuyor, asıl olarak toplumda vergi bilincinin yerleşmesi gerekiyor. Bu amaçla, her türlü iletişim aracından yararlanarak kampanyalar ve eğitimler düzenliyoruz. Bu faaliyetlerin ana hedef kitlesi ise çocuklarımız ve gençlerimiz. Yine bu kapsamda, yurt genelinde vergi bilincini oluşturmak için alışverişlerde fiş ve fatura alınması ve verilmesi alışkanlığını yerleştirecek kampanyalar düzenleniyor, vergi konulu paneller ve medya araçları vasıtasıyla verginin önemini, vazgeçilmezliğini vurgulayacak yayınlar yapılıyor.

Vergide etkin denetim için neler yapılıyor?
Araştırmalar, vergi inceleme olasılığında ki artışın, beyan edilen gelirin doğruluk derecesini artırdığını gösterir.



Vergi kayıp ve kaçığının boyutu ile niteliği, çeşitli yöntemlerle düzenli olarak araştırılıyor. Böylece vergi kayıp ve kaçığının yoğun olduğu sektörler belirlenip, sebepleri tespit edilip, gerekli önlemler alınmak suretiyle kayıt dışılığın yarattığı haksız rekabetin önüne geçilecek. Bunu sağlamak amacıyla, risk analizine dayalı bir denetim sistemi oluşturmak için sektörlerin özellikleri, potansiyeli, verimlilik ve kârlılık oranları gibi verilerin kullanıldığı bir risk modeli oluşturuluyor. Ekonomik olayların, gerçek kişiler için vatandaşlık ve kurumlar için vergi kimlik numarası altında izlenmesini ve bu bilgilerin denetim birimlerince etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamak üzere geliştirilen ve mükellef bilgilerinin yanı sıra diğer kurum ve kuruluşlardan alınan bilgileri de içeren veri ambarının kapsamı genişletilecek. Diğer kurumlarla işbirliği artırılarak, bu kurumların geliştirecekleri yazılımların Başkanlığımızın ihtiyaçlarını da karşılayacak şekilde üretilmesi yönünde girişimlerde bulunuluyor.

Verginin eksiksiz toplanabilmesi için nasıl bir süreç yaşanmalı?

Genel olarak baktığımızda, vergi gelirlerinde hedeflenen rakamlar tahsil edilebiliyor. Ancak tabii ki vergi gelirlerimiz olması gerektiğinden az. Çünkü ülkemizde



Şükrü Dilaver kimdir?

1965'te doğan Şükrü Dilaver, 1986'da Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ni bitirdi. 1992'de hesap uzmanı, 2000'de baş hesap uzmanı oldu, Mart 2000'de Boğaziçi Kurumlar Vergi Dairesi Başkanı olarak atandı. 2001'de İstanbul Defterdar Yardımcısı olarak göreve başladı; Ocak 2004'te Kocaeli Defterdarlığı'na getirildi. Mart 2004'te Tüpraş Denetim Kurulu üyesi, 2005'te Kocaeli Vergi Dairesi Başkanı oldu. 2005 sonunda İstanbul Defterdarlığı'na getirildi. Bu kurumdaki yeniden yapılanmadan sonra İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı'nı sürdürüyor. ABD'de etüt ve çalışmalarda bulunan Dilaver'in Türkiye'de çeşitli dergi ve gazetelerde yayımlanmış makaleleri var. 2004'ten bu yana Kocaeli Üniversitesi ve Kültür Üniversitesi'nde "Türk Vergi Sistemi" dersi veriyor.

yüksek sayılabilecek bir oranda kayıt dışı ekonominin bulunduğunu biliyoruz. Bazı kayıt dışı ekonomik faaliyetler aynı zamanda yasa dışı faaliyetler olduğu halde, bazıları da yasaklanmamış bir faaliyetin binlinçli olarak kayıtlara geçirilmemesi, dolayısıyla vergilendirilmemesi şeklinde ortaya çıkıyor. Kayıt dışı ekonomiye sadece Vergi İdaresi açısından bakılacak olursa, vergi kaçırmak amacıyla Vergi İdaresi'nin bilgi alanı dışına çıkılan tüm ekonomik faaliyetler kayıt dışı ekonomiyi oluşturur. Kayıt dışı ekonomi, öncelikle devletin vergi gelirleri üzerine etki yapar. Bir kısım faaliyetlerin kayıt dışı bırakılması sonucu mükelleflerin ödemesi gereken vergiler, olması gerekenden daha az olur. Vergi gelirlerinin beklenen seviyeye çıkartılabilmesi için kayıt dışı ekonominin asgariye indirilmesi gerekir. Bunu sağlamanın yolları da, vergiye gönüllü uyumu sağlamak, yurttaşlarımızın vergi bilincini geliştirmek ve etkili bir vergi denetimi yapmak olarak sıralanabilir. Bununla birlikte, vergisi tahakkuk et-

tirildiği halde ödemeyen mükellefler de var. Gelir İdaresi, vergisini zamanında ödemeyenleri tespit ederek, süresinde ödenmeyen vergi ve cezaların cebren tahsilini sağlayacak sistemler oluşturuyor. Bu amaçla borç takip ve değerlendirme sistemi kurulacak ve gerekli teknolojik yatırımlar yapılacak. Cebri tahsilatın etkinliğinin artırılması için diğer kurumlarla yapılan işbirliği geliştirilerek sürdürülecek.

Ekonomideki kayıt dışı bölüm olmasa gelirler ne kadar artar?

Türkiye'de baktığınız zaman, 70 milyonda 3.8 milyon mükellef var. Mevcut mükellef sayısını bir kat artırsak, oranları yarı yarıya indirsek bile aynı tahsilatı yaparız. Ortalama yüzde 50 civarı kayıt dışı olduğu söyleniyor. Bunu kayıt içine almak mümkün olsa, vergi oranlarını yarı yarıya indirme şansı ortaya çıkar. En önde kayıt içindeki mükellefler olmak üzere Türkiye'de herkesin kayıt dışı ile mücadele etmesi lazım. Öyle de oluyor aslında. Son dönemlerde

baktığınızda, kayıt dışı ekonomiye karşı en çok, kayıt içindeki mükellefler mücadele ediyor. Koç Topluluğu gibi firmalar için bu daha büyük sıkıntı. Çünkü onların kurmuş oldukları sistem, kayıt dışına geçit veren bir sistem değil. Onun için hem ülkenin geleceği için hem de bu firmaların büyümesi için kayıt dışı ile mücadele etmek şart...

Koç Ailesi, uzun yıllardır vergi rekortmenleri listesinin ön sıralarında yer alıyor. Koç Topluluğu, iş ortaklarının da doğru vergi ödeyip ödemediğini izliyor. Bu açıdan Koç Ailesi'nin vergiye bakışını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Koç Topluluğu Türkiye'de tahsil edilen vergi gelirlerinin yaklaşık yüzde 15'ini sağlıyor. Koç Ailesi fertleri her yıl açıklanan vergi rekortmenleri listesinde ön sıralarda yer alıyor. Koç Topluluğu ülkemizin en köklü ve güçlü kuruluşlarını bünyesinde bulunduruyor. Bu kuruluşlar birçok ana sektörde her zaman öncü olmuştur. Bunun en önemli sebeplerinden birisi, Koç Topluluğu'nda profesyonel yönetim yaklaşımının benimsenmiş olmasıdır. Şirketlerin profesyoneller tarafından yönetilmesi kurumsallaşmayı da beraberinde getirmiş, kurumsallaşma ise yürürlükte bulunan mevzuatın tüm ayrıntılarıyla uygulanmasını sağlamıştır. Koç Ailesi'nin vergiye "kutsal vatandaşlık görevi" olarak bakmaları, aile fertlerinin ve Koç Topluluğu şirketlerinin her dönemde en fazla vergi ödeyenler listelerinde yer almalarını sağlayan en önemli neden olduğunu düşünmekteyim.

Rakamlarla İstanbul

3 milyon 724 bin 260 vergi mükellefine, 69 vergi dairesinde 8400 personel hizmet veriyor. 1 milyon 26 bin 408'i, en az bir vergiden mükellef. İstanbul, Türkiye vergilerinin yüzde 43'ünü topluyor. 2008'de yaklaşık 73.6 milyar YTL vergi geliri bekleniyor. 81 ilin tahsilat oranı sıralamasında İstanbul'un yeri, 2003'ten sonra ikinci ve üçüncü sıralarda seyretti. İstanbul'un vergi gelirleri tahsilatı içindeki payı yüzde 44. Vergi türlerine bakıldığında Gelir Vergisi'nde yüzde 41, Kurumlar Vergisi'nde yüzde 55, Katma Değer Vergisi'nde yüzde 51 ve Özel Tüketim Vergisi'nde yüzde 42.



Türk usulü ev yenileme

“Evimi Çok Seviyorum” sloganlı reklamıyla Türk tüketicisinin gönlündeki yerini pekiştiren Koçtaş, organize yapı market sektöründe pazarın yüzde 40’ını kontrol ediyor. Avrupalı ortağının formatını Türk kültürüyle birleştiren şirket, ev geliştirme konseptiyle fark yarattı

2

007 verilerine göre Koçtaş’ın Türkiye’de girmedeği ilçe yok. Dünyada perakende mağazacılığın önem kazanmaya başlamasıyla, 1996’da ilk perakende mağazasını İzmir’de açan Koçtaş’ın stratejik tercihlerini ve gelecekle ilgili planlarını Koçtaş Genel Müdürü Alp Önder Özpmukçu ile konuştuk.

Koçtaş değişen tüketim alışkanlıklarına nasıl uyum sağladı?

Koçtaş’ın tarihi 1955’lere kadar dayanıyor. Ağırlıklı olarak toptan inşaat malzemeleri ticareti yaparak 1990’lara kadar faaliyetini bu şekilde sürdürdü. Bu yıllarda Türkiye’de tüketim alışkanlıkları değişti. Koçtaş da buna nasıl uyum sağlayacağını düşünmeye başladı. Dünyadaki gelişmeler incelendiğinde DIY (do it yourself-kendin yap) adı verilen perakende mağazacılığın önem kazanmaya başladığını gördü. Böylece 1996’da tamamen kendi imkânlarımızla İzmir Oto Sanayii’nde ilk perakende mağazamızı açtık. Lokasyonu

zor olmasına rağmen mağaza büyük başarı kazanınca bunu İzmir-Balçova, Antalya, Bodrum, Adana mağazalarımız izledi.

Neden İstanbul’dan önce başka kentlerde mağazalar açtınız?

1996’da İstanbul’da ilk mağazaları yabancı ortaklıklar açtı. Koçtaş’ın en büyük farkı, Türk kültürüne seslenen bir konsepti hayata geçirmeye çalışmasıdır. Rakiplerimiz daha çok yurtdışından getirdikleri bir konsepti aşlamaya çalıştı ve bence çok vakit kaybetti. Biz ise bu arada kendi formatımızı geliştirdik. 2000’de B&Q (Kingfisher) ile ortaklığa girmemizin ve toptan ticareti bırakıp tamamen perakendeciliğe yönelmemizin ardından, 2001’de İstanbul Kartal’da ilk mağazamızı açtık. Kingfisher, uzman bir grup ve Avrupa’da en büyük perakendeci; Rusya ve Çin’de pazar lideri. İlk mağazada onların formatını uyguladık; bizimkinden farklıydı.

Ne farkı vardı?

İnsanlar özellikle Kuzey ülkelerinde, boyası-

Alp Önder Özpamukçu kimdir?

1971 Kayseri doğumlu. Ortaöğrenimini, Kayseri TED Koleji'nde tamamlayarak, İstanbul Üniversitesi İngilizce İşletme ve Hukuk fakültelerinden mezun oldu. 1995'te Koçtaş'a girdi, 1996'da İzmir'de Koçtaş'ın ilk perakende mağazasının kuruluşunda yer aldıktan sonra mağaza şefi pozisyonuyla tayin oldu. 1998'de Antalya mağazasına müdür olarak atandı. 2000'de B&Q ile birleşme çerçevesinde kurulan operasyon müdürlüğüne başına getirildi. 2007'de yatırım ve operasyon direktörü oldu. 2007'de vekaleten, 2008 başında da asaleten Koçtaş Genel Müdürlüğü'ne atandı. Evli ve Ata Yılmaz adında beş yaşında bir oğlu var.

nürsünüz, gelip mağazadan alıp kendiniz uygularsınız. “Ev geliştirme” kavramında ise insanlara evlerini güzelleştirecek fikirler ve o fikirleri uygulayacak malzemeler sunuyoruz. Tadilat kısmında da evine bir şey yaptıracaksa usta bulmak derdine düşmesin diye hizmet sunuyoruz.

Rakipleriniz bu formatı uygulamıyor mu?

Ev geliştirme konseptinde bizi takip etmeye çalışanlar da hizmet olarak farkımız var. Hizmetlerimizin farkı, ürünlerimizin uygun fiyatı, ürünü iyi teşhir etmemiz ve üstün nitelikli personelimiz, bu hizmetin birini tamamlayan unsurları.

Ne tür hizmetleriniz var?

Hizmetlerimizden biri, ev yenileme. Geliyorsunuz bize, mimarlarımıza danışyorsunuz, ölçü alıp projelendiriyorlar. Hangi malzemeleri kullanacaksanız, onları Koçtaş'tan seçiyorsunuz, ekiplerimiz gelip evinizi yapıyor. Güvenilir bir firmadan garantili bir hizmet almış oluyorsunuz. Yaptığımız tadilatla bir sorun olduğunda sigortamız devreye giriyor. Telefonla ve internetten sipariş alanında da oldukça ileri bir noktadayız. Örneğin geçen yılki verilere göre, Koçtaş'ın Türkiye'de girmediği ilçe yok. Sektörümüzde zaten lider firmayız. Bu alanlarda da o liderliğimizi sürdürüyoruz. Ayrıca bir farkımız da nakliye ve iki yıl sigortalı montaj hizmetimiz.

“Sektör lideriyiz” dediniz. Ne kadarlık bir sektörden bahsediyoruz?

En son 2003 yılında Eurostat'ın yaptığı bir analize göre, 7 milyar dolar. Koçtaş, organize perakende pazarının yüzde 40'ından fazlasını elinde tutuyor ve bunu her sene artırıyor. Geçtiğimiz sene altı mağaza açıp 16 mağazaya ulaştık. Bu sene altı mağaza daha açacağız. Bu sene başında Ankara-Çankaya mağazamızı açtık. Yakında Trabzon, İstanbul-Edirnekapi ve İzmir-Karşıyaka mağazalarımız devreye giriyor. Birçok dalda, mesela seramik ve vitrifiye en büyük satışları biz yapıyoruz. Yurtdışında bi-

le gıpta ile bakılan yüksek hacimli satışlara sahibiz.

Sektörde en çok mağaza sizde mi var?

Mağaza sayısı açısından ikinciyiz ama metrekare olarak en büyük bizim. Aynı zamanda mağaza başına performans olarak da lideriz. 1700 personelimiz var. Sene sonu itibarıyla 600 kişilik ilave istihdam sağlayacağız.

Koç Topluluğu'nun bünyesinde olmanın getirdiği avantajlar var mı?

Çok güçlü bir marka, çok güçlü bir destek. Nasıl Kingfisher ile yurtdışını takip edebiliyorsak, Koç Topluluğu ile de Türkiye'nin dinamiklerini takip edebiliyoruz. Hem yatırım konularında hem de operasyonel faaliyetlerimizde grubun desteğini alıyoruz. Topluluğun yüzü müşteriye en açık şirketlerinden birisi biziz. Bu açıdan Koç markasının kutsallığına biz de katkıda bulunmaya, daha yukarı taşımaya çalışıyoruz.

