

# BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Ocak 2009 - Sayı 366

**HEDEFLERİMİZE  
KARARLILIKLA  
YÜRÜYÖRÜZ**





## *Özenle kurutur*

Arçelik'ten çamaşırlarınızı  
özenle kurutan A sınıfı  
Çamaşır Kurutma Makinesi.



**OCAK | 2009****Küresel Vizyon**

4 Turgay Durak: "Sektörün stratejik hedefleri değişmeyecek"

**Ayın Gündemi**

8 Savunma sektörü SinerjiTürk'te buluştu

**Stratejik Satınalma**

12 Üstünde güneş batmayan ihale:  
Hava kargo taşımacılığı

**Marka Vizyon**

14 2015 yılının Trendsetter'i Anne Lise Kjaer:  
"Tahminlerimde asla yanılmam"

**Sosyal Sorumluluk**

18 Koç Topluluğu çevre bilincini okullara taşıyor  
20 Aslında hepimiz birer "Yeşil Bilgi Elçisi"yiz

**İçimizden Biri**

22 Pazarlamada ekip çalışmasının zaferi

**İletişim**

26 Elif Koca: "Sanatsal etkinlikler zekâyı geliştirir"

**Birlikte Başarmak**

28 Kani Baştürk: "Krizin faydaları da var"

**Divan Sohbetleri**

30 Cem Mumcu: "İnsanları daha iyiye  
çekmek gibi bir derdim hep olmuştur"

**Kültürel Vizyon**

32 Minik bir dünyada yolculuğa hazır mısınız?  
34 Okyanusu aşan sergi: "Babil'in Ötesi"

**Hayata Dair**

36 Eviniz ne kadar akıllı?

**Spor Vizyon**

38 Melis Sezer: "Başarı, kişinin hedefine  
ve isteğine bağlı"

**Ford ile Yollarda**

40 Celal Pir: "Florida'da sürücüyü sordum:  
Neden Ford Transit Connect kullanıyorsun?"

# BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

## Diğer ülkelerden daha şanslıyız

# 2

008, ilk 9 ayında kârlılık ve verimlilik açısından hem Koç Topluluğu hem de sektördeki şirketler için olumlu bir seyir izlerken, son çeyrekte tüm dünyayı etkisi altına alan ekonomik kriz haberleriyle hergün olumsuz gelişmelerin yaşandığı, dünyanın geleceğine yönelik soru işaretlerinin ortaya çıktığı bir yıl oldu. 2009'da giderek daha da artacağı öngörülen bu soru ve sorunların altından kalkabilmek için tüm sektörlerde doğru risk analizi ve yönetimi, kapasitenin en verimli olacak şekilde kullanılmasına ve büyüme hamlelerinin son derece temkinli davranılarak gerçekleştirilmesine ihtiyaç var. Daha önce yaşadığımız krizler ve bu krizlerden çıkarılan dersler ve tecrübelerle dayanarak harekete geçebilir ve yeni koşulları doğru tahlil edebilirsek, diğer ülkelere oranla daha "şanslı" bir konumda olacağımız konusunda sanırım hepimiz fikir birliği içindeyiz.

Lider pozisyonda bulunduğumuz ve büyük potansiyeli olduğuna inandığımız iş alanlarında yoğunlaşarak, her türlü ekonomik koşula karşı süreklilik arz edecek bir yapıya kavuşturduğumuz Topluluğumuz, bulunduğu tüm sektörlerde konumunu daha da güçlendirerek "yenilikçi ve vizyoner" bir bakış açısıyla yoluna devam ediyor.

Küresel ekonominin en önemli aktörlerinden olan otomotiv sektörü de tüm dünyada önemli kan kaybına uğradı. Buna rağmen, Türk otomotiv sektörü şirketleri stratejik hedeflerinde herhangi bir revizyona gitmeyi düşünmüyor. Koç Topluluğu her zamanki gibi ülkesine karşı sorumluluklarının bilincinde olarak, sektörün önümüzdeki dönemde eskisinden de güçlü bir şekilde hizmet vereceğine inanmaktadır. Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Turgay Durak'ın dergimize verdiği röportajda işte bu sorumluluk duygusunun izlerini bulacaksınız.

Yurtiçi ve yurtdışından savunma sektörü şirketleri, Savunma Sanayii Müsteşarlığı öncülüğünde düzenlenen SinerjiTürk 2008 etkinliğinde biraraya geldi. Dünya savunma sektöründe uluslararası birer oyuncu haline gelmemiz, hem Topluluğumuz hem sektör şirketleri hem de ülkemiz açısından büyük önem taşıyor. Koç Topluluğu olarak savunma ihtiyaçlarını kendi kaynaklarından karşılayan ülkelerin, geleceklerini de kendilerinin kurgulama şansı olduğunun bilinciyle ülkemiz için çalışıyoruz.

"Ülkem İçin" projesi kapsamında gerçekleştirdiğimiz çevre konulu eğitim çalışmaları ve "Yeşil Bilgi Platformu" gibi sosyal sorumluluk projelerimiz de tüm hızıyla devam ediyor. New York Metropolitan Müzesi'nde düzenlenen "Babil'in Ötesi" sergisine sağladığımız katkıyla ülkemizin tanıtımı için verdiğimiz hizmetlerden dolayı mutluluk duyuyoruz. 2009'un hepimize yepyeni umutlar getirmesi dileğiyle mutlu yıllar diliyoruz.

**Ali Y. Koç**

**Yönetim Kurulu Üyesi, 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](mailto:bizdenhaberler@koc.com.tr) Yayın Türü: Yerel, Süreli Ocak 2009 Sayı: 366

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına Dr. Bülent Bulgurlu  
Genel Yayın Yönetmeni: Ali Y. Koç  
Yayın Direktörü: Oya Ünlü Kızıl  
Sorumlu Yönetmen: Şeniz Akan  
Editör: Belgin Demirer, Cüneyt Kural  
Sanat Yönetmeni: Doğa Özkan  
Yayın Kurulu: Ülkü S. Osmanoğlu, Arın Saydam, Ebru Uluceviz, Seçil Akbudak Kalyoncu

Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve Tasarım Hizmetleri A.Ş.  
Tel: (0212) 337 51 99  
Faks: (0212) 288 62 36

Renk Ayrımı ve Baskı:  
Esen Ofset Matbaacılık Sanayii ve Ticaret A.Ş.  
Tel: (0212) 549 25 68  
Faks: (0212) 549 25 74

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.



KOÇ HOLDİNG OTOMOTİV GRUBU BAŞKANI VE OSD YÖNETİM KURULU BAŞKANI TURGAY DURAK:

# “Sektörün stratejik hedefleri değişmeyecek”

Küresel ekonomik krize karşı ilk tepkiyi veren sektörlerden biri olan otomotiv sektörünün son bir yıllık değerlendirmesini, gelecek planlarını ve yeni ekonomik koşullar çerçevesinde alınması gereken önlemleri Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı ve OSD Yönetim Kurulu Başkanı Turgay Durak’la konuştuk

**T**ürkiye ve dünya otomotiv sektörünün son bir yıllık değerlendirmesini yapabilir misiniz?

2007 yılının ortalarında ABD’de finans türevlerinin değer kaybı sonucunda geri ödeme sorunlarının tetiklenmesi olarak ortaya çıkan finansal küresel kriz, kredi olanaklarının daralması ve fon maliyetlerinin artmasıyla birlikte tüm dünyada finansal sistemin küçülmesine de neden oldu. Bu durum, alınmış kredilerin bir bölümünün geri ödenmeye çalışılması; dolayısıyla yatırımların ve tüketici harcamalarının önce ertelenmesi, sonra kısılması şeklinde kendini gösterdi. Ülkemizde de olduğu gibi, kriz dönemlerinde, tüm dünya ülkelerinde öncelikli olarak otomotiv