Koç Topluluğu'nun on binlerce çalışanı var. Onlar da sizden alışveriş yapıyorlar mı?

Elbette. Topluluk mensupları, KoçAilem kartıyla bize geldiklerinde yüzde 5 indirim alır. Hakikaten de evlerini yenilemeye daha pozitif bakan, kendisini sürekli geliştiren bir topluluk olduğu için mensuplarımız en yoğun müşterilerimiz arasında yer alıyor.

Kingfisher ile ortaklığınız devam ediyor...

Onların ürün geliştirme ofisleri olduğu için özellikle bu konuda onlardan çok yararlanıyoruz. Örneğin bu ofislerden sağlanan bahçe mobilyaları büyük bir fark yarattı. Aydınlatmada çok güzel ithal ürünler var. Birçok konuda ortak alım yapabiliyoruz. Böylece Türk tüketicisine en iyi fiyatı sunabiliyoruz. Zaten bizim en büyük iddiamız, her şeyden önce fiyattır. Fiyatlarımız her zaman hem organize perakendecilerden hem de Türkiye'deki pazarın çok büyük kısmını oluşturan organize olmayan perakendecilerden düşüktür. Önemli olan müşteriye iyi ve doğru fiyatı sunmaktır. ☺

ni kendi yapıyor, parkesini kendi döşüyor, böylece hem evini güzelleştiriyor hem de keyifli vakit geçiriyor. B&Q'nun formatı da buna uygun olarak daha çok ürünü raflarda sergilemek şeklinde. Yaratıcılıklarını ortaya koyması için insanları teşvik edebilecek teşhirlerden biraz uzak bir format. Oysa Türkiye'de insanlar bu işleri kendileri yapmak istemiyor çünkü çok daha uygun fiyatlara kendileri için bu işleri yapan insanlar var. Türkiye'de insanlara ne lazım? Ürünü göstermek, evini nasıl güzelleştirebileceğini anlatmak, örneğini ortaya koymak lazım. Netice itibarıyla bu konsepti daha fazla açık alana sahip, ürünlerin daha iyi teşhir edildiği, insanların gözüne hitap eden bir noktaya getirdik. Sonuçta 2005'te yeni formatla tasarladığımız ilk mağazamızı Şişli'de açtık ve muazzam ilgi gördü. Bunun üzerine, o konsepti geliştirerek devam ettik. Zaten daha önceki mağazalarımız da metrekare ilavesi olmadan, dolar bazında yılda yüzde 40 büyümeye kaydediyordu.

Eskiden yapı marketlerde satılan şeylere “hırdavat” denirdi, şimdiyse “ev geliştirme” terimini kullanıyorsunuz. Kavramlar mı değişiyor, yoksa verdiğiniz hizmet mi farklı?

Hırdavat, “kendin yap” konseptinin bir parçasıdır. Ne yapacağınızı kendiniz düşü-

“Ford ve Opet’le Mardin’de standartlar yükseldi”

Maşuk Nas 1987’de, Koç Topluluğu Ankara Temsilcisi Turgut Tokuş tarafından çağrıldı ve Vehbi Koç ile tanıştırıldı. Bu sohbetin ardından Nas’ı arayan Tokuş, “Mardin Tofaş bayii oluyorsun” dedi. Çiftçi ve manifaturacı bir aileden gelen Nas, ne Tofaş’ı biliyordu ne arabadan anlıyordu. Ama ona güvenilmişti. Böylece en genç Koç bayii oldu. Şimdi Mardin’in ticari yapısını etkileyen bir işadama

Uçağımız Mardin Havaalanı’na inerken ilk göze çarpan büyük ve modern bina, havaalanının hemen yanında bulunan, Ford

Otosan ve Opet’i de kapsayan büyük plaza. Modern Mardin’in yüzü olan, geniş ve görkemli satış bölümleri, servis girişleriyle tüm kalite standartlarını temsil eden bu binada, Maşuk Nas’ın imzası var. Mardin Ford Otosan ve Opet Bayii Maşuk Nas, kurdukları uluslararası standartlardaki bu plaza ile kentin tüm ticari yapısının değiştiğini söylüyor. Nas, “Artık yeni bir araç satış ofisi açacak olanlar, bu kalitenin altına düşemezler. Dolayısıyla Mardin’de bir şeyleri değiştirdik” diyor.

Koç Topluluğu’nda 18 yaşında tek başına Tofaş bayii olarak Türkiye’de en genç yaşta Koç bayiliğini alan Mardin Ford Otosan ve OPET Bayii Maşuk Nas, sorularımızı yanıtladı.

Ne zaman Koç Topluluğu bayii oldunuz? Koç Ailesi ile ne zaman tanıştınız?

1987 yılındaydı. Koç Topluluğu’nun o dönemdeki Ankara Temsilcisi Turgut Tokuş beni çağırırdı. Beni Koç Holding’in kurucusu Vehbi Koç ile tanıştırdı. O zaman daha 18 yaşındaydım. Ankara’da

Holding’in binasında Vehbi Bey ile sohbet ettik. Daha sonra Turgut Bey beni aradı, Mardin “Tofaş Bayii oluyorsun” dedi. Çok şaşırdım, “Tofaş ne?” diye sordum. O da “Araç satacaksın” cevabını verdi. Ben araçtan hiçbir şey anlamazdım. Benim ailem çiftçilik ve manifaturacılıkla uğraşırdı. Neyse, o zaman 18 yaşında Tofaş bayii oldum. Ben bu anlamda Koç Topluluğu’nda bir ilkim. Tüm bayiler, yani genç bayiler, bayiliği babalarından, dedelerinden almışlardır. Benim için böyle olmadı. O zaman Murat marka arabalar vardı. Araç satmaya başladık.

İlk Tofaş bayiliğiniz ile nasıl sonuç aldınız?

1987 yılında Tofaş bayii olduğum zaman, bu bölgede bu arabalara “Murat” denilirdi. Mardin’deki ticari payı da yüzde 20 düzeyindeydi. Ama çok çalıştım. 1990-1992 yıllarına gelindiğinde, Tofaş’ın Mardin’deki satış payı yüzde 48-60 düzeyine ulaşmıştı. 2004 yılına kadar Tofaş bayii olarak sürdürdüm ticari hayatımı. Daha sonra, 2004 yılında da Ford Otosan bayii oldum ve bu büyük plazayı kurdum. Vehbi Bey son derece ileriye gören, gerçek bir Müslüman ama inançlarını ve dinini hiçbir zaman istismar etmeyen, davasına sadık, ger-

çek bir vatanperver, devleti uğruna her türlü fedakârlığı yapan biriydi. Zaten sloganı da “Ülkem varsa ben de varım” olmuştur. Biz de bu slogana hep layık olmaya çalıştık. Beni en çok Vehbi Bey etkilemiştir bayi olurken. Ona inanarak araç satmaya başlamıştım. Koç Topluluğu kadar Türk insanına ekmek kapısı açan az sayıda topluluk vardır.

Ford Otosan ve Opet bayiliğini ne zaman aldınız?

Ben 2004 yılında Ford Otosan ve Opet bayii oldum ve bu plazayı kurdum. 10 bin metrekarelik alan üzerinde, 5200 metrekaresi kapalı alan olan büyük bir kompleks burası. Opet istasyonu, Ford plaza, kamyon servisi, kaporta boyasından AVIS oto kiralamaya, Koç Allianz Sigorta’ya kadar bir araç için gerekli tüm hizmetler burada var. Burada 86 kişi çalışıyor. Hepsi gereken tüm eğitimlerini almış, Türkiye çapında, hatta uluslararası çapta bir tesisi çalıştırıyor. Bu, Mardin’de bir ilk oldu. Mardin’de artık bu alanda her şey değişecek, başka markalar da artık bir yer açmak istediklerinde en az bu kalitede bir palaza açmak zorundalar. Bu da ticari hayatta birçok şeyi değiştirecek. Personelimizin hepsi, hem teknik hem de satış ekibi tüm eğitimlerden geçtiler. Sertifikaları var. Bir



de benim asıl doğduğum yer olan Midyat'ta küçük bir uydu şubemiz var. 450 metrekarede Ford satıyoruz. Oradaki ekiple birlikte toplam 89 çalışanımız var. Ben Ford bayii olduğumda, Ford'un Mardin'deki ticari payı yüzde 20 düzeyindeydi. Şimdi pazarın yüzde 68'ini Ford oluşturuyor.

Koç Topluluğu bayii olmak nasıl bir duygu?

Ben yaklaşık 25 yıldır Koç Topluluğu

bayiiyim. Bundan gurur duyuyorum. Koç Topluluğu, Türkiye'ye çok büyük izler bırakmış bir topluluk. Biz de bu izin kalıcı olması için çalışıyoruz. Benden sonraki kuşakların da bunun için çalışacak. İki oğlum ve bir kızım var. Bayiliği onlara devretmek, benim için bir onurdur.

Türkiye'de Koç bayii olmak mutlak derecede ayrıcalıktır. Mesela bütün Türkiye'de Koç Topluluğu bayileri, mutlaka o ilin önemli eşrafından, dürüst iyi ticaret

“Türkiye’de Koç bayii olmak, mutlak derecede ayrıcalıktır. Bütün Türkiye’de Koç Topluluğu bayileri, mutlaka o ilin önemli eşrafından, dürüst, iyi ticaret adamı olarak tanınır, sayılır ve güvenilir. Kimse Koç Topluluğu bayiine kötü gözle bakmaz, ‘Dürüst ticaret adamıdır’ diye düşünür. Bir bankaya girdiğinizde ayrıcalıklı muamele görürsünüz. Bürokraside, iş dünyasında, halkın gözünde çok güvenilir bir kişisinizdir”

adamı olarak tanınır, sayılır ve güvenilir. Kimse Koç Topluluğu bayiine kötü gözle bakmaz, “Dürüst ticaret adamıdır” diye düşünür. Bir bankaya girdiğinizde ayrıcalıklı muamele görürsünüz. Bürokraside, iş dünyasında, halkın gözünde çok güvenilir bir kişisinizdir.

Bunun bir diğer önemli ayrıcalığı, tüketicinin, Koç logosunun görüldüğü yerde kaliteli mal alacağını bilmesidir. Örneğin bir aracı aldıktan sonra artık servisi olduğunu bilir. Örneğin bugün Opet, kaliteli temiz akaryakıtın adresidir. Bunu tüm Türkiye halkı da biliyor.

Anadolu Buluşmaları’nın Mardin’de yapılması konusunda ne düşünüyorsunuz.

Mardin’de bu toplantı çok heyecan yarattı. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ve Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Ali Y. Koç ile yöneticilerinin buraya gelmesi, Mardin ve Güneydoğu için çok önemli bir mesaj oldu. Onlara şükran borçluyuz. Bu ülkeyi sevdiklerini, bu bölgeye güvenlerini ortaya koydular. Yani dedeleri Sayın Vehbi Bey gibi, “Ülkem varsa ben de varım” sloganını taşıdılar buraya. 



Debriyaj solo mu istersiniz, çamurluk solo mu?

Bestecisi, ses yapımcısı, fizikçisi, heykeltıraşı, cam kesicisi ve müzisyenleriyle bu orkestra tam bir Ford Focus. İşte son dönemin en ses getiren orkestrası karşınızda!



Ç

ello; şanzıman ve kaput koruyucularından. Bas gitar, çamurluktan; işçiliği çok iyi, sert kenarları yumuşatıldı ve dikkatlice boyandı. Keman, arka C sütunu kullanılarak arka kelebek cam boşluğuna yerleştirilen gerçek keman telleriyle yaratıldı. Gitar; fren servosu ve debriyajdan... Orkestranın tamamı, "Ford Focus". Özel beste çalışmaları yapılan, bestecisi, ses yapımcısı, fizikçisi, metal heykeltıraşı, cam kesicisi, müzisyeninin haftalarca ter döktüğü bu orkestra, Nisan ayı başında bir yardım konserine de katıldı. Ford Otosan Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Aykut Özüner, kıtalararası bir emeğin ürünü olan, Ford Focus kullanıcılarına yenilerini ekleyen bu reklam fikrini yaratan ve hazırlıklarını sürdüren Ford Avrupa'nın yaratıcı ekibi adına sorularımızı yanıtladı.

Bir otomobilin entrümanlar haline dönüştürülmesi fikri nasıl oluştu? Müşteriler tarafından hem kullanım özellikleri hem tasarım hem de performans açısından tam not alan bir ürünün yenilenmesi oldukça zor bir görev. Bu nedenle kinetik tasarım anlayışı ile yeniden tasarlanan Ford Focus, bir bakıma "yeniden yorumlandı" da diyebiliriz. Focus kampanyasının ana fikri de, en güzel parçaların yeniden bir araya gelmesinin altını çizmeliydi. Bu fikri gerçeğe taşıyabilmek için de aracın kendi parçalarından yani enstrümanlarından yola çıkıldı. Bu parçaların her biri yeniden yorumlandı ve birleştirildi. Sanırım pek çok farklı parçanın bir araya uyumla gelmesini, bir orkestranın farklı birçok enstrümanın birlikte çıkardıkları o harmoni en iyi şekilde açıklıyor. Yaratıcı ajans, bu fikrin hayata geçmesi için profesyonel bir ekibin ve özellikle de otomobil parçalarından gerçek bir "ses" çıkartabilecek bir sanatçıya ihtiyaç

Bir otomobilin entrümanlar haline dönüştürülmesi fikri nasıl oluştu?

Müşteriler tarafından hem kullanım özellikleri hem tasarım hem de performans açısından tam not alan bir ürünün yenilenmesi oldukça zor bir görev. Bu nedenle kinetik tasarım anlayışı ile yeniden tasarlanan Ford Focus, bir bakıma "yeniden yorumlandı" da diyebiliriz. Focus kampanyasının ana fikri de, en güzel parçaların yeniden bir araya gelmesinin altını çizmeliydi. Bu fikri gerçeğe taşıyabilmek için de aracın kendi parçalarından yani enstrümanlarından yola çıkıldı. Bu parçaların her biri yeniden yorumlandı ve birleştirildi. Sanırım pek çok farklı parçanın bir araya uyumla gelmesini, bir orkestranın farklı birçok enstrümanın birlikte çıkardıkları o harmoni en iyi şekilde açıklıyor. Yaratıcı ajans, bu fikrin hayata geçmesi için profesyonel bir ekibin ve özellikle de otomobil parçalarından gerçek bir "ses" çıkartabilecek bir sanatçıya ihtiyaç



duydu. Bunun için de ilk olarak 55 yaşındaki besteci, yapımcı ve ses tasarımcısı Bill Milbrodt'a başvurdu. Emmy ödüllü kazanan Bill Milbrodt, araç parçalarından müzik aletleri yapma fikri ile çalışmaya yaklaşık 10 yıl önce başlamış, hatta eski bir aracı alıp orkestranın vazgeçilmez üflemeli, telli ve vurmali çalgılarını bu parçalardan yapmış. Milbrodt için garip cisimlerle güzel ve ilgi çekici sesler yaratmak uzun süreli bir takıntı haline gelmiş.

Elbette proje yönetmeni Noam Murro ve besteci Craig Richey de branşlarında çok başarılı sanatçılar. Ekip, aralarında mesafe olmasına rağmen çok yakın ve azimle çalıştı ve sonuç sizlerin de takdir ettiği gibi beste, prodüksiyon ve yaratıcılık anlamında mükemmel bir çalışma oldu.

Otomobilden gerçek enstrümanlar yapmak kaç kişinin, ne kadar zamanını aldı?

Beş mekaniker, sekiz saat içinde aracı tüm parçalarına ayırmış ve sonrasında bu parçalar Milbrodt'un metal heykeltıraşı olan arkadaşı Ray Faunce III'ün ehil ellerine bırakılmış. Ekipte ayrıca müzisyenler, fizikçiler ve cam kesiciler de çalıştı.

Hangi parçadan hangi sesin daha iyi çıkacağına, hangi parçadan hangi enstrümanı yapılacağına nasıl karar verildi?

İşin karmaşık kısmı bu noktada ortaya çıkıyor. Proje yönetmeni Noam Murro, bu enstrümanların akortlarının da tutturulmasını ve müziğin doğru düzgün çalınmasını istiyordu. Yapılan parçalar her ne kadar akortlu olsa da, gelişmiş değildi ve kulakları tırmalayabiliyordu. Milbrodt, parçayı yazan besteci Craig Richey ile çok yakın çalıştı. Bu iş çok kolay değildi çünkü biri Kuzey Amerika'nın bir kıyısında, diğeri de öbür sahil şeridinde oturuyordu. Enstrümanlar, tabii ki normal bir müzik

aletinin çıkardığı seslere sahip değil. Ancak Craig bu aletlerden istenilen sesin çıkabilmesi için biraz çaba harcadı.

Ekip enstrümanları hazırlarken, araç parçaları şeklinde görünmesine özellikle dikkat etti. Elbette sesler biraz metalik, çünkü enstrümanların çoğu metal.

Enstrümanların yapımında ve kullanımında güçlüklerle karşılaşıldı mı?

Parçaların metalden yapılması ses kalitesini biraz etkiliyordu ancak yazılan parçaya uygun olarak seçilen enstrümanlar birlikte çalındığında bu sorun ortadan kalktı. Seçilen orkestra elemanları, tecrübelerinin de yardımıyla belli bir alışma devresinden sonra bu garip ama ilginç enstrümanlardan en güzel sesleri çıkarmayı başardı.

Hangi orkestrayla çalışıldı? Sanatçıların Ford Focus'un parçalarını çalacaklarını öğrendiklerindeki tepkileri ne oldu?

Proje, Amerika film endüstrisinin başkenti Los Angeles'ta gerçekleştirildi. Orkestra, besteci Craig Richey ile daha önce çalışan ve tecrübeli sanatçılardan seçildi. Ve bu ekip başından beri projeye dahil olduğu için, bir şaşkınlık olmadı, alışma devresine ihtiyaç kalmadı. Müzik aletlerinin yapım evresinde de ekip ile yakın çalışan sanatçılar, Bill Milbrodt'a olan inançlarını hiç kaybetmediler ve sonuçta herkesin uyumla çalıştığı bir proje, başarıyla tamamlandı.

Orkestranın giysi renklerindeki vurgu nedir?

Renkler, görerek ve daha çok bilinçaltımızla algıladığımız en önemli unsurlar. Elbette gri, öncelikle ciddiyeti temsil ediyor. Ford markasının ve Focus'un güven duyulacak bir ürün olduğunun altını çiziyor. Doğruluğu ve sadeliği vurgulayıp, asıl önemli olan "Focus'un ana ilgi noktası olarak öne çıkmasını sağlıyor.

Bu reklamla hedeflenen mesaj neydi? Mesaj hedef kitleye ulaştı mı? Markaya nasıl bir katkı sağladı?

Reklamın orijinal başlığı "Beatifully Arranged" idi. Bunu Türkçe'ye uyarlamak ve kendi segmenti içinde tartışmasız liderliği kabul görmüş bir aracın "yenilenerek daha da iyileştirildiğini" duyurmak oldukça zor bir görev. Türk müşterilerine bu fikri aktarabilecek ve abartmadan doğruları gösterecek bir başlık peşine düştük. Bizim için oldukça zorlu bir süreçti ancak "Her parçası yeniden yorumlandı" başlığı, zaten beğenilen bir şeyin yeniden yorumlanmasını oldukça iyi aktardı.

Mesajımızın hedef kitleye ve doğru bir şekilde ulaştığını ve her şeyden önce kabul gördüğünü, bize ulaşan müşterilerimizin sayısının çokluğundan anlayabiliyoruz. Ford Direkt Hattı'nı arayıp, müziği nereden bulabileceklerini soran pek çok müşterimiz oldu. Hatta biri, fikirlerin paylaşıldığı bir internet sitesinde "Sadece bu reklam yüzünden Focus aldım" yorumunu yapmış. Bunlar elbette bizim için gurur verici yorumlar. Atlanmaması gereken en önemli kriter, bayilerimizin düşünceleri. Bayilerimizin, Lansman aktivitesinde reklam filmini seyrettiklerinde yüzlerinde beliren gülümseme ve alkışları, bize onların da beğenisini kazandığımızı gösterdi.

Bu enstrümanlarla gerçek bir konser düşünüyor mu?

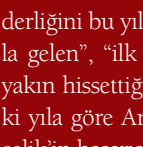
İngiltere Essex'da "Genç Kanser Derneği" yararına düzenlenen bir yardım konserinde Nisan ayı başında bazı enstrümanlar çalındı. Parçanın adı "Six O'Clock". Richard Watson tarafından yazılan ve Mike Rutherford'un (Genesis) seslendirdiği bu parçada, bu ünlü sanatçılara Guilford Çağdaş Müzik Akademisi ve Ulusal Senfoni Orkestrası'nın sanatçıları eşlik etti.

Türkiye Arçelik'e güveniyor

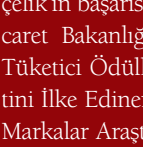
“İlk akla gelen marka” sorgulamasında Arçelik, bu yıl da ilk sırada yer aldı. Arçelik'in neden tüketicilerin aklına ilk gelen marka olduğunu anlayabilmek için sokağa çıktık



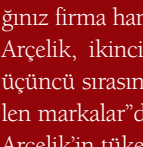
Ece Kayalı



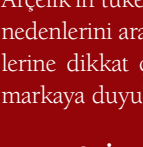
Selçuk Arıcı



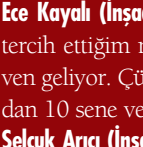
Emine Akgöl



Ahmet Dalacı



Orhan Eryılmaz



Müge Ateş

Araştırma şirketi Nielsen'in 14'üncü kez düzenlediği “Markalar Araştırması”nın 2007 sonuçlarına göre, kategori belirtilmeksizin kişilerin ilk aklına gelen marka sorgulamasında Arçelik, 10 yılı aşan liderliğini bu yıl da korudu. Araştırmada Arçelik, “ilk akla gelen”, “ilk hatırlanan” ve “tüketicinin kendisine en yakın hissettiği” marka çıktı. Sonuçlardan biri de önceki yıla göre Arçelik'i belirtenlerin oranının artması. Arçelik'in başarısının bir başka göstergesi de, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın 10 yıldır düzenlediği “Geleneksel Tüketici Ödülleri” yarışmasında “Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma” ödülünün sahibi olması. Markalar Araştırması'na göre, tüketicilere “İlk hatırladığınız firma hangisidir?” sorusu yöneltildiğinde ilk sırada Arçelik, ikinci sırada da Koç cevapları geldi; listenin üçüncü sırasında ise Beko ve Ülker var. “Yakın hissedilen markalar”da da ilk sırada yine Arçelik var. Arçelik'in tüketicilerin aklına ilk gelen marka olmasının nedenlerini araştırmak için sokağa çıktık. Farklı özelliklerine dikkat çekse de, insanların bulunduğu nokta, markaya duyulan güven oldu.

Ece Kayalı (İnşaat Mühendisi): İlk aklıma gelen ve evimde tercih ettiğim marka Arçelik. Aklıma dayanıklılık ve güven geliyor. Çünkü Arçelik'ten aldığım bir eşyayı en azından 10 sene ve üzerinde kullanabileceğimi bilirim.

Selçuk Arıcı (İnsan Kaynakları Uzmanı): İlk üçe Arçelik'i koyardım, çünkü Ar-Ge'ye en çok yatırımı onların yaptığını biliyorum. Ayrıca tüketicilerin ihtiyaçlarını en doğru şekilde yönlendiriyorlar. Bu yüzden Arçelik denildiğinde sağlamlık ve güven anlıyoruz.

Emine Akgöl (Bilgisayar Programcısı): Arçelik dendiğinde aklıma babaannem geliyor. Ne yaparsanız yapın ona başka marka aldırılmazsınız. Babaannem okuma yazması olmamasına rağmen çamaşır makinesini kullanabiliyor. Kullanım kolaylığının Arçelik'in en önemli özelliği olduğunu düşünüyorum. Kampanya ve reklamlar da Arçelik'i ön plana çıkarttı. Servis sonrası hizmetlerin de hızlı olması insanları etkileyen önemli unsurlar.

Ahmet Dalacı (Endüstri Mühendisi): Böyle bir sıralamada Arçelik'i ilk üçe koyabilirim. İnsanların bu ilgisini yerli marka olmasının yarattığı güvene bağlıyorum. Yetkili servis destekleri de çok önemli. Arçelik denildiğinde aklıma ilk Çelik geliyor açıkçası. Son dönemlerde yapılan reklam kampanyaları Arçelik'in genç kuşakta yaygınlaşmasını sağladı.

Orhan Eryılmaz (Eğitim Danışmanı): Üç yıldır evimizde her şey Arçelik. Bu yüzden Arçelik'i ilk aklıma gelen marka olarak anabilirim.

Mutsuz olduğum noktalar da olsa; yarattığı güvenle Arçelik her zaman ilk tercihlerim arasında yer alıyor.

Müge Ateş (Yönetici Asistanı): Tasarım ve fiyatıyla insanların gözünde öne çıkıyor. Arçelik'in güvenilir ve kullanımının basit olması da çok önemli.

Göker Sarp (Satış Danışmanı): İnsanların Arçelik'i ilk akla gelen markalar arasına sokması; güvenilir olması ve servis sonrası hizmet kalitesiyle alakalı.

Gülşün Koryiğit (Yönetici): Arçelik ilk aklıma gelen markalardan biri... İnsanlar eski bir marka olduğu ve güvenilir buldukları için ilk sıraya Arçelik'i koyuyorlar.

Aysel Egeaka: İlk Arçelik eşyayı 1973 senesinde aldım. Merdaneli bir çamaşır makinesiydi. Sağlam ve güvenilir olması benim için çok önemli. İlk aldığım Arçelik'ten bugüne güvenilir bir marka olması nedeniyle benim için ilk sırada...

Ayten Ayça Çalgıcı: Kardeşime ben de katılıyorum. Güvenilirlik benim için de geçerli. Öte yandan modellerin kullanışlı ve dayanıklı olması da tüketiciyi etkilemiştir...

Hüsnü Kurtoğlu (Emekli Hava Astsubayı): Bütün firmalar, en iyi ürünü üretmeye çalışıyor. İnsanlar artık kalite nedeniyle markalara yöneliyor. Arçelik Türkiye'nin en önemli markasıdır kesinlikle. Yan ürünleriyle birlikte herkesin evinde Arçelik vardır. Bu da kalitesinin göstergesi.

Ayşe Tuz (Eczacı): Bütün eşyalarım Arçelik'ten. Sanırım markanın başarısının ardında, bayilerin hizmet anlayışı yatıyor. Şahsen beni Arçelik'e bağlayan, bayilerle kurduğum yakın ilişki ve onların hizmet anlayışı. Çünkü onların sayesinde Arçelik'e güvenim tam.

Ziya Selek (Memur): İnsanların tercih etmesinin ardında, güvenilir olması yatıyor. Beğenin veya beğenmeyin, Arçelik'e en azından güvenirsiniz...

Ekim Güray ve Merve Çizmeci (Öğrenci): Beyaz eşya kategorisinde Arçelik diyebiliriz. Arçelik denildiğinde aklıma Çelik karakteri geliyor. Son dönemde hazırlanan reklamlar markanın tanınırlığını artırdı.

Murat Aksoy (Memur): İnsanlar Koç Ailesi'ne güveniyor sanırım. Daha önce televizyon fabrikasında da çalıştığım için kalitesini biliyor ve güveniyor.

Yılmaz Tuncel (Memur): Arçelik'in ilk sırada yer almasına şaşırma-mak gerekir. Çünkü Arçelik insanda güven yaratıyor. Evde de Arçelik var. Çok memnunuz.

Emre Tekbaş (Sporcu): Tanıtım ve yapılan reklamlar Arçelik'i en çok tanınır marka haline getirmiştir. Çok eski ve yerli bir marka olması da da avantaj, ancak özellikle gençler arasında yaygınlaşması başarılı reklam kampanyalarıyla oldu.

Özden Ergene (Matematik Mühendisi): Arçelik'in ilk akla gelen marka olduğunu söyleyebilirim. Bunun nedeni herkesin evinde mutlaka bir Arçelik eşyanın bulunması. Dolayısıyla herkesin evine giren bir firmanın marka tanınırlığında ilk sırayı almasından daha doğ-al bir şey olamaz.



Arçelik Genel Müdürü Aka Gündüz Özdemir BAŞARININ SIRRINI açıkladı:

"Bir marka, zaman içindeki hareketleri, duruşu, söylemiyle tüketiciye karşı birtakım vaatlerde bulunur. Sonuçta tüketiciye sunduğunuz tek şey faydadır ve her şey buna göre şekillenir. Bir markanın, söylediği fayda ile sunduğu fayda özdeşleştiği zaman, tüketiciler o markaya daha fazla değer verir. İşte bu yüzden günümüzde tüketiciler tercihlerini Arçelik'ten yana kullanıyor. Bu bizim için çok önemli. Çünkü markayı yönetmek oldukça zor bir iş. Duruşunuzu bozmamanız gerekiyor. Marka yönetmek derken; ürünler, hizmetler, tecrübe, teknolojik üstünlük, buna benzer birtakım değerler var ve bunların tümü 'itibar' diye algılanıyor. Markanın kurumsal itibarı, bütün bu unsurlarla birlikte yönetilmek zorunda. Arçelik iyi yönetildiği için bugün Türkiye'nin en beğenilen markası ve aynı zamanda en beğenilen şirketler arasında devamlı yer alıyor.

Arçelik olarak, marka yönetimimizde iki temel felsefeye sahibiz. İlki 'süreklilik'tir. Süreklilik anlayışımız paralelinde; tüketicimizin karşısına aynı şekilde, aynı tonda, birbirine yakın içerikte mesajlar vererek çıkmayı ilke edindik. Bununla birlikte, yılın 365 günü hem PR hem de reklamlar olmak suretiyle her kanalda sürdürerek hem marka hem kurumumuzla ilgili bilgileri tüketicimize aktarıyor ve bunu yaparken de bir taahhütte bulunuyoruz. İkinci felsefemiz ise 'tutarlılık'tır. Bizler için tüketicilere verdiğimiz taahhüdün hem ürün hem kalite hem de servis konularında sarf edilen her türlü söylemin yüzde 100 tutulması, işimizin başında gelmektedir.

Tüketiciye vaadinizden fazlasını verebilmelisiniz. Literatürde eskiden 'bağımlı müşteri' sözü çok iyi bilinirdi. Şimdi 'tarafat müşteri' mevcut. Yani kendisi ürün alacak ve başkalarına tavsiye edecek. Arçelik, yerel stratejisini bu doğrultuda yönetiyor ve bu konuda başarılı bir şirket.

Beko'nun başarısındaki payı büyük

Arçelik markamızla yakaladığımız başarıların ve yıllardır süregelen liderliğimizin yanı sıra Beko ile dayanıklı tüketim sektöründe uzun yıllardır ikinci büyük marka konumundayız. Nielsen Markalar Araştırması kapsamında daima ilk beş marka arasında bulunan ve geçtiğimiz senelere göre hızlı yükselişini sürdürerek 2007'de üçüncü sırada yer alan Beko, şirketimizin uluslararası pazarlardaki lider markasıdır.