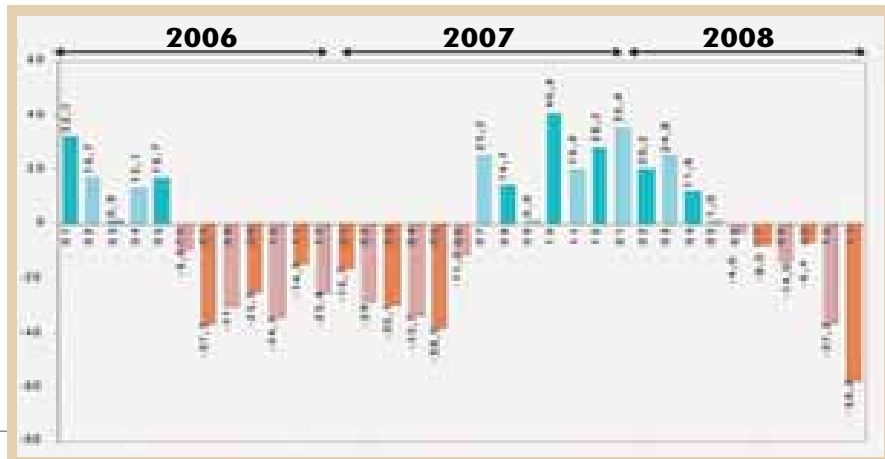
ürünlerine talepte daralma yaşanıyor. Otomotiv sanayimizde üretimin yüzde 80’i ihraç edilmekte ve AB pazarı, ihracatımızda yüzde 90’ının üzerinde önemli bir pay almaktadır. Avrupa pazarındaki talep daralması doğal olarak sanayimizi olumsuz etkiledi. Mayıs ayına kadar artarak devam eden talep, ihracat ve üretim AB ülkelerindeki gelişmelere paralel olarak hızla azaldı. Toplam iç pazarda, haziran ayından beri devam eden gerilemenin, ekim ayı itibarı ile daha keskin olduğu görülüyor. Ekim ayında toplam iç pazar yüzde 37, kasım ayında yüzde 58, otomobil pazarı ekim ayında yüzde 39, kasım ayında yüzde 57 oranında azalmış durumda. İhracatımızın yüzde 90’ının gerçekleştiği Avrupa pazarındaki daralmanın sonucu ağustos ayında başlayan sipariş iptalleriyle

azalan ihracatımız, kasım ayında da azalmaya devam etti. Bu ayda toplam ihracat yüzde 41.7 otomobil ihracatı ise yüzde 44.4 oranında azaldı.

Özetle ilk üç aylık dönemde, toplam üretimde artış oranı yüzde 42 iken, ikinci üç aylık dönemde bu oran yüzde 24’e geriledi, üçüncü üç aylık dönemde ise yüzde 7 düzeyinde gerçekleşti.

Toplam ihracatta ise, ilk üç aylık dönemde gerçekleşen yüzde 46 düzeyindeki artış, ikinci üç aylık dönemde yüzde 28’e geriledi ve üçüncü üç aylık dönemde ise yüzde 19 düzeyine indi.

Toplam üretim, ihracat ve pazar değerlerinde ekim ve kasım aylarında gerçekleşen büyük orandaki düşüşlerin devam etmesi ve kümülatif bazda üretim ve ihracatta da daralmanın artması bekleniyor. Bunun sonucunda 2008 yılının başında 1.5 milyon adet üretime doğru giden üretim gelişmesinin, yıl sonunda 1.1 milyon adedin altında kalacağı ve ihracatın da 1 milyon adetten 0.85 milyon dolayına gerileyeceği tahmin ediliyor.





### Tüm dünyada, özellikle de ABD'de uygulanan "kurtarma paketleri" sektörü ayağa kaldırmaya yetecek mi?

Otomotiv firmalarına finansal destek sağlamak amacıyla hazırlanan toplam 13.4 milyar dolarlık kredi paketi, ABD Hükümeti tarafından kabul edildi. ABD'nin doğrudan ve dolaylı istihdamının onda 1'ini sağlayan otomotiv firmalarının bu kredi ile desteklenmesi, ABD ekonomisinin geleceği ve özellikle sosyal boyutu açısından çok önemli bir konu olarak değerlendiriliyor. Bu fon sayesinde finansal olarak zor durumda bulunan otomotiv firmalarının yeniden yapılandırılma planının hazırlanması için süre yaratılması amaçlanıyor. Bu firmaların 2009 yılı mart ayı sonuna kadar, firmalarının yeniden yapılandırılması süreci ile ilgili bir aksiyon planı hazırlamaları bekleniyor. Bu planda firmalardan beklenen, kamu kaynağından sağlanacak fonları, yakıt ekonomisi ve alternatif yakıt kullanımı sağlayan yeni nesil küçük araçların geliştirilmesi için verimli bir şekilde kullanacaklarını ispat etmeleri ve özellikle işçilik, sağlık sigortası ve

emeklilik fonu maliyetlerinden tüm çalışanların fedakârlık yapması.

ABD'deki pakete ek olarak, AB'de küresel krizin otomotiv sanayi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak ve daralan pazarı canlandırmak amacı ile 4 yıl süreli 16 milyar Euro tutarında "düşük faizli fon paketi" ile ilgili Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan ve ACEA tarafından da desteklenen öneri, aralık ayı başında onaylandı.

Ayrıca AB Komisyonu'nun, belirli yaşın üzerindeki araçların hurda teşviki yoluyla pazardan çekilmesine yönelik olarak hazırladığı önerinin üye ülkelerde devreye alınması için çalışmalar başlatıldı.

AB ve ABD'de alınan bu önlemler, esas olarak üretimi ve tüketimi artırmayı hedefliyor.

### Yaşanan gelişmelerin Türk otomotiv sektörüne yansımaları ne boyutta olacak?

İhracatımızın önemli bölümünü gerçekleştirdiğimiz Avrupa ülkeleri pazarının daralması, yurtiçi pazarımızın canlandırılması ile ilgili alınması gereken önlemlerin önemini artırmıştır. Avrupa ülkelerine yönelik olarak da benzer tedbirlerin alınması ile ilgili hükümet nezdinde gerekli girişimler yapılmış olup bu önlemlerin acil ve öncelikli olarak değerlendirilmesi bekleniyor.

2009 yılı için iç piyasanın otomobil, hafif ti-

| KONU         |          | AYLIK         |               |               | 11 AY          |                |               |
|--------------|----------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
|              |          | 2007          | 2008          | 2008/2007 (%) | 2007           | 2008           | 2008/2007 (%) |
| İhracat      | Toplam   | 80,159        | 46,724        | -41.7         | 747,329        | 874,084        | 17.0          |
|              | Otomobil | 49,289        | 27,397        | -44.4         | 460,180        | 500,598        | 8.8           |
| İhracat (\$) | Toplam   | 2,006,970,550 | 1,126,899,298 | -43.9         | 17,336,088,338 | 21,012,303,034 | 21.2          |
|              | Otomobil | 730,127,336   | 369,961,927   | -49.3         | 6,227,064,368  | 7,207,748,577  | 15.7          |

| KONU  |          | AYLIK  |        |               | 11 AY   |         |               |
|-------|----------|--------|--------|---------------|---------|---------|---------------|
|       |          | 2007   | 2008   | 2008/2007 (%) | 2007    | 2008    | 2008/2007 (%) |
| Pazar | Toplam   | 67,017 | 28,130 | -58.0         | 528,130 | 482,103 | -8.7          |
|       | Otomobil | 39,643 | 17,201 | -56.6         | 295,720 | 280,119 | -5.3          |

cari araç, kamyon ve otobüsler dahil, 2008'e göre yüzde 20 azalarak 400 bin mertebesine ineceği, ihracatın ise yüzde 25 oranında azalarak 800 bine ineceği tahmin ediliyor.

#### Türkiye boyutundan baktığımızda yaşanan sorunlar için çözüm önerileriniz nelerdir?

Sanayimizin küresel kriz süresinde, mutlaka varlığını geliştirerek sürdürmesi ve kriz sonunda ortaya çıkacak fırsatlara karşı hazırlıklı olmasının sağlanması gerekiyor. Bu nedenle uzun vadede üretim ve ihracatla ilgili hedeflerimize ulaşabilmemiz ve sürdürülebilir küresel rekabetin sağlanabilmesi için bazı temel önlemlerin, hükümetimiz tarafından bir plan çerçevesinde uygulanması sanayimiz için önem taşıyor. Bu önlemler:

İç ve dış pazarda sürekliliğin devamı için; tüketicinin alım gücünün desteklenmesi, kamu tüketiminin yerli ürünlere yönlendirilmesi ve ihracatın desteklenmesi.

Likidite sıkıntısının giderilmesi için; borçlanma maliyetlerinin azaltılması ve yeni kredi kaynaklarının yaratılması.

Sanayinin yılda 2 milyon üretim, 1.5 milyon ihracat hedeflerinin desteklenmesiyle ilgili olarak; ihracata yönelik büyük yatırımlara kurumlar vergisinin indirilmesi, Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi, nitelikli işgücü istihdamının korunması şeklinde özetlenebilir.

#### Vergi indirimi, enerji fiyatlarında düşüş gibi önlemlerin sektörün toparlanmasına yardımcı olacağını düşünüyor musunuz? Hükümet ve özel sektör tarafından ne gibi önlemler alınmalı?

Hükümetimize sunduğumuz önerilerin arasında, tüketicilerin ve kurumların doğrudan alım gücünü destekleyecek tedbirlerin alınması konusu ilk sıralarda yer alıyor.

Bildiğiniz gibi; 2008 yılında elektrik fiyatları, önemli oranlarda artırılmıştı. EPDK'nın belirlediği ve 2009 yılı ocak ayında uygulan-

maya başlayacak olan, sanayi firmalarında elektrik tarifelerinin belirli oranlarda düşürülmesi yönündeki kararın, sanayi firmalarımız açısından olumlu ve yerinde bir karar olduğunu düşünüyorum. Ancak bu tedbirler yeterli değildir; yarattığı katma değer dikkate alınarak sanayimizin yurtdışıyla rekabet edebilir düzeye getirilebilmesi için enerji maliyetleri ile ilgili bu desteklerin artarak devam etmesi gerekiyor.