Şirketimiz vizyonunu, '2010'a kadar Beko markasıyla kendi sektöründe dünyanın tercih ettiği ilk 10 markadan biri olmak' şeklinde belirlemiş ve vizyonuna dahil ederek bu markamızın yönetiminin tüm şirket

stratejilerini oluşturmadaki önemini bir kez daha vurgulamıştır.

1990'da, Arçelik A.Ş.'nin, Beko markası için 'bir dünya markası' sloganıyla belirlediği hedef, şirketimizin uluslararası pazarlarda sektörün önemli oyuncularını arasına girmesini sağlamıştır. Bugün 100'den fazla ülkede, her iki saniyede, bir Beko ürünü satılıyor ve Beko markalı ürünlerimiz şu ana kadar 280 milyonun üzerinde tüketiciye ulaştı.

Faaliyet gösterdiğimiz pazarlar fark etmeksizin, hem kaliteli, üstün teknolojiye sahip ürünler hem de satış sonrası tüketicilerimize sunduğumuz etkin hizmet ile sektöründe fark yaratan Arçelik A.Ş., uluslararası markası Beko ile İngiltere'de soğutucular, Belçika'da fırın pazarında lider pozisyonundadır. Bugün Arçelik A.Ş. olarak gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında imza attığımız tüm başarıların ve gerçekleştirdiğimiz hızlı organik büyümenin temelinde, Şirketimize ve markalarımıza duyulan güven ve katma değer yaratan bir iş ortağı olmanın katkısı çok büyüktür.

Arçelik'i farklı kılan nedir?

Biraz yakın geçmişe bakarak Arçelik markasındaki değişimi ve gelişimi inceleyecek olursak; 2000'li yılların başlarında yapılan bazı araştırmalar, Arçelik markasının her kesimden hanelerde yüksek penetrasyonu ve köklü yapısı nedeniyle, tüketicilerin zihninde farklı ifadeler yarattığını ortaya çıkarmıştır. Oysa güçlü bir marka, herkes için 'tek bir şey' ifade etmeliydi. Yapılan bu araştırmalar, tüketicilerin zihninde Arçelik algısında pürüzler olduğuna yönelik; markanın çağdaş olmaması, durağan olması ve yeterli teknolojiye sahip olmaması şeklinde algılanması yönünde sinyaller veriyordu. Tüketicilerin görmek istedikleri Arçelik markası ise oldukça farklıydı. Arzulanan Arçelik; 'çağdaş, modern, gelişmiş teknoloji sunan, genç ve dinamik' bir markaydı.

Yeni bir soluğa ihtiyaç duyan Arçelik markasının sıcak, güvenilir, lider olarak tanımlanan güçlü yönlerini koruyarak, markanın 'modern ve çağdaş' imajını kuvvetlendirmeyi hedefledik. Bu hedefimiz doğrultusunda Arçelik markası için önerilen, markanın sahip olduğu fakat şimdiye kadar konuşmadığı 'yenilikçiliğini' sahiplenerek, marka itibarını ve canlılığını artırmayı hedefleyen iletişim stratejisi geliştirdik. Bu stratejinin temelini ise 'Bizim Arçelik' tanımını 'Vay be Arçelik' olarak değiştirmek oluşturmuyordu. Arçelik'in düzenli olarak yaptığı araştırmalar, markanın reklamlarında yüksek oranda spontan hatırlanma elde edildiğini gösterdi. Yapılan bu araştırmalara göre; markanın 'yenilikçi ve ileri teknoloji' değerleri hızla arttı."



Promena Genel Müdürü Levent Zağra

“Ana felsefemiz şirketlerdeki satınalma ekipleriyle çalışmak”

“Online ihale, dünyada 10 senelik bir geçmişe sahip yeni bir yöntem. Her şirkette bir alışma ve öğrenme zamanı gerekiyor. ‘Best Practice’ paylaşımının sağladığı en büyük avantaj, şirketlerdeki bu ilk aşamayı hızla geçmek ve stratejik satınalma konularının kısa sürede proje kapsamına dahil edilmesini sağlamak”

Promena Genel Müdürü Levent Zağra, 2007 yılında 700 milyon dolarlık hacme ulaşan Koç Topluluğu’nun elektronik satınalma ve online ihale tutarının, bu yıl bir milyar doları aşmasını beklediklerini söylüyor. “Türkiye’deki en büyük elektronik satınalma sistemi” olarak 6 binin üzerinde tedarikçinin bilgilerini barındıran bir veritabanına sahip olduklarını belirten Zağra, performans bilgilerine de dayanarak yeni geliştirdikleri alım projelerinde nite likli tedarikçi şirketleri tavsiye ettiklerini ve böylelikle katılımcı sayısı ile birlikte rekabet düzeyini artırdıklarını söylüyor. Zağra sorularımızı yanıtladı...

Satınalmanın stratejik önemi nedir?

Şirketlerin brüt kâr marjı azaldıkça satışları artırarak kârlılığı sürdürmek zorlaşıyor. Satınalma maliyetlerinde sağlanacak tasarruf, şirket kârına doğrudan yansırken satışlardaki büyüme sadece kâr marjı oranında gelir tablosuna olumlu etkide bulunuyor. Durum böyle olduğunda satınalma, bir şirketin rekabet gücüne en büyük

etkiyi yapan faaliyet haline geliyor. 2000 yılından itibaren birçok şirket, satış ve ciro odaklı stratejik planlamadan maliyet yapılarını da kapsayan faaliyet kârı esaslı değerlendirme sistemlerine geçti. Rekabetin her sektörde ve global çapta ortaya çıkmasına paralel olarak dünyanın her ülkesinde benzer bir gelişimi görmek mümkün. İki yıl önce ABD’de gerçekleştirilen bir araştırmada, mülakat yapılan 130 şirketin yüzde 50’den fazlasının satınalma konusunu stratejik boyutta ele almaya başladıkları tespit edildi. Böyle bir gelişimin kendiliğinden ortaya çıkmadığı açık. Şirketler satış tarafında yaşadıkları rekabetten alım tarafında yararlanmak ve kâr marjlarını korumak istiyorlar.

Promena Stratejik Satınalma Hizmetleri neler?

İki ana hizmetimiz var: “Online ihale” hizmetimiz tedarikçiler arasındaki rekabeti daha etkin kullanarak piyasanın verebileceği en iyi alım şartlarına ulaşılmasını amaçlıyor. Bunun yanında pazarlık süresinin kısaltılması, zaman ve işgücü tasarru-

funun sağlanması ikinci önemli amaç. Son olarak şeffaflık konusu önemli bir avantaj olarak ortaya çıkıyor. Tedarikçi şirketler ile tüm alım bilgilerinin ve rekabet seviyesinin aynı anda, net olarak paylaşılması şeffaflık ilkesini pekiştiriyor ve rekabeti artırıyor. “Elektronik satınalma” hizmetimizle ise, şirket içindeki satınalma süreçlerinin online ortamda yürütülmesini amaçlıyoruz. Elektronik satınalma projelerinin getirisini, satınalma faaliyetinin takibinde ve işlem giderlerinin azalmasıyla ortaya çıkıyor. Koç çapında yürütülen endirekt malzeme elektronik satınalma sistemi bu konudaki en önemli projemiz.

“Best practice” paylaşımı nerede devreye giriyor?

Koç Grubu içinde şirketlerimiz tarafından gerçekleştirilen başarılı proje konularını, diğer şirketlerimiz ile gizlilik prensipleri çerçevesinde paylaşarak Grup çapında sağlanan maliyet avantajını artırmayı amaçlıyoruz. Ford Otosan tarafından gerçekleştirilmiş bir bilgi işlem yatırım ihalesinin Koç.net’e örnek olduğunu ve başarı ile tekrarlandığını, benzer şekilde Tofaş tarafından düzenlenen dokümantasyon hizmeti ihalesinin Arçelik’te de gerçekleştirildiğini örnek olarak söyleyebilirim.

Online ihale yöntemi, geleneksel pazarlık yöntemleri ile ilk bakışta uyumsuz gibi görülebiliyor. Bu nedenle ilk toplantılarda yaşadığımız ancak sonradan üstesinden geline bir itiraz silsilesi ile karşılaşılıyor. İlk aklıma gelen örnek; tekstil sektöründe faaliyet gösteren müşterilerimizden biri, iplik boyası alımının internet ortamında yapılamayacağını çünkü göz göze bakmadan tedarikçilerden iyi fiyat alınamayacağını ısrarla belirtmişti. Koç Topluluğu’ndan örnek vermek gerekirse, direkt malzeme ve parça alımlarının internet ortamında kesinlikle pazarlığının yapılamayacağına dair bir önyargı vardı. Sadece “standart” olarak tanımlanan alım kalemlerinin ele alınabileceği iddia ediliyordu.

Online ihale, dünyada 10 senelik bir geçmişe sahip yeni bir yöntem. Her şirkette bir alışma ve öğrenme zamanı gerekiyor. “Best practice” paylaşımının sağladığı en büyük avantaj, şirketlerdeki bu ilk yaklaşımı kırmak ve stratejik satınalma konularının kısa sürede proje kapsamına dahil edilmesini sağlamak.

Toplu satınalma stratejik satınalmanın neresinde?

Birkaç şirketin bir araya gelerek toplu satı-

nalma yapması, alım hacmini artıracak ve daha iyi fiyat ve alım şartlarına ulaşılmasını sağlayacaktır. Zer şirketimiz Koç Topluluğu’nda bu görevi yüklenmiş durumda. Zer ile Promena’nın ortak geliştirdiği projelerde toplu satınalma ve online ihale silahlarının her ikisinden de yararlanmak mümkün oluyor.

Promena olarak, şirketlerin kendi başlarına düzenledikleri münferit alım projelerine odaklanıyoruz. Bunun nedeni, birçok toplu alım projesinde katılan her şirketin alım şartlarını birleştirmek ve tek bir şartname oluşturma beklenenden daha zor ve hatta hiç mümkün olmaması. “Best Practice” paylaşımı çerçevesinde her şirket ile ayrı projeler yürütmek, bize Koç Topluluğu’nda tüm uygun satınalma konularını kısa sürede kapsama imkânı verdi. Şirketlerdeki satınalma uzmanlığından da bu yaklaşım sayesinde daha iyi yararlandığımızı düşünüyorum.

Elektronik satınalma 2002 senesinden bu yana mı işletiliyor?

Koç Grubu, herhangi bir endirekt alım konusunu incelediğinizde Türkiye’deki en büyük alıcı olarak karşınıza çıkıyor. Bu bilgisayar kartuşundan endüstriyel yağ ürünlerine kadar böyle. Ancak bu alım gücünden yararlanmak için toplam alım cirosunun bilinmesi ve pazarlıkların merkezi olarak gerçekleştirilmesi gerekli.

Elektronik satınalma sistemimiz tüm şirketlerimiz tarafından alımı yapılan endirekt malzemelerin standardizasyonu ve ortak alımı amacıyla Eylül 2002 senesinde devreye alındı. Bugüne kadar alım cirosu artarak devam etti. Türkiye’deki en büyük elektronik satınalma sistemi olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Yaklaşık 250 adet tedarikçi şirket, 120 binin üzerinde ürün tanımlı. Şirketlerimizden toplam 2500 kullanıcı hazır üretici kataloglarını inceleyerek sipariş verebiliyor.

En çok yanlış anlaşılan konu nedir?

En çok yanlış anlaşılan konu, sunduğumuz hizmetin bir yazılım projesi olarak görülmesi. Yaptığımız ilk toplantılarda mutlaka görüştüğümüz şirketin BT yöneticisi de yer alıyor. Oysa BT ile ilgili herhangi bir konu konuşmuyoruz. Sonraki toplantılarda durum açıklığa kavuşuyor. Yazılım değil tecrübe satıyoruz.

Diğer taraftan, özellikle online ihaleyi bir yazılım projesi olarak görmek şirketleri bazı tehlikeli çukurlara düşürebiliyor. Online ihale, yanlış uygulanması çok kolay

olan bir yöntem. Özellikle Amerikan pazarında yapılan yanlış uygulamalar neticesinde birçok sektörde bu yöntemin ismi kötüye çıkmış. Başarılı bir proje için şartname hazırlığı, tedarikçi seçimi, bilgi paylaşımı gibi ön çalışmanın eksiksiz yapılması gerekir. Promena olarak yaklaşımımız hazırlık aşamasından başlayarak şirketler ile beraber çalışmak ve online ihalenin doğru düzenlenmesini sağlamak.

Hizmet felsefemizi şu şekilde vurgulayabiliriz; şirketler adına satınalma yaptığımızı iddia etmiyoruz, satınalma konularını şirketlerin kendi satınalma ekibinden daha iyi kimsenin bilemeyeceğini savunuyoruz. Dolayısıyla “satınalmanızı bize outsource edin” şeklinde bir yaklaşımımız yok. Promena olarak tecrübemiz, sunduğumuz online ortam ile sınırlı. Bu nedenle şirketler ile beraber çalışmak, üzerinde ısrarla durduğumuz ana felsefemiz.

Promena için yeni gelişim alanları neler?

Koç Topluluğu online ihale ve elektronik satınalma hacmimiz geçen yıl 700 milyon dolara ulaştı. Bu yıl 1 milyar doları aşacağını tahmin ediyoruz. Geldiğimiz noktanın önemli olduğunu düşünüyorum.

İleriye yönelik bizi heyecanlandıran birkaç konudan bahsedebilirim. İlk olarak yurtdışından tedarikçilerin katıldığı satınalma projelerinin sayısı giderek artıyor. Örnek olarak, bir kimyasal hammadde alımı için Çin, Güney Kore, Türkiye ve Avrupa’dan tedarikçilerin rekabet ettikleri bir projeyi geçtiğimiz ay sonuçlandırdık. Eskiden sadece Türk distribütör firmaların katıldığı ihalelere artık yabancı oyuncular da kolaylıkla kendi ofislerinden internet aracılığı ile iştirak ediyor. Rekabet de bu ölçüde artıyor. İkinci olarak, giderek alım tutarı daha yüksek; dolayısı ile bir şirket için daha stratejik konulara doğru ilerliyoruz. Hammadde alımları, üretim ile ilgili cihaz yatırımları, inşaat projeleri ve direkt malzemeler bu kategoriler arasında. Ortalama proje tutarının her sene giderek yükseldiğini memnuniyetle söyleyebilirim.

Üçüncü bir gelişme, tedarikçi veritabanımız ile ilgili. Bugüne kadar projelerimize davet edilen 6 binin üzerinde tedarikçinin bilgilerini barındıran bir tedarikçi veritabanımız var. Her şirketin geçmiş performansını katıldıkları projelerden takip edebiliyoruz. Bu bilgiye dayanarak yeni geliştirdiğimiz alım projelerinde nitelikli tedarikçi şirketleri tavsiye ediyoruz. Amacımız katılımcı sayısını ve sonuç olarak rekabet seviyesini artırmak.





Nostalji treni hareket etti

Bilet tasarımından üniformalara, vagonlardaki “ilan” panolarından dekovil hattının makaslarına kadar her santimine nostalji sinen “Hasköy-Sütlüce Demiryolu” hattı açıldı. Rahmi M. Koç, 673 metrelik demiryolunun anlamını şöyle özetledi: “Kısa bulunabilir ama ne kadar emek verdiğimizizi, bir ben bir de Allah bilir”

istanbul'da ilk tren düdüğünün yükseldiği 12 Ağustos 1888 gününden 120 yıl sonra, makinist Macit Doğan'ın çaldığı keskin düdük duyuldu. Bu düdükle birlikte üç vagonu ve 45 yolcusuyla Rahmi M. Koç Müzesi'nden hareket eden “nostalji treni”, 673 metrelik kısa menziliyle, artık çok uzakta kaldığı düşünülen bir kültürün de küllerinden doğuşunu simgeliyor. 21 Nisan Pazartesi günü açılışı yapılan “Hasköy-Sütlüce Demiryolu”; peronu, istasyon binası, kül boşaltma kanalı, kömürlük gibi ayrıntılarıyla hemen her hafta sonu, 11.00-16.00 arasında, her saat başı müze ziyaretçilerinden oluşan yolcularını adeta bir masal dünyasına taşıyacak.

Açılış töreninde konuklara teşekkür ederek konuşmasına başlayan Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, “Bilemezsiniz ne kadar mutluyum” diye sürdürdüğü sözleriyle bu küçük hattın ne anlama geldiğini anlattı: “Buharlı lokomotiflerin bulunması, restore edilmesi, her ihtimale karşı iki dizel lokomotif alınması, rayların tedariği, makasların Avrupa'dan ithal edilmesi, demiryolu ve istasyon alanlarını kurulumla-

siyla ilgili inşaatların yapılması, izinlerin alınması, siz deyin 24 ay, ben diyeyim 30 ay sürdü. Neticede şurada baktığımızda 673 metre boyunca döşenmiş bir demiryolu bulacaksınız. İlk bakışta bu küçümsenebilir. Ama bunu gerçekleştirmek için ne kadar emek verdiğimizizi, bir ben bir de Allah bilir.”

Gerçekten de, babası Doğu Afrika Demiryolları Başmühendisi olan Rahmi M. Koç Müzesi Müdürü Anthony Phillipson'un ti-





tizlikle üzerinde durduğu detaylar, bilet tasarımlarından üniformalara, vagonlarda yer alan "ilan" panolarından dekovil hattının makaslarına kadar her yerde kendini gösteriyordu.

Hedef Santralistanbul

Atatürk'ün "Yurdumuzu demir ağırla ördük" sözlerini hatırlatan Rahmi M. Koç, bugün dünyada uçaklarla rekabet eden demiryollarının önemini vurguladıktan sonra, demiryolu hattının Fatih Askerlik Şubesi, Büyükşehir Belediyesi Kültür Merkezi, Miniaturk'ü geçerek Santralistanbul'a kadar götürülmesi arzusunu anlattı. İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanı Kadir Topbaş da açılışta yaptığı konuşmada, Hasköy-Sütlüce Demiryolu fikriyle da-



ha Beyoğlu Belediye Başkanı iken tanıştığı- nı hatırlattı. "Haliç'in bir kültür adası olması konusunda Koç Ailesi'nin ve özellikle Rahmi Bey'in gösterdiği hassasiyeti biliyorum. Adım adım birtakım engeller aşılarak bu noktaya gelindi ve bir başarıya imza atıldı" diyen Topbaş, projenin sadece Silahdarağa Santrali'ne değil, daha ileriye eski hattın son noktası olan Ağacli'ya kadar götürülmesi için Devlet Demiryolları'na talepte bulunduğu ve bu konuda çalışmaların sürdüğü müjdesini vermek istediğini söyledi. Tramvayların 50'li yıllarda söküldüğünü hatırlatan ve tramvayların yerinde tutulması durumunda bugün kent ulaşımında bir nostalji olarak yaşıyor olabileceğine işaret eden Topbaş, "Biz, eski şehir diye kentin eski halini muhafaza edebilseydik ve yeni şehir alanlarını oluşturalıydık, bugün turizm, kültürel miras açısından İstanbul, dünyanın en önemli destinasyonlarından biri olacaktı" dedi.

"Takır tukur ama havası var"

Konuşmaların ardından demiryolunun açılışı, Kadir Topbaş, Rahmi M. Koç, Koç Holding CEO'su Dr. Bülent Bulurlu, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel tarafından kurdele kesilerek gerçekleştirildi. Topbaş, Koç ve beraberindeki yolcular, Hasköy-Sütlüce Demiryolu'nun ilk resmi seferi için biletlerini alarak 15'er kişilik üç vagona oluşan katardeki yerlerini aldılar. Kondüktörlerin ellerindeki üçgen uçlu delgeçlerle biletleri delerek yaptığı kontrolden sonra düdüğünü çalarak yola çıkan tren, Haliç kıyısı boyunca büyüklerin şaşkın bakışları ve çocukların gülücükleri arasında, saatte 10 kilometre hızla ilerledi. Asıl olarak kullanılacak buharlı lokomotiflerin restorasyonu sürdüğü için, İngiltere'den getirilen Baguley Drewery marka dar hat dizel lokomotif tarafından çekilen tren tıngır tıngır ilerlerken gazetecilerin sorularını da yanıtlayan Rahmi M. Koç, yurtdışında da benzer trenlere bindiğini anlattı: "Oradaki trenler de böyle takır tukur gidiyor ama kendine göre bir havası var. İnşallah daha uzağa, Santralistanbul'a kadar gideceğiz. Başkan da söz verdi. Bütün derdimiz şimdi ray bulmak. Rayları bulabilirsek, treni oraya kadar uzatacağız." Eskişehir'deki Hava Kuvvetleri 1. Hava İkmal Bakım Merkezi Komutanlığı tarafından bağışlanan üç vagondaki yolcular gidiş ve dönüş yaklaşık 1.3 kilometre tutan yolculuğu neşe içinde tamamladı. 

Haliç-Karadeniz Sahra Hattı



Rahmi M. Koç Müzesi'nden başlayan "Hasköy-Sütlüce Demiryolu", aslında Türkiye'de demiryolları tarihinde önem taşıyan ancak bugün unutulmuş bir hattı da canlandıracak.

Birinci Dünya Savaşı sırasında İstanbul'da hem elektrik üretimi hem de vapurlar için gereken kömürün bulunmasında sıkıntı baş gösterince, Karadeniz kıyısındaki Ağacli kömürünün getirilmesi amacıyla yapılan toplam 62 kilometrelik "Haliç-Karadeniz Sahra Hattı" adı verilen bu hat, 1916 yılında tamamlandı.

Osmanlı İmparatorluğu döneminde 8 bin kilometreyi aşan demiryolu hatlarının ilki İzmir-Aydın hattıydı; 1856'da yapımına başlanmış ve 1866'da Aydın'a ulaşmıştı. Ardından yapılan Rumeli hattından sonra ilk tren 1888 yılında İstanbul'a ulaştı. Yapımına 1900'de başlanan, 1908'de Medine'ye ulaşan ve I. Dünya Savaşı sırasında Hicaz'a uzatılan 456 kilometre uzunluğundaki "Hicaz Demiryolu" ise, Türk asker ve sivil mühendisleri tarafından yerli teknik olanaklar ve mali kaynaklar kullanılarak yapılmıştı. Diğer demiryollarının tümü yabancılar tarafından yapılarak işletilmiş, demiryolu yapımı için İngiltere, Almanya, Fransa ve Rusya arasındaki çekişmeler Osmanlı İmparatorluğu'nun önemli bir dış politika sorunu olmuştu.

"Haliç-Karadeniz Sahra Hattı", 143.5 santim genişliğindeki standart demiryollarından daha dar olarak yapılmış ve Silahdarağa'dan başlayan hat, Kağıthane Deresi'ni izleyerek Kemerburgaz'a ulaştıktan sonra iki kola ayrılıyordu. Batı kolu Kağıthane Deresi'ni izleyerek Uzunkeşer'in altından geçip Ağacli'da Karadeniz kıyısına ulaşıyordu ve toplam uzunluğu 43 kilometreydi. Hattın doğu kolu ise Belgrad Ormanı'nın içinden Ortadere'yi izleyerek Çiftalan'da Karadeniz kıyısına ulaşıyordu. 14 kilometrelik bu kol, Karadeniz kıyısından giden 5 kilometrelik bir hatla birbirine bağlanmıştı. Kemerburgaz'dan sonra bir çember oluşturan demiryolunun toplam uzunluğu 62 kilometreyi buluyordu. Başlangıç noktasına Enver Paşa'nın adı verilen hat, toplam 12 duraklama yeri bulunuyordu. Müthiş bir doğa manzarası içinde ormanlardan geçen hat, ahşap tahta köprülerle birbirine bağlanıyordu. Dekovil hattı 1928 yılına kadar kullanıldı. Bu tarihten sonra hatta, kömür yerine yöre köylerinin ihtiyacı olan odun taşındı. 1950'li yıllarda ise demiryolu söküldü, parçaları kayboldu. Uzun süre unutilan hat, 1998 yılında araştırmacılar tarafından yeniden gün ışığına çıkarıldı.

“Senin için iş, benim için hayat”

İsmail Şentürk, kurduğu dernekle engellilere yeni bir hayat veriyor: “Engelli arkadaşlarımıza iş eğitimi veriyoruz, ardından da istihdamını sağlıyoruz. Özel sektörde istihdam ettiğimiz insanlardan çok memnunar. Çünkü o iş, sizin için sıradan bir iş ama o arkadaş için hayata tutunacak bir daldır”

Konfüçyüs’ün o ünlü sözünü biliriz: “Bana balık verme. Balık tutmayı öğret.” İsmail Şentürk bu sözün de ötesine geçiyor aslında. Önce balık tutacakları topluyor. Uygun mekânı hazırlıyor. Balık tutmayı öğretiyor ve yetiştirdiği balıkçılara yeni avlanma alanları gösteriyor. Fiziksel engelli İsmail Şentürk, memleketi Karadeniz Ereğli’de kurduğu Fiziksel Engelliler Derneği’nde tam 10 yıldır fiziksel engellileri ekonomik ve sosyal hayata dahil edebilmek için uğraş veriyor. Projeler hazırlıyor, hayata geçiriyor, engellilere iş ortamı sağlıyor. Engelli üyeler derneğin tekstil atölyesinde bölgedeki sanayi kuruluşları için iş elbiseleri dikeyor, bilgisayarlı muhasebe kursu görüyor, İngilizce öğreniyorlar. Bütün bunları anlatırken yaşadığı zorlukları ise hep üstü kapalı geçiyor İsmail Şentürk; çünkü o hep çözüm odaklı düşünmeye adanmış kendisini. Belki de sırf bu yüzden, aldığı tüm ödülleri ziyadesiyle hak ediyor.

Dilerseniz geçirdiğiniz kaza ile başlayalım söyleşiye...

1970 Karadeniz Ereğli doğumluyum. Lisede okurken, ilçemizdeki sanayi kuruluşu Ereğli Demir Çelik fabrikalarının yüzme takımında da spor yapıyordum. 1987’de lise birinci sınıftayken, Erdemir yüzme plajında hatalı bir atlama sonucu boyun travması geçirdim. Sakatlandım. 226 gün Ankara’da değişik hastanelerde tedavi gördüm. Boynumdaki beşinci kemik kırılmıştı, alçıya aldılar, doksan gün

tavana baktım. Çok zor bir dönemdi. Arkasından yaklaşık altı aylık fizik tedaviden sonra evime döndüm. Artık tekerlekli sandalyeye bağımlıydım ve ailemle beraber yaşamak durumundaydım. Asansörü olmayan bir apartmanın dördüncü katında oturuyorduk. O yaşlarda, her gün bir yerlere giden, kültürel haya-

tun içinde bir gençken, artık her şey değişmişti. Çekiniyordum da. Sanki engelli olmak kişinin bir ayıybıymış gibi... Sakatlandıktan sonra kabuğuma çekildim.

Bu dönemi nasıl atlattınız?

Bol bol kitap okudum, resim yaptım. Tabii içinde durumunuzu kendi kendinize

İsmail Şentürk’ün ödülleri

- Junior Chamber Türkiye-Türkiye’nin 10 Başarılı Genci Yarışması Jüri Özel Ödülü
- Üzeyir Garih Anısına Düzenlenen Dünya Genç Girişimci İşadamları Yarışması Önderlik Ödülü
- T.C. Başbakanlık Onur Ödülü
- Gökçe Karataş Vakfı Engellilerde Yılın Yöneticisi Ödülü



tartıyorsunuz: Hangi noktadayım, hangi noktaya gitmem lazım, ne olmam lazım, bunu kabullenmeli mi, yoksa bu şartları değiştirmeli miyim? Benim başıma gelen sokaktaki herhangi bir insanın her an başına gelebilirdi. Burada aslanan, yani sakatlandıktan, avantajlı durumdan dezavantajlı duruma düştükten sonra hayattan kopmamak. İşte bunu başarmak gerekiyor. Bu da, kişinin inancıyla, azmiyle doğrudan alakalı. İçinde bulunduğum şartları kabul etmem mümkün değildi. O zaman dedim ki, "İsmail, ayaklarınla yapamadığın işleri, kafanı kullanarak yapmalısın." Bu düşünce benim için milat oldu ve ilk iş olarak eğitimimi tamamlama kararı aldım. Ereğli'den Zonguldak'a her gün 90 kilometre giderek liseyi bitirdim. Şimdi Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü son sınıfta okuyorum. Bu arada epey de resim yapıyordum. 1998 yılında, yakın dostumuz olan Hannover Başkonsolosu'nun tavsiyesi üzerine Almanya Hannover'de resim sergisi açtım.

Dernek fikri nasıl oluştu?

Türkiye'ye döndükten sonra beni çok etkileyen bir olaya şahit oldum. Bir meydana çocuklar, kocaman bir köpekten kaçıyorlardı. Çocuklardan biri ellerinin üzerinde kaçmaya çalışıyordu. Kendi imkânlarıyla onu tekerlekli sandalye sahibi yaptım. Sonra, benim durumumda olan insanları bir çatı altında toplamayı düşündüm; sorunlarımızı paylaşabileceğimiz, çözüm kararları alabileceğimiz... 1998 yılında Fiziksel Engelliler Derneği'nin tüzüğünü hazırladım. Derneği, ısıtması, suyu, tuvaleti olmayan 24 metrekairelik bir büroda kurduk. 2000 yılında ise mülkiyeti Devlet Demiryolları'na ait, atıl durumdaki bir ilkokul binasını kiraladık. 310 m2 kapalı alanı, 1260 m2 bahçesi vardı. Restore ettik. Aklımıza gelebilecek her şeyi yenilemek durumunda kaldık.

Kuruluşundan bu yana derneğinizde neler gerçekleştirdiniz?

Şu anda Batı Karadeniz'de, engelliler alanında en büyük sivil toplum kuruluşuyuz. İşitme, görme, ortopedik ve zihinsel engelli yaklaşık 900 üyemiz var. Üyelerimizi, başta tekerlekli sandalye başışı olmak üzere, rehabilitasyon merkezimizde eğitim vererek, istihdam ederek sosyal hayatın içine almaya, evlerinden çıkarmaya çalışıyoruz. Kenti de engelliler için yaşanabilir hale getirmek üzere düzlemler, tuvaletler, rampalar yapıyoruz.



İsmail Şentürk'ün iki ailesi var

İsmail Şentürk'ün her anneler ve babalar gününde kapısını çalacağı iki ailesi var: Şentürkler ve Arseller. Şentürk, şefkatleriyle ısındığı, nasihatleriyle aydınlandığı, anne-baba gibi gördüğü Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel ve eşi Dr. Nusret Arsel ile tanışma öyküsünü anlattı:

"1997'de Vehbi Koç Vakfı'na yaşam öykümü anlatan bir mektup yazdım ve kişisel bir bilgisayar talebinde bulundum. Semahat Hanım ile tanışmamız, öykümden çok etkilendiğini belirten bir cevap yazmasıyla başladı. Bana bir bilgisayar hediye etti. Kendisiyle yüz yüze görüşmek ve şükran duygumu iletmek için bir randevu talep ettim. Divan Otelinde buluşarak sohbet ettik. Ardından eşi Nusret Arsel Beyefendi ile de tanıştım. Semahat Hanım o gün bugündür bana bir anne şefkatiyle yaklaştı. Nusret Bey'in tavsiyeleri ise yolumu aydınlatır. Ne kadar yoğun olurlarsa olsunlar, İstanbul'a her geldiğimizde bize vakit ayırırlar."