#### Krizin, yeni nesil hibrit araçlara dönüşüm için bir fırsat olduğu söyleniyor. Bu fikre katılıyor musunuz?

Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere dünya genelinde, özellikle petrol fiyatlarındaki artışa ve küresel ısınmaya bağlı olarak tüketicilerde çevreyi daha az kirleten, daha az yakıt tüketen araçlara karşı bir talep oluşuyor. Yine birçok gelişmiş ülke hükümetleri daha çevreci araçları teşvik eden politika ve regülasyonları uygulamaya alıyorlar.

Bütün bunların bir sonucu olarak global otomotiv firmaları gelecek ürün planlarını bu talep doğrultusunda şekillendirmekte, daha çevre dostu ve daha az yakıt tüketen araçları ürün planlarına dahil etmekte ve bu araçlara ilişkin ürün geliştirme faaliyetlerine hız vermekte. Hibrit araçlar da bu çerçevede son dönemde sıkça kendilerinden söz ettiriyor. Bu konuda araştırmalar yoğun bir şekilde devam ediyor. Avrupa Birliği de bu konudaki araştırmaları hızlandırmak amacı ile "Yakıt Hücreleri ve Hidrojen Teknolojileri Ortak Girişimi" çalışması başlattı. Avrupa Transport Teknoloji Platformu da "Ulaşımın Elektrifikasyonuna" yönelik bir strateji dokümanı hazırladı. Bu raporlarda özellikle sıkışık trafikte dur-kalk tipli hafif hibrit araçlardan başlayarak, tamamen elektrikle çalışan araçlara kadar tüm süreç vurgulanmakta. Şu andaki vizyon tamamen elektrikli araçların 2030'lardan sonra alınabilecek maliyetlere doğru gelmesi. Bu aşamaya gelinceye kadar, hafif hibrit, hibrit, elektrik



sistemi ile sarj edilebilen hibrit, yakıt hücresi ve hidrojen ile çalışan otolar gibi değişik teknolojileri görüyor olacağız. Bu alanda ilerlemek için başta akü teknolojisi olmak üzere, elektrikli motor teknolojileri, klima ve ısıtma gibi yardımcı ünite teknolojileri ve benzeri birçok teknolojinin de geliştirilmesi gerekli. Özellikle akü teknolojilerindeki hızlı bir gelişme, şu anda 2030-2050 arası gibi görünen tam elektrikli otolara geçişi hızlandırabilir.

Yaşanmakta olan global finansal kriz birçok sektörü etkilediği gibi otomotiv sektörünü de derinden etkiledi. Özellikle Amerikalı üreticiler zor duruma düşüldükleri bu kriz sürecinde hükümetlerinden maddi destek arayışına yöneldiler. Amerikan hükümeti de bu talebe ürün planlarında daha çevreci araçlara ve daha az yakıt tüketen araçlara yer vermeleri ve bu planları varsa öne çekmeleri koşulu ile olumlu cevap verdi. Sonuç olarak bu karar hibrit araçların geliştirme süreçlerini hızlandıracak ve pazara ulaşılabilir fiyatlarla sunulma tarihlerini erkene çekecek.

Dolayısı ile yaşanan krizin hibrit araçlara dönüşüm için bir fırsat olduğundan ziyade, bu araçların hayatımıza girmesine kadar geçecek olan süreyi kısaltacak bir katalizatör olduğunu söylemek daha doğru bir ifade olacak. Fakat yukarıda da bahsettiğim gibi, çok değişik teknolojilerin olduğu bu alanda doğru bir stratejinin izlenmesi son derece önemli. Aksi takdirde günümüzün kısıtlı kaynakları yanlış bir şekilde harcanabilir.

| 2008/2007 Değişim % | 1.Çeyrek | 2.Çeyrek | 3.Çeyrek | Ekim | Kasım |
|---------------------|----------|----------|----------|------|-------|
| Toplam Pazar        | 26       | 2        | -11      | -37  | -58   |
| Toplam İhracat      | 46       | 28       | 19       | -28  | -42   |
| Toplam Üretim       | 42       | 24       | 7        | -21  | -50   |





**“Yaşanan son olumsuz gelişmelere rağmen, Türk otomotiv sanayi firmaları, mevcut stratejilerinde bir değişiklik öngörmüyor, mevcut stratejileri doğrultusunda, yoğun ve hedef odaklı çalışmalarına kararlılıkla devam etmeyi planlıyor”**

**Ar-Ge çalışmaları gelişmelerden ne yönde etkilenecek? Daha sonraki yıllar için beklenti ve planlamalarda bir revizyona gidilecek mi?**

Sanayimizin stratejisi, verimlilik artışı ve katma değeri yüksek yenilikçi ürünlerde üretimi artırmak ve mevcut ihracat projelerine ek olarak yeni projelerin gerçekleştirilmesi; ayrıca, “Mükemmeliyet Merkezi” olabilmek için Ar-Ge alanında yatırımlar yapmaya ve küresel firmaların sadece üretim yatırımlarını değil, Ar-Ge faaliyetleri ile ilgili yatırımlarını da ülkemize çekmeye yönelik olarak yan sanayi firmaları ile birlikte tasarım çalışmalarının geliştirilmesidir.

Gümrük Birliği öncesinde, 250 binler düzeyindeki otomotiv sanayi üretimi 2007’de 1.1 milyon adede, sadece 35 bin adet olan toplam ihracat adeti ise 830 bine ulaşmıştı. Bütün bu kazanımlar, 1993-2003 yılları arasında yaşanan dört önemli kriz döneminde her türlü olumsuz koşula rağmen yatırımlarımızın aksatılmadan sürdürülmesinin bir sonucudur.

Bu nedenle, yaşanan son olumsuz gelişmelere rağmen, Türk otomotiv sanayi firmaları, mevcut stratejilerinde bir değişiklik

öngörmüyor, mevcut stratejileri doğrultusunda, yoğun ve hedef odaklı çalışmalarına kararlılıkla devam etmeyi planlıyor. 2012 yılı için belirlediğimiz 2 milyon adet üretim, 1.5 milyon adet ihracat, 50 milyar dolar ihracat geliri ve 600 bin istihdam hedeflerimize, birkaç yıl gecikmeli olsa da, ulaşmak üzere çalışıyoruz.

**Büyük bir istihdam alanı olan otomotiv sektöründe yaşanan gelişmelerin çalışanlara yansımaları nasıl olacak?**

Otomotiv sanayiinde sürdürülebilir küresel rekabetin en önemli kaynağı yetişmiş insan gücüdür. Bununla birlikte, pazar ve ihracattaki önemli düşüşlere bağlı olarak, büyük emek ve maliyetle yetişmiş insan gücü istihdamının da azaltılması kaçınılmazdır. Bu nedenle, bu kaybın asgari düzeyde kalabilmesi için, kısa çalışma ve kısa çalışma ödeneği mevzuatına ivedilikle işlerlik kazandırılması için “işsizlik fonu” kaynaklarının kullanımına açılması gerekmektedir. Bu konu, hükümetimize sunduğumuz acil ve öncelikli önlemler arasında yer almaktadır. Kriz sonunda ortaya çıkacak fırsatlara karşı hazırlıklı olabilmemiz ve bu fırsatları en iyi şekilde değerlendirebilmemiz, bu yetişmiş

insan gücünün korunmasıyla yakından ilgili olacaktır.

**Otomobil üretimiyle dünya genelinde 16’ncı sıraya yükselen Türkiye’nin Pazar payının artması için hangi pazarlara yönelmesi gerekiyor sizce? Alternatif pazarlar yaratma konusunda çalışmalar yapıyor mu?**

Otomotiv sanayi firmalarının önemli çoğunluğu küresel ortaklığı bulunan firmalardan oluşmaktadır. Bu firmalar, birçok modelin Avrupa’ya ihracatını, üretim üssü olarak tek başına yapmakta ve araçlar ihracat yapılan ülke tüketicisinin beklentilerine göre üretilmektedir. Bu tür stratejik kararlar, küresel ortaklar ile birlikte alınmakta ve uygulanmaktadır. Bu nedenle, karmaşık bir yapıya sahip olan otomotiv ürünleri ile ilgili yeni pazar alternatifleri belirlemek, önemli hazırlık ve karar süreci gerektirecek stratejik bir konudur.

**Yapılan yorumlar doğrultusunda Türk Otomotiv Sektörü’nün “resesyona” girdiği söylenebilir mi?**

2008 üçüncü çeyreğinde yüzde 0.5 büyüme açıklanması ekonomik durgunluğun sinyallerini veriyor. Özel sektör yatırımlarının ve otomotiv başta olmak üzere, tüketici harcamalarının önemli oranda azalması ve işsizliğin artması GSYH gelişme hızının, son çeyrekte eksi değerde olacağı beklentisiyle birlikte, ekonomik durgunluk sürecine girildiğini gösteriyor.