Türkiye'de şirketler, kalifiye eleman bulamaktan yakınıyor. Kahvehanelere gidiyorsunuz, tıka basa işsiz insan dolu. Bu ikisini nasıl bir araya getirebiliriz? İşsiz insanları kalifiye hale getirerek! Bu, engelliler için de değişmiyor. Bize gelen engellilerin çoğu genç, ilk talepleri de iş oluyor. Onları kalifiye hale getirmek gerekiyor. Bu amaçla mesleki rehabilitasyon ünitesi kurduk, bilgisayar laboratuvarı açtık, bilgisayarlı muhasebe ve İngilizce eğitimi veriyoruz. Tekstil atölyemizde, bölgedeki sanayi kuruluşları için iş elbiseleri dikiyoruz. İşkur ile beraber arkadaşlara eğitim veriyoruz, kalifiye hale getiriyoruz. Dün

düğmesini dikemeyen, bugün gömlek dikeyiyor.

Eğitim sonrası istihdam sorunu oluyor mu?

Bu eğitimi verdiğimiz arkadaşlarımızın birçoğunun özel veya kamuya ait işlerde istihdamını sağlıyoruz. Özel sektörde istihdam ettiğimiz insanlardan çok memnunarlar. Çünkü o iş, sizin için sıradan bir iş ama o arkadaş için hayata tutunacak bir daldır. Hiç unutmam, bir tersane bizden, altı gün içinde 300 tane farklı modellerde işçi kıyafeti istemişti. Engelli arkadaşlarımız orada, kumaş kesim tezgâhlarının üzerinde uyudular ve siparişleri gününde teslim ettiler.

Bir ara bir firmaya fason çalıştık. Milan'a, Juventus'a taraftar forması diktik. Avusturya Milli Takımı'na kaşkol diktik. Arkadaşlara şunu söylüyorum: "Siz engellisiniz. Engelli olmanız, size kalitesiz mal yapma hakkını vermez. İnsanlar verdiği paranın karşılığını ister. Onu giyecek insanlar, hakkımızda iyi düşünmeli."

Biz bölgemizdeki sanayi kuruluşlarına, işçi kıyafeti ile birlikte garanti de veriyoruz. Gerektiğinde ücretsiz olarak düzeltme yapıyoruz. Tekstil atölyemizde şöyle bir sorun vardı: Bina atölye için uygun değildi. Bant sistemi kuramıyorduk. Şimdi bant sistemini de kurduk. Ek inşaatımızın kalorifer ve boya işi kaldı. Kalan işleri Karadeniz Bölge Komutanlığı'na bağlı inşaat taburu yapıyor. Bitince, ilave makinelerle makine parkurunu 30'a çıkaracağız. Daha büyük işletmelere, daha çok ürettini, daha kısa sürede üretmek istiyoruz.

Tekstil dışında başka alanlara kaymayı düşünüyor musunuz?

Evet, yeni bir projemiz var: Engelliler için mobilya tasarımı. Türkiye'de böyle bir şey yok. Bunu biz, Karabük Üniversitesi Rektörü ve ilçemizdeki meslek okulu öğretmenleriyle birlikte tasarladık. Projemiz onaylandı. Berlin'e gidip bu konuda bilgi alacağız ve bir fizibilite çalışması yapacağız. Bu projeyi gerçekleştirebilirsek, Türkiye'de bu alanda ilk ve tek olacağız. Engelliler olarak 2001'de tekstil üretimi yaparken de tektik.

Bir de fizik tedavi rehabilitasyon merkezi projemiz var. Onu gerçekleştirmeye çalışıyoruz. Bunu projelendirdik. Demiryollarından 440 m² civarında bir yer kiraladık. Fizik tedavi rehabilitasyon merkezinden yine engelliler istifade edecek. İşletmesini devredip derneğimizin de gelir elde etmesini sağlayacağız.

Gizemli ve eğlenceli bir yolculuğa hazır mısınız?



Direksiyonunu sola çevirirseniz araç sola gider, sağa çevirirseniz sağa. Peki bu mekanizma ters işlese, aracınızı kullanabilir misiniz? Beyninizi kandırabilir misiniz? “İmkânsız” bir merdivenden çıkabilir misiniz? Beyninizin hangi yarımküresiyle işitiyorsunuz? Hangi gözünüz daha baskın? Kısa dönem hafızanız ne durumda? Peki ya duyularınız?..

Beyin, kafatasının içine ergonomik bir biçimde yerleşmiş; kendini de koruyor, gizemini de. Tüm organlarımızı kontrol etmekle kalmayıp duygularımızı, düşüncelerimizi ve hayallerimizi yönlendiriyor. İşte bu yüzden insanoğlu, yüzyıllardır bu kapalı kutunun içindeki sırları çözmeye çalışıyor. Rahmi M. Koç Müzesi’nde açılan “Beyin: Gizemli Yolculuk” sergisi, bu kutuyu sizler için aralıyor. 2004 yılında Danimarka Experimentarium Bilim Merkezi’nce oluşturulan bu sergi “gezilmiyor, yaşanıyor”. Sergideki 42 aktivite, ziyaretçinin beş duyusunu harekete geçirecek, kişisel deneyime dayalı bir keşif sağlayacak şekilde tasarlanmış. Ziyaretçiler böylece beyinlerinde neler olup bittiğini bizzat inceleyebiliyor. Kısa dönem hafızasını test eden oyunlar, görsel veya işitsel olarak hangi beyin yarımküresinin baskın olduğunu belirleyen bilgi-

sayar testleri; vücut koordinasyonunuzu sınanan fiziksel egzersizler, örneğin ters direksiyonlu bir scooter, çıkılması imkânsız bir merdiven, aktivitelerden bazıları... Sergi, 7’den 77’ye her yaş için keyifli, anlaşılabilir. Smart Kids işbirliğiyle, sergi web sitesinden duyurulacak, günlerde çocuklar için workshoplar düzenlenecek. İlk olarak Danimarka’da sergilenen, İstanbullulara ulaşmadan önce 2005’te Macaristan, 2006’da Polonya, 2007’de Fransa, Mart 2008’de Yunanistan’da 1 milyonun üzerinde meraklıyla buluşan sergiye, son günü olan 30 Haziran’a kadar seminer ve paneller de eşlik edecek. Serginin hazırlanışı ve Türkçe’ye uyarlanması sürecinde uzman görüşlerinden yararlanan tıp doktorlarının rehberliğindeki paneller ve konferansların konuları arasında, “Aşkın Nörobiyolojisi”nin yanı sıra, migren, alzheimer, epilepsi ve inme de var.



“İşleyen beyin IŞILDAR”

Bilinmeyi çok beyin hakkında bir bilinen, çalıştıkça geliştiği. Çünkü beyin yeni şeyler öğrendikçe nöronlar arasında yeni bağlantılar oluşuyor. Böylece beyin de gelişiyor. Öğrenme sürecine ara verildiğinde ise beyindeki bazı bağlantılar kayboluyor; bellek giderek geriliyor. Amerikan Hastanesi Nöroloji Uzmanı Dr. Bülent Kahyaoğlu ile bu gizemli organımızı konuştuk.

Beynin sırlarının çözülmesi konusunda gelinen nokta nedir?

Teknolojinin gelişmesiyle beraber birçok aşamalardan geçildi ama beyin gizemi tümüyle çözülmüştür demek için daha çok erken. Yine de bilim ilerledikçe beyinle ilgili birtakım yanlış kanılar ortadan kalkıyor. “Beyinde belli merkezler var, o merkezler her şeyi idare ediyor; diğerleri biraz daha sessiz kalıyor” yanlış kanılardan biri. Bir başkası da, “Beynin belirli bir oranının kullanılması”... Bir bilgisayarın kaçta kaçını kullanıyorsunuz? Evet, hafızasının belirli bir bölümünü kullanıyorsunuz ama bütün devreler aynı anda çalışıyor. Beynimiz de aynı şekilde!

Hangi organın fonksiyonları beyinde en fazla yer kaplar?

Başparmak! Başparmağın kapladığı motor alan kendi boyutlarından çok daha büyük bir alana sahiptir. Yani başparmağın rezervi, boyutuna göre fazladır. Kontrol edilmesi en zor olan ve bizi hayvanlardan ayıran organ başparmaktır. İnsan kadar başparmağını net olarak kullanan bir canlı yoktur. Başparmak bizim uygarlığımızın temelini oluşturuyor; yazı yazmayı, alet kullanmayı başparmakla beceriyoruz.

Beyni olumsuz etkileyen faktörler nelerdir?

Beyin de sonuçta organlarımızdan biri. Ne kadar düzgün, ne kadar çok mantıklı ve sistematik çalışırsa, o kadar iyi çalışıyor. Yeni birtakım şeyleri öğrenmek beyin fonksiyonlarını daima diri tutuyor. İkinci olarak şunu unutmamalıyız: Beynimiz çok miktarda oksijen ve glikoz kullanır. Bunlar yeterli olmadığında beyin, fonksiyonlarını sağlıklı gerçekleştiremez. Özellikle bunamayla ilgili yapılmış bazı epidemiyolojik çalışmalar var. Şimdi genel anlamda konuşursak, örneğin 70-80 yaş grubunda, 10 yaşlıdan üçü bunuyor; hepsi bunamıyor. Bunamayla ilgili hastalıklarda genetik özellikler çok önemli. Ama giderek yerleşen bir şey daha var; o da damarsal özellikler. Damar sertliği varsa, tansiyon varsa, şeker varsa, kolesterol yükselse, yani kan taşıyan damarlarda bir bozukluk varsa, bu insanlar daha çabuk bunu-

yor. İkinci olarak bunayanlar içinde de bu grup daha hızlı bunuyor. O nedenle genel anlamda vücuttaki damarları sağlıklı tutacak şeyler beyin de sağlıklı tutuyor. Buna düzenli egzersiz, kilo almama, sigara kullanmamayı da katmak mümkün.

Unutkanlık hangi aşamada hastalık olarak değerlendirilir?

Unutkanlık, bir şeyin öğrenildikten sonra geriye o bilginin çağrılması ve o bilginin kullanılma süreciyle ilişkilidir. Şimdi burada üç kriter var: Bir kere kişinin iyi öğrendiğinden emin olduğu bilginin çağrılması ve kullanılmasında probleminin olması lazım. Oysa örneğin stresli insanların, dikkat aralıkları dar olan insanların unutkan olması kadar doğal bir şey yok. Bir kere bunların ayırt edilmesi lazım. İkinci olarak unutkanlığa yol açan bazı eksiklikler olup olmadığı saptanmalı. Örneğin kolesterol nedeniyle insanlar kırmızı etten korkar oldu. Kimse kırmızı et yemiyor, zehirli gibi... Halbuki gene unutmaya ilgili olan B12 vitaminin en önemli kaynağı kırmızı ettir. Öyle olunca vitamin B12 eksikliğine bağlı unutkanlıklar görmeye başladık. Bu yerine konduğunda unutkanlık problemi ortadan kalkıyor. Bir başka örnek: Özellikle orta yaş kadın grubunda tiroid hastalıklarının ilk belirtilerinden biri unutkanlık. Tiroid ilginç bir hormondur. Tiroid hastalıklarında birçok şey olurken, aynı zamanda unutkanlık da olabiliyor. Bu durumda unutkanlığın kaynağının ayırt edilmesi gerekir. Son olarak, normal yaşlanma sürecinde unutkanlık görülebiliyor: isimler, küçük eşyaların yeri unutuluyor. Problem çözme hızı yavaşlıyor. Bunu aşan şeyler, hastalık sürecidir.

Hastalık aşamasına gelmemiş boyuttaki unutkanlığa karşı neler yapabiliriz?

Öğrenme şemalarının gelişmesinde ana yöntemlerden bir tanesi birçok modaliteyi bir araya getirmektir. Örneğin, “Ben bugün biriyle röportaj yaptım, üstünde güllurusu bir kazak vardı, parmağında da bir yüzük vardı” dersem unutmaya şansımı azaltıyorum. Çünkü yüzük, güllurusu ve röportaj kelimelerini arka arkaya getirmek, öğrenme mekanizmasında bir kolaylık sağlıyor. Aynı bir bilgi ararken, bilgisayarda arama motoruna anahtar sözcükler vermiş gibi oluyorum. Bu, hem öğrenme mekanizmasında hem de öğrenilen bilgiyi geri çağırma kolaylık sağlıyor. Ayrıca hangi yaşta, hangi eğitim düzeyinde, hangi sosyal statüde olursak olalım, yeni şeyler öğrenelim. Bu hem ruh sağlığı hem de beyin sağlığı için önemli. Hayata bir yenilik katmak hem beynin keskinliği açısından hem de ruhsal olarak önemli.

“Sadece misyon sahibi kurumlar yaşayacak”

Ünlü reklamcı ve tasarımcı Hakkı Mısırlıoğlu’na göre, gelecekte sadece misyon sahibi kurumların yaşaması mümkün olacak. Bunun için de kurumlar “iletişimlerini sonsuza dek yaşayacakmış hayaliyle kurmak zorundalar”



Hakkı Mısırlıoğlu, 70’lerin sonundan itibaren reklam dünyasında profesyonel olarak yer alan bir isim. Üniversiteden arkadaşlarıyla kurduğu Ajans Ultra 28 yıldır yoluna devam ediyor. Kısa film den kitap kapaklarına, şaşırtıcı tasarımlara sahip dergilerden plak kapaklarına, afişlere kadar pek çok alanda başarılı tasarımlara imza atan, yurtiçinde ve dışarıda önemli ödüller alan Mısırlıoğlu ile bir “iletişim” olarak reklamı, reklamın marka ve itibarıyla olan ilişkisini, Türkiye’deki reklamcılığı konuştuk.

Reklamın satış dışında, markaya ve ürüne katkısından söz ediyorsunuz, nedir bu?

Buna açık açık marka itibarı diyorum. Reklamcılıkta “itibar”, “imaj” daha çok kurumsal iletişim için geçerli kavramlar. Ben ürünler için de, ürün anlamında markalar için de itibarın çok önemli olduğunu düşünüyorum. Reklamın bir aidiyet duygusu yaratması önemli. Bu, insan beyninin yıkanması ve paralize edilmesi gerekçesiyle bazı anti-reklam görüşler çerçevesinde aşılanıyor. Ancak bunlar kötü reklamların yöntemleri. Fazla frekans alarak, çok fazla görünürlük sağlayarak böyle bir etki yaratabilirler. Bu benim reklamcılıkta itibar ettiğim bir şey olmadı. Aksine frekansın düşük olduğunu varsayarak iş yapmayı doğru buluyorum.

Yani reklamın daha az görülmesi mi?

İnsanlar reklamı bir kere görse bile bunun bir etki yaratması... Etkiden kastım, yapılan işin içinde bir zekâ olması. İzleyenlerle bir zekâ bağı kurması benim için reklamın olmazsa olmazlarından biri. Reklamın insanlarla hem zekâ hem duygu boyutunda ilişki kurduğunu, buradan kalkarak da marka ya da kurumun insanların beyninde iyi bir yer edindiğini düşünüyorum.

Bunun çok klasik örnekleri var mı Türkiye'den?

Var. Örneğin Garanti Bankası'nın bir dönemler gücünün çok üzerinde algılanması tamamen reklamları sayesinde olmuştur. Sucu çocuk ya da taksi filmi Garanti Bankası'nın o dönemde insanlarla ilişkisini hem insani boyutta hem de espri boyutunda sağlam kurduğunu gösteriyor ve bu devam ediyor. Reklam aidiyeti ve marka ısrarcılığı da sağlamalı. Ürünler kalite olarak birbirine yakınlaştı ama mesela Coca-Cola içenler başka marka içmez. Burada aidiyeti devam ettirecek şey, iletişim olmaya başlıyor.

Bu anlamda reklamcılar toplumdaki eğilimlerle daha iyi ilişki kurabiliyor denebilir mi?

Ben iyi örnekleri görüyorum; örneğin futbol kültürünün zekice kullanıldığı bazı reklamlar bence işini dozajında yapıyor. Ancak futbolun fanatik tarafını vulgar bir yaklaşımla kullanmak bana kötü geliyor. Aynı vulgarlık cumhuriyetçilik için de, laiklik için de kötü geliyor...

Reklamda toplumsal tabulardan söz ediyorsunuz?

Evet, kişisel olarak ben tabuların reklam-

larda kullanılmasından yana değilim, etik bulmuyorum; bu Atatürk de olabilir, cumhuriyet de olabilir, din de olabilir. Politik olarak toplumdaki kutuplaşmaya yol açacak reklamın yapılmaması gerektiğini düşünüyorum. Mesela Cumhuriyet gazetesi reklamlarını yaratıcılık olarak çok iyi bulmakla birlikte, yanlış buluyorum. Bir siyasi parti böyle bir şey yapabilir ama bir anlamda kamu hizmeti veren bir gazetenin ya da bir ticari kurumun bu tabuları yanına ya da karşısına alıp ticari bir iletişim faaliyeti yapmasını etik olarak doğru bulmuyorum. Milliyetçilik de buna dahil ancak mesela Cola Turka; Amerikalılar içiyor, Türkleşiyor. Bu beni rahatsız etmez; milliyetçilik olarak negatif haneye konmaz, sonuçta mizahtır, komiktir.

Türkiye'deki reklamcılığın bir ekol oluşturduğunu düşünüyor musunuz?

Türk insanı reklamda iki şeyden çok hoşlanıyor; bir mizah, iki müzik. Gaglara, görünüme dayalı değil de söze, laf oyunlarına dayalı bir mizah bu... Ayrıca cıngıl, Türkler için her zaman etkili oluyor. Bu da o tür bir reklamcılığı Türkiye'de belli ölçüde oluşturdu. Özellikle lafa dayalı reklamda Ali Taran, Türk usulü diyebileceğimiz bir üslup geliştirdi. Bu reklamların birçoğu bence çok iyiydi ama mesela yurtdışında hiç itibar görmediler çünkü anlaşılabilirliğine imkân yoktu. Ama bu onların yanlışlığını göstermiyor. Ancak, Ali Taran'ın başlattığı başarılı "laf ebeliğinin" kötü örneklerinin devam ettiğini düşünüyorum. Geçen gördüm, tuvalete giden adamlar var, "tuttuğu takıma güvenenler" gibi bir zırva... Türklerin bu tür laf oyunları hoşuna gitse de, itibarı zedeleyecek, uzun vadede markaya kötülük yapacak, kaba popülist bir reklam örneği.

Yaratıcılığın bir formülü var mı?

Problemle karşılaşıldığı zaman, bir yaratıcının o anda kafasında bir şey çıkması gerektiğini düşünürüm. Yaratıcı reklamcılık, problemle karşılaştığın zaman senin o zamana kadar biriktirdiğin seslerin, görüntülerin, müziğin, kelime dağarcığının bir araya gelip doğru bir şekilde çıkmasıdır.

Reklamverenler işinize çok karışır mı?

Profesyonelleşme adına, pazarlamada çalışan yeni mezun insanlar müşteri tarafında oturup, işi çok olumsuz yönlere sürükleyebiliyor. Bu kurumlara da zarar veriyor. Bu insanlar o kurumlarda fazla kalmayıp transfer olduklarında kurum hafızası kalmıyor. Kurumsal iletişimde en büyük tehlike, hep birbirine benzeyen kurumların ortaya çıkması. Bir de her şeyin para endeksli olup maliyetler düşürülmeye çalışılırken tamamen beyin gücüne dayanan reklamcılığın da düşük komisyonlarla, ücretlerle köşeye sıkıştırılması ve bundan da herkesin zarar etmesi... İşte o zaman o yüzde 90'ını sevmediğimiz reklamlarla karşı karşıya kalıyoruz.

Kurumsal iletişim ve kurum kimliği şirketler için ne derece önemlidir?

Şirketler eğer kendilerini gelip geçici, günü kurtaran, kısa sürede büyük kârlar elde edip sahiplerinin birer rantıye olmayı hedefledikleri "şeylerse", kurumsal iletişim önemsiz bir detay olarak görülebilir. Yok eğer şirketler bir misyon sahibiyse, bu misyon şirket sahiplerini bile aşıyorsa kurumsal iletişim büyük önem kazanıyor. Gelecekte sadece misyon sahibi kurumların yaşaması mümkün olacak. Bugün bir kurum iletişimini sonsuza dek yaşayacakmış hayaliyle kurmak durumundadır. Kısaca, sonsuz bir süreç bu.

Koç Topluluğu'nun kurum kimliği ve iletişimi için bu bağlamda neler söylersiniz?

Koç Topluluğu, Türkiye'de kurum kimliğine önem veren kurumlardan ilki. Misyonu olan, hedeflerini günün koşullarına göre güncelleyebilen, ama ağırlıklı ve güven veren bir kurum. Mütevazılığı kişisel olarak benim ilgimi çekiyor ve takdir ediyorum, ama bu mütevazılık toplumsal misyonun yeterince algılanamamasına yol açıyor. Mütevazılığı elden bırakmadan kurumun toplumsal misyonunun daha geniş kitlelerle paylaşılmasının doğru bir karar olduğunu düşünüyorum.



Hakkı Mısırlıoğlu kimdir?

Güzel Sanatlar Akademisi Grafik bölümünden mezun oldu. Kurulduğu yıldan bugüne Ultra Ajans'ın ortağı, eşbaşkanı ve yaratıcı yönetmeni. 1992-1995 yılları arasında Grafiker Meslek Kuruluşu Yönetim Kurulu'nda görev yaptı. Grafik tasarım ve reklamcılık alanındaki çalışmaları Print, Graphis, Archive gibi uluslararası dergi ve seçkilerde yayımlandı. Beyaz, FOL, Aries gibi dergilerin tasarımında ve yayımında yer aldı. Orhan Pamuk'un "Kar" adlı romanına, Türkiye'de ilk kez bir kitap için düzenlenen reklam kampanyasını tasarladı. Pamuk, Gündüz Vassaf gibi yazarların kitap kapaklarının tasarımını gerçekleştirdi. 2002'de Grafist Uluslararası Grafik Tasarım Günleri bünyesinde retrospektif sergisi açıldı. Yurtiçinde çok sayıda Grafik Tasarım ve Kristal Elma jürilerinde görev alan Mısırlıoğlu, 2003'te Kristal Elma Jüri Başkanı ve Cannes Lions Uluslararası Reklam Yarışması'nda jüri üyesi, Kırmızı Basında En İyi Yarı Yarışması'nda 2004'te jüri üyesi, 2005'te jüri başkanı olarak görev yaptı. 1957 doğumlu Hakkı Mısırlıoğlu, evli ve iki çocuk babası.

Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi Başkanı Togay Bayatlı:

“Olimpik ruh ÇATIŞMALARİ ÇÖZER”



Türkiye Olimpiyat Komitesi Başkanı Togay Bayatlı'ya göre Türkiye'de spor yaygınlaşmalı. Çünkü o, spordaki ve sosyal hayattaki sorunların, “insanların barış, dostluk ve kardeşlik çerçevesinde birlikte spor yapmasını” temsil eden olimpik felsefenin yaygınlaşması sayesinde çözülebileceğine inanıyor

T

emelleri 100 sene öncesine uzanan Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi (TMOK), spor hayatında önemli yeri olan bir kurum. TMOK Başkanı ve spor yazarı Togay Bayatlı ile kurumun misyonu ve hedefleri üzerine konuştuk. İstanbul'un rahatlıkla olimpiyatlara ev sahipliği yapabileceği görüşündeki Bayatlı, Koç Holding ve diğer kurumların hayata geçirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin önemine dikkat çekti.

Komitenin amaçları ve tarihiyle başlayabilir miyiz?

Komitenin temel amaç ve prensipleri arasında ilk olarak “olimpik ruhu yaymak” gelir. Burada sportif faaliyetlerin yanı sıra “olimpik felsefeyi” de kastediyorum. O felsefe; insanların barış, dostluk ve kardeşlik çerçevesinde birlikte spor yapmasını temsil ediyor. O zamanki adıyla Milli Olimpiyat Komitesi, 1908'de, yani Osmanlı İmparatorluğu zamanında kuruldu. Komite kurulduktan hemen sonra 1908 Paris Olimpiyatları'na katıldı. Cumhuriyet'in ilanının ardından ise kurumun adı, Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi'ne dönüştü. Atatürk, olimpik felsefeyi en iyi bilen insanlardan biriydi. 1924'te, Kurtuluş Savaşı'nın hemen akabinde Paris'teki olimpiyatlara gidilmesi gerekiyordu. Türkiye'nin o tarihte 260 bin lira bütçesi var. Atatürk bu felsefeyi o kadar iyi biliyordu ki, o güç durumda bile, bütçeden 20 bin lirayla olimpiyata katılacak sporcuların masraflarının karşılanmasına karar verdi. Ayrıca sporculara, onlardan madalya beklemediklerini, olimpiyat oyunlarına katılarak oradaki sporcularla tanışmaları ve Türkiye'yi en iyi şekilde temsil etmelerinin yeterli olacağını söyledi.

Peki Türkiye’de olimpiyat düzenlenmesi hakkında ne düşünüyorsunuz?

Öncelikle kamuoyunda yanlış bilinen bir şeyi düzeltmek istiyorum. Olimpiyatlara TMOK değil, “İstanbul Olimpiyat Hazırlık ve Düzenleme Kurulu” talip oldu. Bu kurul, kanunla kurulmuş bir kurumdur. Başkanlığını, dönemin spordan sorumlu devlet bakanı yürütür. Komitede ayrıca İstanbul Valisi, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanı, Gençlik ve Spor Müdürü, TMOK Başkanı ve üç üyesi yer alır. Başvuru yaptığımızda, Uluslararası Olimpiyat Komitesi öneriyi inceler, o şehrin etkinliğe ev sahipliği yapıp yapamayacağına karar verir.

Peki sizce İstanbul olimpiyat yapabilir mi?

Bugün Katar’ın 700 bin nüfusu var ve olimpiyat düzenlemek istiyor. Geçmiş yıllara baktığımızda Katar’ın Asya Oyunları’nı düzenlediğini görüyoruz. Pek çok ülke olimpiyat düzenlemek istiyor. Bakın Azerbaycan da aday! Kazanır veya kazanmaz... Ancak Azerbaycan’ın olimpiyat adaylığıyla kendisini dünyaya tanıtmaya imkânı bulduğu bir gerçek.

Türkiye’nin özelliklerini diğer ülkelere hiçbir neden olmadan anlatamazsınız, dinlemezler... Bir konu olacak ki anlatacaksınız. TMOK ve Olimpiyat Kurulu’nun bu konuda önemli görevleri var. Olimpiyat almadan önce bazı sorunları çözmemiz gerekiyor. Örneğin bir Olimpiyat Stadı yapacaksınız. Biz yaptık. O statta Avrupa ve Dünya Atletizm Şampiyonalarını yapacaksınız... Dünya Basketbol Şampiyonası’nı, Dünya Salon Atletizm Şampiyonası’nı, Dünya Yüzme Şampiyonası’nı aldık. Bütün bunlar olimpiyatların birer basamağıdır.

Türkiye olimpiyatları neden yapamamış? Nasıl Avrupa Şampiyonlar Ligi Finali İstanbul’da başarıyla yapıldı? Bakın, İstanbul’daki final Avrupalılar unutamadı. Uzmanlar bile bunu belirtiyor. O final için 80 bin kişi geldi, başarıyla ağırlandı. Bu önemli bir deneyimdi. Aynı finalin Atina’da pek çok soruna sahne olduğunu da hatırlatmak isterim. Bütün bunları unutarak “Türkiye’de olimpiyat yapılabilir” demek, kasıtlı davranmaktır.

Yani tek eksiklerimiz kendimize güven mi?

Gençlerimizin kendine güvendiğini, bir şeyler yapmak istediklerini görüyorum. Yapabiliriz. Yeter ki imkânlarımızı doğru kullanalım. Tabii uzun bir hazırlık döne-

“Atatürk, olimpiik felsefeyi en iyi bilirdi. 1924’te, Kurtuluş Savaşı’nın akabinde ülkenin bütçesi 260 bir liraydı. Atatürk o güç durumunda bile, Paris Olimpiyatları için bütçeden 20 bin lira ayırdı, sporculara da, onlardan madalya değil, oradaki sporcularla tanışmaları ve Türkiye’yi en iyi şekilde temsil etmelerini beklediklerini söyledi”

mimiz ve yapmamız gereken çok fazla şey var. Öncelikle çevre konusunda pek çok eksiklerimiz var. Şehir içi trafik, altyapıda da düzeltilmesi gereken konular var. Eksiklerimiz olduğu zaten sır değil; önemli olan kendimize güvenmek ve çözüm yollarını araştırmak.

Büyük bir genç nüfusa sahibiz. Olimpik ruhun yaygınlaşması gençlerimize ne katar?

Milli Eğitim’in spor politikası oldukça ilkel. Hiçbir okulda doğru düzgün spor tesisi yok. Bir yandan da çocuklarımız inanılmaz bir yarış içindeler; ilk ve ortaöğretim, ardından üniversiteye girişte sınavlardan başarılarını kaldıramıyorlar. Spor yapma imkânları kalmıyor bile. Haftada bir saat spor dersi var... Verme daha iyi. Oysa bu çocuklara spor kültürünü de vermeliyiz. Futbol statlarında yaşananların temel nedeni, oradakilerin spor kültürünün olmaması. Olimpizm idealleri ve olimpik hareketten başlayarak, ülkemiz insanların toplu veya kişisel olarak sporu sıkça yaparak bunun mutluluğuna erişmeleri sağlanır. Gençlerimiz olimpik ruh sayesinde çağdaş, çok yönlü, çevreye saygılı, sağlıklı, Cumhuriyet ilkeleriyle örtüşen, barışçı ve sorumluluk sahibi birer yurttaş olabilir.

Bu yönde ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

İstanbul’daki gençlerimizi olimpik felsefeye hazırlamak için akademi komisyonumuz aracılığıyla 40 bin öğrenciye uygulamalı konferans verdik. “Oli” adında bir de maskotumuz var. “Oli” ile ilköğretimin 4 ve 5’inci sınıflarına olimpik ruhu eğlendirerek aktarıyoruz.

Adapazarı depreminden sonra fakir ailelerin çocuklarına yönelik spor okulları açtık. Bugün Türkiye’nin pek çok yerinde 39 okulumuz var. Buralarda fakir ailelerin çocukları spor yapma imkânı buluyor. Bu okullarda yetişen bazı çocuklarımız, bugün farklı takımlarda oynuyor. Bu bile bizim için büyük bir mutluluk.

Türk sporcularından Beijing 2008’de neler bekliyorsunuz?