Otomotiv sektöründe, 2008 yılı kasım ayında geçen yıla göre, yüzde 58 gibi önemli bir oranda daralan toplam pazarın, aralık ayında yine bir önceki yıla göre daha da daralacağı tahmin ediliyor.

2008 son çeyreğinde ekonomide yüzde 0.5 -1 oranında küçülme bekleniyor.

Ekonomistlerin resesyon tarifiindeki “iki çeyrekte birbiri ardına daralma” koşulunu göz önüne aldığımızda 2009’un ilk çeyrek sonucunu da beklememiz gerekli.

**2009 yılı otomotiv sektörü için nasıl geçecek?**

Dünya ile birlikte ülkemizde de etkili olan bu küresel krizin, 2009 yılında etkisini artırması ve 2010 yılı ortalarına kadar da devam etmesi bekleniyor. En iyimser tahmin ise, 2009 yılı son çeyreğinde pazarın az da olsa canlanmaya başlayacağı yönünde.

2008 yılında yaşanan gelişmelerin, 2009 yılı hedeflerimize de olumsuz olarak yansımaları ve 2009 üretim ve ihracatımızın, 2008 yılına göre en az yüzde 20 oranında gerilemesi bekleniyor. ■



# Savunma sektörü SinerjiTürk'te buluştu

Savunma Sanayii Müsteşarlığı öncülüğünde Antalya'da düzenlenen "SinerjiTürk 2008" etkinliği çerçevesinde yurtiçi ve yurtdışından savunma sanayii firmaları bir araya gelip ortak projeler üreterek bir sinerji oluşturmanın yollarını konuştular

**T**

ürk savunma sanayiinde önemli projelerin gerçekleştirilmesine öncülük ederek finansman katkısı sağlayan Savunma Sa-

nayii Müsteşarlığı (SSM), savunma sanayii alanında yurtiçi ve yurtdışında faaliyet gösteren firmalar arasında işbirliğinin geliştirilmesine yönelik bir girişim başlattı. Türkiye'de son yıllarda başlatılan yatırımların sürdürülmesi ve gerekli olan finansman kaynaklarının da bu işbirliği ile sağlanmasının hedeflendiği, "SinerjiTürk" adı verilen firmalar arası işbirliği projesiyle, yurtiçi ve yurtdışındaki savunma şirketleri arasında inovasyon imkânlarının yaratılması, birlikte büyümelerine destek

olunması ve ortaya çıkacak ürünlerin daha geniş bir yelpazede pazarlanmasının sağlanması hedefleniyor.

## Nitelikli beyin gücüne ihtiyaç var

Türkiye'nin 2007 yılı rakamlarıyla milli gelirinin yüzde 1.9'unu savunma ve güvenlik harcamalarına ayırdığını, Brezilya ve İran'ın ardından dünyada 14'üncü sırada yer aldığını söyleyen Milli Savunma Bakanı Vecdi Gönül, SinerjiTürk 2008 toplantısında yaptığı konuşmada, sanayi ve teknoloji alanında önemli atılımlar yapan Türkiye'nin, her gün artan bir biçimde nitelikli beyin gücüne ihtiyaç duyduğunu söyledi.

Savunma sanayii sektöründe, yoğun-

lukla tasarım ve geliştirmeye yapılan yatırımlar sonucunda son beş yılda yaşanan 2.5 kat büyümeye bağlı olarak, sektördeki uzmanlık ihtiyacının en uç noktalara vardığını kaydeden Gönül, "Bu çerçevede, ülkemiz insanının bulunduğu her yerde, birikiminden ve bilgisinden bir işbirliği ortamı içinde yararlanma gereği doğmuş bulunmaktadır" dedi. Milli Savunma Bakanı Gönül, geçtiğimiz on yıllık döneme bakıldığında, tüm dünyada savunma harcamalarının yüzde 50'ye yakın oranda artarak 1.3 trilyon doları aştığını belirterek, soğuk savaşın ardından yaşanan iyimser havanın yerini değişik bölgelerde süregelen nizami veya asimetrik savaşların aldığını ifade etti.



“Bu harcama oranı, geçtiğimiz on yıllık dönem içinde yüzde 5’lerden, yüzde 2’nin altına inmiş bulunmaktadır” diyen Gönül şöyle devam etti: “Oransal olarak yaşanan bu iniş çoğunlukla ülkemizin milli gelirindeki büyümeden kaynaklanmakta olup, nominal harcamalar bu on yıllık dönemde aynı düzeylerde kalmıştır. NATO ülkeleri içinde genel kabul gören savunma ve güvenlik harcamaları seviyesinin milli gelire oranla yüzde 2 olduğu dikkate alındığında, ülkemizin önümüzdeki dönemde reel olarak savunma sanayii alanındaki mevcut yatırım düzeyini korumasını bekleyebiliriz. Esasen, içinde bulunduğumuz coğrafya ve karşı karşıya bulunduğumuz savunma ve güvenlik ihtiyaçları, Türkiye’nin birçok Avrupa ülkesine nazaran daha hazırlıklı olması gerektiğini net bir şekilde ortaya koymaktadır” dedi.

### Vazgeçilmez stratejik hedef

Savunma harcamalarının ülke ekonomisine katma değer katacak şekilde yönlendirilmesinin önceliğine dikkat çeken Milli Savunma Bakanı Vecdi Gönül sözlerini şöyle sürdürdü: “Bu alanda attığımız somut adımlar sektörümüz tarafından çok yakından bilinmektedir. Sadece son Savunma Sanayii İcra Komitesi’nde alınan kararlarla, yurtiçinde toplam bedeli 1 milyar dolardan fazla yeni projelerin savunma sanayii şirketlerimizde başlatılması veya mevcut projelerin ilave ihtiyaçlarla devam ettirilmesi öngörülmüştür. Geçtiğimiz beş

yıllık dönemde başlatılan yurtiçi projelerin toplamı 5 milyar doları aşmıştır. Bugün geline nokta savunma sanayii sektörümüzden uluslararası düzeyde bir performans beklemekteyiz. Teknoloji ve ürün geliştirmede, üretim ve kalitede, proje yönetiminde ve verimlilikte artık şirketlerimiz en iyiyi hedeflemek mecburiyetindedir. Üstlenilen projeler son derece karmaşık konfigürasyonları, en ileri teknolojileri ve üst performans gereklerini ihtiva etmektedir.”

### 3 milyar dolar ciroya doğru

SinerjiTürk 2008’in düzenlenmesine öncülük eden Savunma Sanayii Müsteşarı Murad Bayar ise konuşmasında, Türk savunma sanayiinin cirosunun 2 milyar doları geçtiğini belirterek “Türk savunma sanayiinin, yakın zamanda 3 milyar dolarlık ciroyu geçerek önemli bir uluslararası oyuncu haline geleceğine inanıyorum” dedi.

Türkiye’nin, yurtdışında da çok ciddi bir yetişmiş insan potansiyelinin bulunduğu altını çizen Bayar, ABD ve Avrupa’da profesyonel Türkler’in çalıştığını belirterek, bu durumun, Türkiye’nin yararlanması için büyük bir potansiyel olduğunu söyledi. Bayar, “Savunma sanayimizin teknolojik kapasitesinin çok hızlı bir şekilde geliştirilmesi gerekiyor. Bu nedenle, yurtdışındaki profesyonellerimizle ilişkilerimizi güçlendirmeliyiz,” dedi.

Uygulanacak olan savunma sanayii projeleri konusunda da bilgi veren Bayar, Müsteşarlığın ana görevlerinin Türk Silahlı Kuvvetleri’nin ihtiyaçlarını temin etmek ve modern bir

savunma sanayiinin geliştirilmesini sağlamak olduğunu kaydetti. Müsteşarlık bünyesindeki proje sayısının 200’ü geçtiğini belirten Bayar, Ar-Ge projelerinin ciddi boyutlarda ele alındığını belirtti. Savunma sanayinin, hedeflerine ulaşabilme yolunda çok kapsamlı bir yenden yapılanma içinde olduğunu ifade eden Bayar, ihracat hedeflerinin 1 milyar dolar olduğunu vurguladı.

### Ar-Ge’de yüzde 119 artış

SinerjiTürk Platformu Başkanı Abdullah Raşit Gülhan ise, Türkiye’nin kalkınmasında en önemli role sahip olan insan kaynaklarını bir araya getirerek aralarındaki iş birliğini geliştirmeyi amaçladıklarını söyledi. Türkiye’nin yıllar içinde bir “teknoloji üssü” haline gelmesini hedeflediklerini vurgulayan Gülhan, savunma sanayiinin bu konudaki en önemli aktör olduğunu dile getirdi.

Ar-Ge harcamalarının gayri safi yurtiçi hasıladaki (GSYH) oranını yüzde 2’ye, tam zamanlı araştırmacı sayısını da 150 bine yükseltmeyi hedeflediklerini kaydeden TÜBİTAK Başkan Yardımcısı Prof. Dr. Ömer Anlağan da amaçlarının Türkiye’de yaşam kalitesi ve rekabet gücünü artırmak, sorunlara çözüm sağlamak ve bilim okuryazarlığını yaygınlaştırmak olduğunu söyledi. Türkiye’nin, Ar-Ge harcamalarında 6.6 milyar dolar ile dünyada 23’üncü sırada bulunduğunu belirten Anlağan, 2002’ye oranla 2007 yılında Ar-Ge harcamalarının artış hızının yüzde 119 olduğuna işaret etti. Türkiye’deki tam zamanlı eşdeğer ara-



tırcı sayısının 2003 yılında 30 bin olduğunu, 2007 yılında bu sayının 50 bini bulduğunu ifade eden Anlağan, kamu kurumlarına yönelik 256 milyon YTL bütçeli 83 proje ile savunma sanayiine yönelik 509 milyon YTL bütçeli 38 projenin devam ettiğini dile getirdi. Türkiye’de 2003 yılından itibaren Ar-Ge harcamaları ve araştırmaya ayrılan bütçenin 2.7 kat arttığını belirten Ömer Anlağan, Avrupa Komisyonu’nun “2007 yılı İlerleme Raporu”nda Türkiye’de bilim ve araştırma alanında olumlu yönde gelişmeler sağlandığının vurgulandığını da sözlerine ekledi.



## SinerjiTürk 2008’e katılan kurum ve şirketler

- Milli Savunma Bakanlığı ● Ulaştırma Bakanlığı ● Savunma Sanayii Müsteşarlığı
- Telekomünikasyon Kurumu
- Koç Holding Savunma Şirketleri:
- Koç Bilgi ve Savunma Teknolojileri, Otokar, RMK Marine, Kaletron ● DAL Labor ● TAI ● TEİ ● FNSS ● YONTECH ● Princeton University & NASA Institute On Biologically Inspired Materials ● Netaş ● Milsoft Yazılım Teknolojileri A.Ş. ● Türkcell Technology ● Airties ● Türksat ● Imperial College Hitite Corp. ● STM ● SNC Corp. ● TIAX LLC ● Havelsan ● TÜBİTAK ● TTGV ● ODTÜ Teknopark ● Abraj Capital ● GATE ● Meteksan Savunma/Bilkent Holding ● EGE Serbest Bölgesi Kurucu ve İşletici A.Ş. (ESBAS) ● Vestel ● TÜBİTAK MAM

# Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi, Kurumsal “Küresel pazarda

**SinerjiTürk 2008 etkinliğine konuk konuşmacı olarak katılan Ali Y. Koç, ulusal alanda kendini kanıtlamış savunma sanayii şirketlerinin küresel pazarda da önemli oyuncular haline geleceklerine inandıklarını belirtti**



**S**avunmaSanayii Müsteşarlığı öncülüğünde düzenlenen SinerjiTürk etkinliğinde konuşan Ali Y. Koç şunları söyledi:

“Artan nüfus, adaletsiz gelir dağılımı, sınırlı doğal kaynaklar, açlık sınırında yaşamaların sosyal barış üzerindeki tehdidi ve terör, güçlü orduların önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir.

Bu bağlamda, dünyanın savunma harcamalarının son on yılda yüzde 45 artarak, 2007 yılı itibarı ile 1.4 trilyon dolar olması bu gerçeğin en somut ispatıdır.

Küresel savunma sanayiinin ulaştığı boyut ve ilerisi için yapılan öngörüler incelendiğinde, dünyamızın her geçen gün daha az güvenli bir yer olduğunu ve ülke güvenliği konularının artarak önem kazanacağını görmekteyiz.

Türkiye’imiz, tarih boyunca dünyanın en çalkantılı coğrafyası olmuş bir bölgenin liderliğine soyunmuş bir ülkedir.

Ülkemizin bu coğrafyanın lider ülkesi olabilmesi için zengin bir ekonomiye, rekabetçi bir özel sektöre, güçlü bir orduya, inovasyon ve teknoloji geliştirme becerisine ve yüksek rekabet gücüne ihtiyacı vardır. Bu hedeflerin gerçekleşmesi doğrultusunda gelişmiş bir savunma sanayii en büyük çarpan etkisini yaratacaktır. Türk savunma sanayii küresel pazarda rekabet edecek ve iş yapabilecek güç ve dinamizme sahiptir.

Hepimizin arzuladığı bu noktaya ülke

olarak gelebilmemizde, milli savunma sanayii oyuncuları olarak el ele verip yapıcı bir rekabet ortamında, bu geleceği birlikte inşa edeceğimize olan inancımız tamdır.

Küresel savunma sanayiindeki büyüme ve sunduğu fırsatlar, ithal eden ülkelerin alternatif tedarik kaynakları arayışı, sektörün ekonomide yarattığı çarpan etkisi değerlendirildiğinde savunma sanayiine yatırımın, ülkemizin gerçek potansiyeline kavuşmasına, dünyada söz sahibi olmasına büyük katkı sağlayacağı açıktır. Türk savunma sanayiinin bugün geldiği nokta bile, içinde birçok başarı hikâyesi barındırmakta ve gelecek için ümit vaat etmektedir.

Eskiden en basit silah ve ihtiyaçları bile dışardan karşılarken şimdi tank, savaş gemisi, denizaltı, uçak üretebiliyoruz.

Geçen seneye ait 400 milyon doların üstündeki ihracat performansımız ve 2011 yılında savunma ihracatının 1 milyar dolara ulaştırılması hedefi, Türkiye’nin küresel savunma sanayiinde rekabet edebileceğinin işaretlerini veriyor.

Bu bağlamda, ülkemizin bilgi çağına ayaklayabilmesi ve güçlü bir milli savunma sanayii yaratabilmesi hedefi doğrultusunda, Savunma Sanayii Müsteşarlığı liderliğinde hazırlanan ve devletimizin desteklediği savunma sanayiinde yerel katkı vizyonunun gerçekleşmesi büyük önem arz etmektedir.

Bu yaklaşım sektör oyuncularını heye-

**İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç:**

# rekabet edecek güce sahibiz"



canlandırmakta ve teşvik etmektedir. Bu vizyonu başarı ile gerçekleştirmek için gereken unsurlar Türkiye’de mevcuttur.

Yerel katkı vizyonu şimdiden meyvelerini vermeye başlamıştır. 1990’ların başında tedarik edici rolünde olan Türk savunma sanayii, 2000’lerden itibaren üretici konumuna geçişini başlatmıştır. Sektör performansının en önemli göstergesi olarak kabul edilen, Türk Silahlı Kuvvetleri ihtiyaçlarının yurtiçinden karşılanma oranının 2007 yılında, bir önceki yıla göre 5 puan artarak, yüzde 41 olarak gerçekleşmiş olması, doğru istikamette ilerlediğimiz kanıtıdır.

Bir diğer olumlu gelişme ise NATO savunma projelerinde Türk savunma sanayiinin payının 2011 yılı sonuna kadar dört katına çıkarılması hedefi ise, ulusal kabiliyetlerimizin NATO üyesi ülkelerden başlayarak, küresel pazarda tanınmasına imkân verecek ve sektörün küresel pazarda önemli oyuncularından biri haline gelme vizyonuna hizmet edecektir. Plan dahilindeki, 2010 yılı sonuna kadar savunma sistemi ihtiyaçlarının yurtiçinden karşılanma oranının ortalama yüzde 50’ye çıkartılması hedefi; ulusal şirketlerin kabiliyetlerini geliştirmeleri bakımından çok değerlidir.

Memnuniyet verici diğer bir unsur ise, başarıyı yakalamak için olmazsa olmaz şart olan Ar-Ge konusunda sağlanan ilerlemelerdir. Sektörün gelişmesinde kilit rol oynayan Ar-Ge faaliyetlerinde 2007 yılında bir önceki yıla göre yüzde 33 bir büyümeye sağlanmıştır. Sektör faaliyetlerine ilişkin rakamlar yüksek-

len bir grafiğe işaret etse de, ülkemizde bir savunma sanayiinin varlığından söz edilmesine, yapılanların doğru istikamette olmasına rağmen, henüz hedeflenen noktanın çok uzağındayız. Dünya çapında rekabet edilebilir bir milli savunma sanayii yaratmak son derece zor ve çetrefilli bir yoldur. Bu yolda uzun vadeli planlar, kapsamlı çalışmalar, sabır ve topyekûn mücadele gerekmektedir. Ancak, kesinlikle erişebileceğimiz bir uzaklıktadır.