Bu oyunlar müthiş bir Çin baskısında geçecek. Çünkü Çin’in ev sahibi olma avantajı bir yana, dört-beş sene evvel 16 yaşındaki çocukları götürüp yetiştirdi. Büyük bir altın mücadelesine girecekler. Biz bazı branşlarda eskisi kadar da iyi değiliz. Atletizmde iki sporcumuzla madalya alabilirsek, alırız. Güreş ve halterden de madalya bekliyorum. Belki bir madalya da bokstan çıkartabiliriz. Ancak dediğim gibi, çocuklarımız bir olimpiyat şampiyonunun nasıl ortaya çıktığını ve yarıştığını görsün. Oraya gitmek bile onlar için unutulmaz bir deneyim.

Koç Topluluğu’nun gençlere özgüven aşılama amacıyla geliştirdiği sosyal sorumluluk projelerini izliyor musunuz?

Evet, izliyorum. Bu çalışmalar, Türkiye’nin sosyal yaşantısı açısından vazgeçilmezdir. Kurumsal çalışmalar bizim için de çok önemli. Açıkçası, Koç Topluluğu ile benzer bir çalışmayı yapmadığımız için çok üzüldüyorum. Rahmetli Vehbi Bey’i olduğu gibi, diğer tüm Koç Ailesi mensuplarını da yakından tanıyorum. Onların da çalışmalarımıza katılması bizi çok memnun eder.

Togay Bayatlı kimdir?

1938 doğumlu Togay Bayatlı, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi mezunu. İstanbulspor’da bir süre futbol oynadı. Geçirdiği kaza sonucu sporculuktan uzaklaştı, gazeteciliğe yöneldi. 1962’de Milliyet gazetesinde spor yazarlığına başladı. Halen Hürriyet gazetesinde yazan Bayatlı, Türkiye Spor Yazarları Derneği (TSYD) ve Dünya Spor Yazarları Birliği Başkanlığı da (AIPS) yaptı. 1989’da genel sekreterliğine seçildiği Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi’nin (TMOK) 2003’ten beri başkanlığını sürdürüyor. İngilizce, Almanca, İtalyanca bilen Bayatlı, evli ve iki çocuk babası.



Tedaviye kültürel katkı

Vehbi Koç Vakfı Amerikan Hastanesi, bir ilke imza attı. Türkiye'nin "bir hastane içinde kurulan ilk sanat galerisi", Amerikan Hastanesi'ne yolu düşenleri bekliyor. "VKV Amerikan Hastanesi Sanat Galerisi"nde açılan ilk sergi, bugün kullanılmakta olan tıp aletlerinin atalarını bizlere tanıtıyor. "Tanrısal Gücün Elçileri: Antikçağda Tıp Aletleri" sergisinde, Tunç Devri ve Roma dönemine ait 200'ün üstünde parça var; kulak sondaları, cımbız, bisturi/bıçak, dağlama aletleri, merhem sürücüler, bakım setleri, iğneler...



Bu koleksiyonun sahibi Prof. Dr. Erdoğan Yalav'ın Amerikan Hastanesi'nde sergilenme sebebini ve duygusunu "Bir mesleğin geçmişini bilmeden, içinde bulunduğumuz bilimi geliştiremeyiz. Bu aletlerin sergileneceği mekân, onların varlık felsefesine uygun ikinci bir mabet olmalıydı. Bu, geçmişe, sanata ve sevgiye yapılacak en yüce yaklaşımdı. Bu imkânı bana, mensubu olmakla gurur duyduğum Vehbi Koç Vakfı Amerikan Hastanesi verdi" sözleriyle özetlediği sergi, 30 Mayıs'a kadar, pazar günleri hariç 11.00-19.00 saatleri arasında ziyaretçilerini bekliyor.

"Tek başına yediğiniz ye

Yıl 1954. Genç asistan ameliyatta kullanılacak aletleri hazırlarken yanına bir hasta gelir: "Bunlarla ameliyat yapılıyor mı? Ben bunları mezarlardan çıkartıyorum." Şaşırma sırası asistandadır. "Peki," der hastaya, "Bana bu aletlerden getirebilir misin?" Bir süre sonra hasta, asistana antik mezardan çıkarttığı bir alet getirir. Prof. Dr. Erdoğan Yalav'ın antikçağda kullanılan tıp aletleriyle serüveni de işte o aletle beraber başlar, gelişir. Cerrah Yalav, şimdi VKV Amerikan Hastanesi Sanat Galerisi'nde ilgiyle izlenen koleksiyonu ve Anadolu'da bulunan antik tıp aletleri ile ilgili sorularımızı yanıtladı.

Neden antik tıp aletleri?

Hekimlik sanatının kaybolmakta olan bir bölümünün son nesliyiz. Bu nesil kaybolmadan, bazı şeyleri aktarmak istedim. Biz, Hipokrat'ın koyduğu esasların Avrupa'da Rönesans'la gelişip kurumlaştığı bir ekole mensubuz. Diseksiyon dediğimiz, ince ince her şeyi didikleyip görme, elleme ve tedavi etme: bizim felsefemiz oydu. Görmek ve ellemek, vücudu geniş bir şekilde açmayı arzu ederdik biz. Bunun için anestezi gerekiyordu. Anestezi imkânları geliştikten sonra, mesela bir göğüs ameliyatında, bütün bir

Prof. Dr. Erdoğan Yalav, eskiden kıskançlıkla sakladığı koleksiyonunu artık sergiliyor: "Bir nevi bağımlıyım. Müzeye gittiğimde rahatsız olur, onları kucaklamak isterdim. Şükür kendimi tedavi ettim. Şimdi ürünlerimi sergiliyorum"

göğsü açıp iyi bir kontrolden geçirdikten sonra ameliyatımızı yapıyorduk. Aletlerimiz de çok güzel aletlerdi. İnsanlığın var oluşundan beri yavaş yavaş gelişmişlerdi. 15 sene önce "fiber optik cerrahi" dediğimiz son derece değişik bir cerrahi branşı açıldı, bu aletler de misyonunu tamamladı. Benim misyonum, fiber optik dönem öncesi aletleri tanıtmak.

Ne tıp aletler topladınız?

Biriktirdiğim aletler, insanlığın ilk zamanlarından beri kendi vücutlarına dönük bütün müdahalelerin icra edildiği alet formlarıdır. Bunların, Avrupa'daki müzelerde sergilenenlerden bir üstün tarafı var: Roma İmparatorluğu, Doğu ve Batı Roma İmparatorluğu olarak ayrıldıktan sonra Doğu Roma, yani Bizans devamlı akınlara uğradığı için gelişemedi. Batı Roma sürekli gelişti ve aletlerini

geliştirdi. Anadolu'da ise aletler toprağa gömüldü ve orada aynen kaldı. İşte benim Anadolu'dan biriktirdiğim aletler bunlar. Mazileri 3 bin sene önceye gider. Batı'da örnekleri çok azdır, çünkü yeni alet gelince eskileri atmışlar. Ama bizimkiler toprağa gömülü kaldığı için orijinal şekillerini korumuş.

Koleksiyondaki en eski alet hangisi?

Yontma taş devrinden, 3-4 santim boyunda, balta şeklinde yapılmış, uçları sivri taşlar.

Peki bunların tıp aleti olduğunu nasıl anlıyorsunuz?

Arkeoloji, birtakım ufak tefek somut şeylerle hipotezler yaratma sanatı olarak bilinir. Benim avantajım şu: cerrahım. Elimize aldığınız bir aletin ne işe yaradığını az çok hissedersiniz. Çünkü insan eli son



meğin hiçbir zevki yok"

100 bin senede değişmediğine göre ve insanlar bu aletleri elleriyle kullanmak için yaptıklarına göre, 100 bin sene önceki elin içindeki alet de aynıydı. Her şey aynı olunca kullanma şekli de aynı olmalı. Doğa, beyin denilen cevheri muhafaza etmek için en kalın şekli vermiştir kafatası kemiklerine. Bütün kemikler erir, kafatası kalır. Ve mezarlardaki bu kafataslarının yanından çıkan aletlerle kafatasına yapılan birtakım şeyler görüyoruz; kırmışlar, delmişler veya kesmişler. Bir bakıyorsunuz mezara, o kafatasıyla beraber bu aletler çıkıyor.

İlk aletler yontma taştan cilalı taştan, milattan önce 4 binde bronz ve bakırdan, milattan 2 bin sene önce çelikten yapılıyor. Ama çelikten zamanımıza kadar gelen alet pek yok. Çünkü çelik okside oluyor. Onun için elimizdeki bütün aletler bronz.

Koleksiyonunuzdaki aletler en çok hangi bölgelerden toplandı?

250 civarında tıp aleti var. Birkaçı neolitik devre ait, birkaçı Helenistik, geri kalanlar Roma döneminden. Bölge olarak da Orta Anadolu'dan. Çünkü Batı Anadolu'da tarım yapıldığı ve çok kalabalık olduğu için ziyan olmuş gitmiş. Orta Anadolu'da Amasya, Tokat ve Kayseri ile Güneydoğu Anadolu bölgeleri bakir yerler.



Peki aletleri nasıl buluyor ve koleksiyonunuza katıyorsunuz?

Maalesef kaçakçılık çok fazla. Zaman içinde kaçakçılarla arkadaş oluyorsunuz mecburen. Müze yetkilileri, "Aleti nereden bulduğunu söylemeye mecbur değilsin, ama bulur bulmaz bana deklare edersin" diyor. Biz de aleti, bulandan alıyoruz, bir hafta içinde götürüp resmini çekip deklare ediyoruz. Envanter defterine geçiriyoruz. Maalesef "tezgâh altı" tabiri ettiğimiz olaylar da oluyor. Fakat bunlar artık bizim erişeceğimiz şeyler olmaktan çıktı.

Burada hiçbir değeri yok gibi gözükken şeyler, Batı dünyasında çok büyük değer kazanıyor. Bizim aletlerin antik değerinin bozulmadan kalması, değerlerini daha da artırıyor. Onun için herkesin gözü burada.

Bir antik tıbbi aleti koleksiyona kattığınızda ya da görüp de alamadığınızda neler hissediyorsunuz?

Çok zor onu ifade etmek. Çünkü bir nevi bağımlı bir hastasınız. Aletin elinize geçmediği durumdaki üzüntünüzü unutmaya imkân yok. Bir zamanlar müzeye gittiğimde çok rahatsız olur, onları kucaklamak isterdim. Çok şükür kendimi tedavi ettim. Şimdi aksine, ürünlerimi sergilemeye, bir de başkalarına vermeye yöneldim. Eskiden gayem onlara sahip olmaktı; sahip olduktan sonra onları hazmetmiş olmanın manevi zevkiyle yetinmeyi öğrendim. Şu an beni en fazla meşgul eden taraf, bilgimi artırarak bu aletlerin üzerinde bugüne kadar görmediğim, hissetmediğim şeyleri bulmak, çözmek ve onları bir şekilde değerlendirmek.

Koleksiyoncuların geldiği son aşama bu mu?

Son aşama bu. Onun için müzeler kuruluyor, paylaşma hissi başlıyor. Çünkü tek başına yediğiniz yemeğin hiçbir zevki yok. 🍷

Habere göre fıkra

Dam üstünden gözüm genellikle gözden kaçan bazı ilginç haberlere takılıyor... Efendim İsveç kaynaklı bir habere göre "Aptallarla çalışmak kalp krizi geçiriyormuş!" İsveçli bilim adamları yememiş içmemiş ve aptallarla aynı ortamda çalışmanın yarattığı stresin çay ve sigaradan çok daha zararlı olduğunu ortaya çıkarmışlar. Bu sonucun ülkemiz için pek fazla bir şey ifade ettiğini söylemek zor. Zira ülkemizde iş bulmak öyle zor bir hale geldi ki, insanlar asıl ummadığı bir anda iş bulduğunda heyecandan kalp krizi geçirebilirler. Bu arada dikkati çekecek düzeyde "tembel" bir toplum oluşumuzun, metrekareye düşen "aptal" sayısı ile herhangi bir ilişkisi olup olmadığını çözecek yerli bilim adamlarına ihtiyacımız var... Şimdi gelelim bu haberden çıkardığım fıkra...

Temel kahvede boş boş pineklerken eline aldığı gazetedeki "Aptallarla çalışmak kalp krizi geçiriyor" haberini okuyunca yüzü gülmüş ve kahveciye keyifle seslenmiş: "Ula Hüsnü, haçan pen bu sağlığını işsiz olmama borçluyum da, haberim yokmuş daaaa!.." Şimdiki haber Mayıs ayına yakışır bir haber... Her çiçeğin bir anlamı var malumunuz. Sevgilinize, eşinize, dostunuza, arkadaşınıza çiçek alırken aman dikkat! Bakın pembe gül arkadaşız, anlamına gelirken, kırmızı gül seni çok seviyorum, koyu kırmızı karanfil kalbimi kırdın, pembe karanfil seni unutmayacağım, sarı karanfil, beni hayal kırıklığına uğrattın, orkide sen çok özelsin, papatya kalbim sana karşı tertemiz hislerle dolu, yasemin çok güzel ve çekicisin, beyaz leylak çok hoş birisin, mor leylak; sana ilk görüşte aşık oldum, nergis; sana saygım sonsuz, me-

nekşe aklımda hep sen varsın, kırmızı lale aşkıma itiraf ediyorum, sarı lale, umutsuz aşk, petunya umudunu yitirme anlamına geliyormuş. Hadi gel de bunların hepsini aklında tut bakalım. Hem sonra herkes bu anlamları farklı farklı da bilebilir, epey karışık bir durum anlayacağınız. Gelelim bu çiçek gibi haberden çıkardığımız fıkra... Temel mosmor gözleriyle sabah sabah mahalle çiçekçisinin karşısına sinirli bir şekilde dikilmiş: "Ula Niyazi, haçan dün akşam senden karımın penu affetmesi için çiçek almıştım. Sen de bağa sarı lale vermiştin. Meğerse pizumki bunların manasını da pileymiş, sarı lale umutsuz aşk demekmiş, çiçekleri önce vazoya sonra da o vazoyu kafama geçirdi. Eee şimdi sıra bende, densiz bir çiçekçi anlamına cemesu için, şimdi sana hangi çiçekleri yedireyum söyle bana daaa?.."

Çin mallarıyla rekabet edemeyen kimi Türk üretici artık kendi mallarının üretimini de Çin'de yapmaya başladı. Çin'de üretilip buraya getirilerek Çin mallarıyla rekabet etmek tam bize göre bir hareket olsa gerek! Artık elinizi attığınız çok ucuz bir ürün genellikle Çin malı çıkıyor. Bu Çin istilası, Çin gribi her tarafa yayılmış bir halde yerli üreticiyi anında yatağa düşürüyor. Aldığın şey kısa sürede elinde kalıyor ama olsun, sonuçta bir lira ya da beş lira ya, hemen alıyorsun, kırıldığında da fazla para vermemiştim diye pek önemsemiyorsun, Çin usulü zekice bir işkence bu aslında!..

Şimdi gelelim bu haberden çıkardığımız fıkra... Oldukça fakir bir genç, yolda bulduğu Aleaaddin'in sihirli lambasını ovuşturunca, lambanın içinden sarı renkli bir dev çıkmış... Sarı renkli bu dev hemen dile gelmiş: "Dile benden ne dilerseeeeeen... Yalnız şunu unutma ne dilerse dile bende sadece bir yetele..." Fakir genç şansına söylenmiş: "Şu şansa bak beee, bizim lambadan da çıka çıka Çinli bir dev çıktı iyi miiiiii?.."

O da neee?.. Bulduğum damın kiremitleri kırılıyor, yoksa bunlar da mı Çin malı, neyse gelecek aya dek kalın henüz Çin'den gelmemiş akıl sağlığınıza!..