Dünya konjonktüründe yaşananlar ve ulusal ihtiyaçlarımız ülkemizde savunma sanayiinin gelişmesini hızlandıracak, genel sanayi altyapımız ve insan kaynağımız ise bunun mümkün olmasını sağlayacak unsurlardır. Burada insan kaynağı konusunu açmak istiyorum. Mühendislik işgücümüz önemli bir avantajımızdır. Bunun yansımalarını mühendislik işgücüne dayanan sektörlerin sonuçlarında zaten görüyoruz. Savunma sanayiinde yüksek teknolojinin en fazla kullanıldığı ürünlerden biri F16 uçaklarımızdır. Sıfır hata ile üretimi Amerika’da bile neredeyse imkânsız olmasına rağmen, ülkemizde ürettiğimiz üçüncü uçakta sıfır hatayı yakaladık. Bu mühendislik başarısı, savunma sanayiine ilişkin çok ciddi rekabet avantajı sağlayabilecektir.

Bundan sonrası için gereken liderlik ve kararlılığın da mevcut olduğu bir ortamda başaramamanın mazereti olamaz. Dünyanın enerji kaynaklarının ortasında bulunan Türkiye, zamanında kartlarını doğru oynamadığı için çok avantajlı konumundan azami faydayı sağlayamadı. Savunma sanayiinde aynı hataları yapmayalım ve önümüzde duran bu fırsatı değerlendirerek ülkemizin hak ettiği katma değeri sağlayalım. Koç Topluluğu olarak, ulusal çapta kendini kanıtlamış ve sürekli gelişimini sürdüren Türk savunma sanayii şirketlerinin, küresel pazarda da önemli oyuncular haline geleceklerine inancımız tamdır; bu vizyonu destekliyor ve de bu vizyonun bir parçası olmak için çalışıyoruz.

Koç Topluluğu, bugüne kadar savunma sanayiinde, eskiden KoçSistem, şimdi de Koç Bilgi ve Savunma’nın yanı sıra, Otokar ve RMK Marine Tersaneleri şirketlerimizle yer almıştır. Mevcut şirketlerimize

ilave olarak, simülasyon teknolojileri konusunda uzmanlığıyla tanınan Kaletron firması da, haziran ayından bu yana bün-yemize katılmıştır.

Şirketlerimiz, savunma alanında, diğer yerli oyuncuların da işbirliğiyle, pek çok güçlü, güvenilir ve fark yaratan projelere imza atmak ve milli savunma vizyonunun gerçekleşmesinde lider oyunculardan biri olmak heyecanıyla çalışmalarına devam etmektedir. Otokar ve RMK şirketlerimizin bugün gelmiş olduğu noktadan gurur duymakla birlikte, daha yolun başında olduğumuzun da farkındayız.

Türk Silahlı Kuvvetleri’nin, bilgi akışı, zamanlaması ve güvenliği konularında artan ihtiyacı karşılamaya yönelik olarak, Koç Bilgi ve Savunma Teknolojileri şirketimizle, TSK Bilgi Sistemi projesini geliştirdik.

Bu proje, Türk Silahlı Kuvvetleri’nin bundan sonra hayata geçireceği tüm yazılım projelerinin ve sistemlerinin de entegre edilebileceği şekilde dizayn edilmiştir. Öte yandan, özellikle akustik konusunda, Ar-Ge çalışmalarına verdiğimiz önem doğrultusunda, ülkemizin ilk yerli Dalgıç Tespit Sonarı’nı geliştirmek üzere çalışmalarımızı yürütüyoruz. 2008 yılının başında başlanan proje, TÜBİTAK tarafından, Teknoloji ve Yenilik Destek Programları kapsamında destekleniyor.

Bu çalışma, Türkiye’nin, akustik iş alanında da yetkinlik kazanması ve bugüne kadar yurtdışındaki şirketlerden karşıladığı bu teknolojileri, bundan sonra yerli kaynaklarla karşılayabilir hale gelmesi bakımından ayrıca önem taşıyor.

Buna ilaveten şirketimiz, akustik faaliyet alanında, bizleri heyecandıran iki önemli uluslararası projede de görev almıştır. Bunlardan biri, Avustralya Hava Savunma Fırkateyni Programı’ndan almış olduğu Aktif ve Pasif Sonar Sinyal İşleme Projesi, diğeri ise ABD Deniz Kuvvetleri Denizaltı Programı’ndan almış olduğu Synthetic Aperture Sonar ve Sidescan Sonar Yazılımları Üretim Projesi’dir. Koç Bilgi ve Savunma Teknolojileri’nin bu iki önemli ihracat projesinin, akustikte, uluslararası pazarlarda devamlılığımızı temin etmek için, ülkemiz ve Topluluğumuz adına önemli bir başlangıç oluşturacağı inancındayız.” ■



# Üstünde güneş batmayan ihale: Hava kargo taşımacılığı

Hava kargo ihalesi sonucunda, navlun\* fiyatlarında yüzde 16'ya varan genel tasarruf elde edildi

## Z

er A.Ş.'nin gerçekleştirdiği projelerle, Koç Topluluğu merkezi satınalma operasyonlarında 5 yılda ortalama yüzde 13 oranında tasarruf sağladı. Lojistik alanında bugüne kadar başta Milkrun ve Hava Kargo büyük projeleri olmak üzere Koç Topluluğu içerisinde toplam 6 ortak proje yürütüldü. 13 uluslararası firmanın katıldığı Hava Kargo ihalesi sonucunda navlun fiyatlarında yüzde 16 oranında önemli bir tasarruf elde edildi. Koç Topluluğu hava kargo taşımacılığı ihalesi, yaklaşık 20 milyon YTL proje hacmi ile sektörel alanda en büyük ihaleler arasında yer aldı.

Nisan ayı içinde ortak lokasyonlar belirlenerek ilk adımları atılan ihalenin komisyon çalışmalarında, Ford Otosan, Arçelik, Tofaş, Arçelik LG, Türk Traktör firmaları bulundu. Hava kargo taşımacılığının lider firmaları ile yürütülen görüşmeler sonucunda, sektörün ilk teknik şart-

namesi oluşturuldu. İhalenin sektörde yarattığı rekabet ortamına vurgu yapan Zer A.Ş. Özel Projeler Satınalma Yöneticisi Vedat Bozacı, "İhale, katılımcı birçok forwarder firması için kıyasıya bir rekabet ortamı yarattı. Uluslararası firmaların yurtdışından 24 saat boyunca, 3 gün süre ile fiyat tekliflerini elektronik ortamda Zer platformuna girebilmeleri için, gelişmiş bir IT altyapısı oluşturuldu. Bunun sonucunda, platforma 36 ülke ve 236 lokasyon dahilinde, her bir firma tarafından 2124 adet birim fiyat girildi" dedi.

### Her ülke için ayrı fiyat teklifi

Hava kargo ihalesinde 3 gün boyunca fiyat girişlerinin sağlanması, forwarder firmalarının gün bitimini fırsat bilip güne yeni başlayan ülkelerle fiyat müzakereleri yaparak fiyatlandırmaları gerçekleştirebilmeleri bu ihalenin; "üzerinde güneş batmayan" ihale olarak nitelenmesini destekledi. Nihai olarak ise sabah saat: 10:00'da başlayan ihale

21:00'e kadar sürdü. Hazırlık aşamasında; Koç Topluluğu gönderilerinin gerçekleştirildiği tüm lokasyonlar konsolide edilerek şehir kırımlarına göre her bir ülke için ayrı fiyat teklifleri toplandı ve detaylı olarak tüm bölgeler değerlendirilmeye alındı.

Koç Topluluğu'nda ihale kapsamı dahilinde olan toplam gönderiler 236 farklı





man tasarrufu ve operasyonel verimlilik sağlanması bekleniyor.

### Seçim kriterleri

İhalede, tedarikçi firmaların değerlendirme sürecini etkileyecek birçok önemli seçim kriteri oluşturuldu.

Söz konusu seçim kriterleri arasında kriterler arasında; firmaların güvenilirliği, tedarikçi firmaların mevcut operasyonel altyapısı, servis kalitesi, sahip olunan know-how ve IT altyapıları yer aldı. İhalede yer alan bazı forwarder firmaları gönderi tonajı yüksek olan lokasyonlar için tahsis edilecek uçak tiplerini değiştirerek hazırlık yaptıklarını bildirdiler. Toplu satınalma amacıyla düzenlenen bu ihale, sürekli gelişen bu sektöre de iyileştirmeye yönelik ivme kazandırıyor. Devamlı gelişen bu sektöre de iyileştirilmeye yönelik bir ivmeyi, toplu satınalma amacıyla düzenlenen bu ihale sağlamış bulunuyor.

İhalede verilecek kararın tüm firmalar için olumlu olması amacıyla, içinde bulunduğumuz ekonomik krizi en az yarıyla atlatacak firma ve/veya firmaların seçimi yapılmaya çalışılıyor. Bu ihale ile fiyat kriterinin yanı sıra değerlendirmenin diğer kriterlerinin de ele alınmasıyla en doğru tedarikçinin bulunması hedefleniyor. Lokasyon bazında inceleme yapıldığında fiyatların önemli farklar göstermesi nedeniyle, işin optimize edilebilmesi için hizmet verecek firma sayısının artırılması gerekiyor.

### Hava kargo taşımacılığı hakkında

Koç Topluluğu şirketlerine ait gönderimlerin en yüksek kalite ve en optimum fiyat ile gerçekleştirilmesini hedefleyen bu ihalenin karar süreci, lokasyon bazında her bir firmanın tekrar değerlendirilmesi ile, kısa bir süre içinde tamamlanacak.

1950'li yıllarda tüm dünyada etkisini gösteren sanayileşme ve teknolojik gelişmeler ulaşım sektörünün önem kazanmasını sağladı. Gelişen teknolojinin açtığı yoldan ilerleyen ulaşım sektörü, giderek çeşitlenen bir yatırım sürecine girdi.

Dünyanın dört bir noktasını birbirine bağlayan; iletişim teknolojisini en iyi kullanan ve geliştiren yapı olan hava kargo taşımacılığı, dünya ekonomisinde önemli bir yer aldı ve almaya da devam ediyor. Üretime yönelik alımlarda taşıma maliyetleri yüksek olmasına rağmen hızın çok daha önemli olması nedeniyle hava taşımacılığı çok fazla kullanılıyor. Global dünya ekonomisinin üretici ve tüketicileri stoksuz çalışmaya zorlayan hızlı ve kaliteli taşımacılık ihtiyacı bu sektöre olan talebi yoğunlaştırıyor.

Hızı sayesinde üstün bir rekabet gücüne sahip olan hava kargo taşımacılığı, yüksek üretim adetleri ve temposu ile başta otomotiv sektörü olmak üzere birçok Koç Topluluğu firması tarafından tercih ediliyor.

Hava kargo sektöründe, Temmuz döneminde 700 adet yeni kargo uçağının siparişi gerçekleştirildi. Son 3 yılda adeta altın çağını yaşayan havacılık endüstrisi, 2008 yılında da gelişimini sürdürdü.

\* **Navlun:** Çıkış ve varış havaalanlarına göre belirlenen, değişik kg baremlerindeki taşıma ücretidir. ■

lokasyondan gerçekleştirildi ve toplam hacim 10 bin tonu aştı.

İhale ile navlun fiyatlarında yaratılan yüzde 16'ya varan tasarrufun yanı sıra ölçümlenemeyen başka alanlarda da yararlar sağlandı. Özellikle gelecek dönemde yapılacak olan tedarikçi seçimleri için, firmaların IT yapıları da incelendiğinden süreçte önemli ölçüde za-



### Hava Taşıma Konsey üyeleri ve komisyon başkanı:

|                        |                            |
|------------------------|----------------------------|
| Cihangir Yıldırım      | .....Türk Traktör (Başkan) |
| Alper Eralp            | .....Ford Otosan           |
| Asuman Arat            | .....Arçelik               |
| Bahtişen Henden        | .....Tofaş                 |
| Benay Öztürk           | .....Arçelik               |
| Deniz Gülenç           | .....Zer A.Ş.              |
| Erkan Olgan            | .....Arçelik               |
| Ertan Tuğrul           | .....Arçelik LG            |
| Hüseyin Şerif Beyaztaş | .....Arçelik               |
| Kemal Usta             | .....Tofaş                 |
| Mehmet Karaca          | .....Tofaş                 |
| Nazlı Eken             | .....Tofaş                 |
| Rafet Gül              | .....Tofaş                 |
| Recai Işıktaş          | .....Ford Otosan           |
| Savaş Alataş           | .....Tofaş                 |
| Selen Gürgün           | .....Zer A.Ş.              |
| Sertaç Aydın           | .....Zer A.Ş.              |
| Taner Durak            | .....Tofaş                 |
| Taner Güler            | .....Ford Otosan           |
| Vedat Bozacı           | .....Zer A.Ş.              |



## 2015 YILININ TRENDSETTER'I ANNE LISE KJAER:

# "Tahminlerimde, asla yanılmam!"

Aralık ayında düzenlenen ve dünyanın dört bir yanından trend yöneticileri, tasarımcılar, gazeteciler ve pazarlama yöneticilerini bir araya getirerek geleceğin trendlerini tartışan "Marka 2008" konferansının konuşmacılarından Kjaer Global'in kurucusu Anne Lise Kjaer'le mesleğini ve geleceğin trendlerini konuştuk

**S**

irketiniz Kjaer Global'i 1988 yılında Kopenhag'da kurdunuz. Ancak daha sonra Hamburg'a, oradan da 1992'de Londra'ya geçtiniz.

Bu kadar sık yer değiştirmenizin sebebi nedir?

Şirketi ilk Danimarka'da, üstelik kırsal kesimde kurdum. Kopenhag ve Hamburg arasında bir seçim yapmam gerekiyordu. Danimarka'da kırsal kesimin göbeğinde bulunuyorduk; öte yandan Danimarkalı olmak ve Kopenhag'dan gelmek doğrusu size pek uluslararası bir nitelik kazandırmıyordu. Ham-

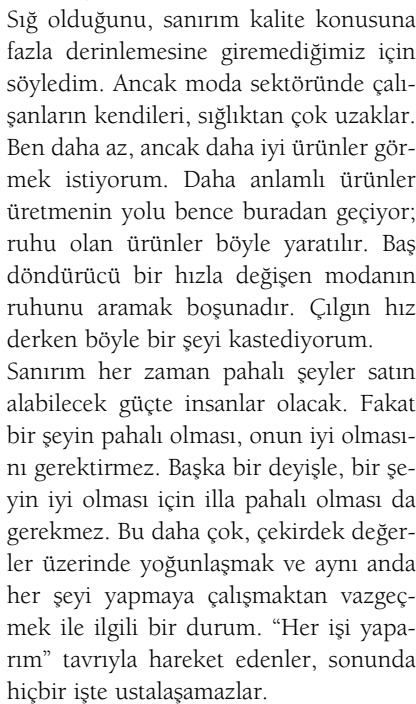
burg'a geçmek, benim büyük dünyaya atılışında ilk adımdı. Gerçi 1980'li yılların başlarında Paris'e gitmiştim ama Fransızcam pek iyi olmadığı için Danimarka'ya geri dönüp, büyük dünyaya açılmadan önce dört yıl daha çalışmam gerekiyordu. Daha uluslararası olmak istiyordum. Hamburg'da geçirdiğim yıllarda her yerle çalıştım sayılır. Mauritius ile çalıştım, Bali ile çalıştım; Hindistan ve Hong Kong'la da... Gerçekten de dünyanın dört bir yanıyla çalıştım ve bu harika bir şey.

Kültürü anlamak ve ona en iyi şekilde hizmet etmek için gereken dünya görü-

şünü kazanıyorsunuz. Bu da benim gerçekten yapmak istediğim bir şeydi. Daha sonra şirketi Hamburg'dan Londra'ya taşıma ihtiyacı hissettim. Bu benim için kişisel bir gerilim oluşturunca. Herkes Paris ya da Londra'ya gitmek ister. Yaratıkları atmosferlerden dolayı bu böyle... Dolayısıyla ben de rotamı Hamburg üzerinden Londra olarak çizdim.

Moda dünyasında bir tasarımcılık geçmişiniz var. Daha önceki açıklamalarınızda, moda sektöründeki orijinalite yoksunluğu ve sığıltan ötü-





Terör saldırıları ve muhtelif politikalar var... Mumbai'deki talihsiz olayı duyduğunuzdur. Teröristler silahlarını masum yolcuların üzerine boşaltmışlar. Bu tür vakalar günümüzde medya pornografisine dönüştü. Bu durum çok rahatsızlık verici. Bu tür olaylar beni duygusal olarak derinden etkiler. Bu nedenle olayların arkasına bakmaya çalışırım. Şu anda cereyan etmekte olanlara baktığımda kavga görüyorum. Bu nedenle ben katmanlara bakarım. Bu yolla ancak geleceğe dair bütünsel bir resim elde edebiliriz. En iyi pozu yakaladığınız resim. Bu sizin maketiniz, geleceğin karmaşasında yolunuzu bulmanızı sağlayacak

Trendleri, bir kültürün kodlarını çözmenin yolları olarak görüyorum. Sanatla çok içli dışlıyım. Çünkü sanatın, o anda olup bitenlerin bir ifadesi olduğunu düşünüyorum. Enstalasyon sanatı... Sanat galerisinde çöp sergilemek... Çöp zannettiği için bir sanat eserini çöpe kaldıran temizlikçinin hikâyesini gazete-lerde okuyoruz! İfade için ne kadar çok enstrümanımızın olduğunu görmek ilginç bir şey. Kullanıcılar tarafından üretilen içerik sayesinde ortak



**“Tüketimi öyle bir boyuta getirdik ki artık kontrolden çıkmış durumda. Daha az tüketmekle kalmayıp, anlamsız tüketimden anlamlı tüketime ya da diğer bir deyişle duygusal tüketime geçişi tamamlamalıyız”**

yaratım yeteneği kazanabiliriz. Bir başka önemli konu da sağlık boyutudur. Stres gittikçe artıyor; yanlış besleniyor ve şişmanlıyoruz; kalp hastalıklarına yakalanıyoruz. Öte yanda diyabet hastalarına, çok büyük beden giysi giyenlere vs. yönelik endüstriler var. Görüldüğü gibi ortada büyük bir pazar var ve bu konuda saatlerce konuşabiliriz. Ama temelde, makalelerimde bahsettiğim dürtüler, toplumu bize daha sağlıklı özetler. Kullanmaya karar verdiğimiz bir teknoloji hem otantik olmalı, hem de sağlığımıza faydalı olmalı. Trendlerle biz bu şekilde çalışırız.

**Bir konsepti yakalayıp yeni bir trend yaratma sürecinde ana esin kaynaklarınız nelerdir?**

Sanırım insanlar. Sizin gibi insanlarla tanışmak. Sizi tanımak istiyorum, nereden geldiğinizi bilmek istiyorum... Her zaman söylerim, seyahatlerimde ana amacım, mümkün olduğu kadar çok insana ilham vermektir. Seyahat etmeyi ve yeni insanlarla tanışmayı çok seviyorum. Bu sayede insanlarla konuşuyorum, onlar da benimle konuşabiliyorlar. Öte yandan sanat da bana her zaman ilham vermiştir; sanat ve kültür... Bunlar da dönüp dolaşıp yine insana çıkıyor.

**Geleceğe baktığınızda nasıl bir toplum ve nasıl bir insanlık öngörüyorsunuz?**

Avrupa ve Amerika arasında büyük bir bölünme görüyorum. Daha sonra bunu Rusya'yla, Hindistan'la ve Çin'le karşılaştırıyorum. Özellikle yeni ve gelişmekte olan ekonomilerde herkes tek bir şey is-



**“Marka 2008” konferansında, marka yönetiminde söz sahibi yöneticiler, uluslararası üne sahip uzmanlar, gazeteciler ve bine yakın üst düzey pazarlama yöneticisi bir araya gelerek, sektörlere ilgili son trendler ve kavramları tartıştı.**

tiyor: Maddi dünya. Orta sınıfların hızla büyümesi onlara yönelik pazarları da beraberinde yarattı. Hepsi de aynı şeye özeniyor: Edinebilecekleri kadar çok maddi zenginlik. Büyük bir ev ya da araba alamıyorsanız daha ulaşılabilir tüketim mallarına yönelirsiniz: Armani taklitleri ya da başka sahte mallara. Yeni ve gelişmekte olan ekonomiler, parayla mutluluğun satın alınabileceğine inanıyorlar ve biz artık bugün çok iyi biliyoruz ki bu yanlış. Anlam ve mutluluk arayışında hep yanlış yerlere bakıyoruz. Duygusal tüketimin önümüzdeki zamanlarda gittikçe önem kazanacağına inanıyorum. Aslında mutluluk arayışı her zaman vardı, bu hiç de yeni bir kavram değil. Ancak tüketimi öyle bir boyuta getirdik ki artık kontrolden çıkmış durumda. Daha az tüketmekle kalmayıp, anlamsız tüketimden anlamlı tüketime ya da diğer bir deyişle duygusal tüketime geçişi tamamlamalıyız. ■

## Anne Lise Kjaer kimdir?

Dünya çapında lider konumunda bulunan Kjaer Global'in kurucusu Anne Lise Kjaer, meslek yaşamına 1988 yılında Danimarka kırsalında küçük bir kasabada başladı. Daha sonra Kopenhag'a taşınan Kjaer kısa bir Paris macerasından sonra şirket merkezini önce Hamburg, daha sonra da Londra'ya taşıdı.

Kjaer Global'in müşterileri için en önemli yönü, Kjaer'in trendleri yalamadaki ustalığı ve “keskin zekası ve keskin gözü” ile henüz gelişmemiş konseptleri bile önceden tahmin edip yorumlayarak büyük ticari başarılarla yönlendirmesi olarak tanımlanıyor.





Yeni **Ford**Fiesta

Feel the difference





# Koç Topluluğu çevre bilincini okullara taşıyor

Koç Holding, “Ülkem İçin” projesi kapsamında, toplumsal farkındalık yaratıp çevreye duyarlı gençler yetiştirmek üzere, TEMA ile el ele vererek, Yavru TEMA ve Genç TEMA uygulamalarını başlattı. 10 ilde Koç Holding’in sosyal sorumluluk projeleriyle destek verdiği okullarda, çevre eğitimi yapıldı

“Ç

ocuklarımız rahat nefes aldığı, topraklarına güvenle bastığında, iklim onlara dostça davrandığında, ancak o zaman, yatırımların ve büt-

yümenin anlamı olacaktır.”

Gerek iş ve gerek kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını bu ilkeye dayandıran Koç Holding, dünyayı bekleyen olası tehlikelere karşı savaşta bir cephe daha açtı. Yarnın karar alıcıları olacak gençlerde çevre bilinci yaratmayı hedefleyen Koç Holding, Türkiye’nin bu alandaki en eski ve büyük sivil toplum örgütlerinden TEMA’nın Yavru TEMA ve Genç TEMA uygulamalarını, sosyal sorumluluk projeleriyle destek verdiği okullara taşıdı.

Bu kampanya, Koç Holding’in 80. kuruluş yılı olan 2006’da başlayan “Ülkem İçin” projesinde yer alıyordu. Üç yıl gibi kısa bir sürede ülke geneline yayılan “Ülkem İçin” projesinin temel amacı şöyle belirlenmişti: Koç Topluluğu şirketleri, çalışanları ve bayileri arasında sosyal sorumluluk olgusunu yaygınlaştırmak, bu yolla toplumsal sorunlar konusunda katılımçılığı ve gelişimi destekleyerek yaşam standardını yükseltecek projeleri hayata geçirmek.

Projenin başladığı 2006 yılında 223 pro-

je başarıyla uygulandı. Bu projeler arasında, Çocuk Esirgeme Kurumu’na yönelik çalışmalar, okul tadilatları ve ekipman desteği sağlanması, hayvan barınakları yapımı, çevre düzenlemeleri ve köy yardımları gibi farklı alanlarda projeler gerçekleştirildi. 2007’de ise toplam 164 proje hayata geçirildi. Bu projeler, ağırlıklı olarak eğitime yönelikti.

2008 yılında ise güncel sorunlara ortak çözümler üretilmesi amacıyla “Ülkem İçin” projesinin tek bir konuya odaklanmasına karar verildi. Çevre ve Orman Bakanlığı ve TEMA Vakfı işbirliği ile Türkiye’nin yedi bölgesine, 700 bin fidan dikimi için kaynak yaratıldı.

## “Ülkem İçin” ve “MLMM” projeleri el ele

“Ülkem İçin Ormanları” kampanyası, sivil toplum kuruluşlarını, kamu ve özel sektörü buluşturması nedeniyle kamuoyunun dikkatini küresel kirlenmeye karşı mücadeleye çekti. Ancak “Ülkem İçin” kampanyasında ormanların oluşturulmasıyla yetinilmedi. 2008 yılı, ağaçlandırma çalışmasını destekleyici bir eğitim programıyla kapandı. Bu eğitim adımı, ormanlaştırma kampanyasıyla oluşturulan orman alanlarının ve mevcut yeşil alanların korunmasını öngörüyordu. Kampanya ile

ormanların bulunduğu illerdeki çocuk ve gençlere yönelik bir bilinçlendirme eğitimi verilecekti. Çalışma alanı olarak 10 il seçildi. Ankara, Batman, Giresun, Karaman, Iğdır, İstanbul, İzmir, Kocaeli, Mersin ve Tekirdağ’daki “Meslek Lisesi Memleket Meselesi” bursiyerleri ile daha önceki yıllarda “Ülkem İçin” projeleri kapsamında yenilenen ve ihtiyaçları giderilen okullardaki öğrencilere çevre eğitimi verildi. “Dünyayı Kurtaran Küçük Şeyler” başlıklı kitapçık da, bireylerin çevre mücadelesindeki yol haritası gibiydi.

Böylece hem “Ülkem İçin” projesi kapsamında dikilen fidanlar ve oluşturulan ormanlara sahip çıkacak bilinçli nesiller oluşmasına katkıda bulunuldu, hem de ‘Meslek Lisesi Memleket Meselesi’ bursiyerlerine verilen ‘Sorumlu vatandaşlık’ eğitimi pekiştirilmiş oldu.

## Ne yapabiliriz?

Eğitimde öğrencilere öncelikle dünyanın küresel kirlenme nedeniyle yüz yüze olduğu tehlike anlatıldı. TEMA gönüllüleri, kurumun amaç ve çalışmaları hakkında bilgi aktardı. Ülkemizin ve dünyanın yaşadığı çevre problemleri hakkında öğrencileri bilgilendiren TEMA gönüllüleri, her şeyin devletten beklenemeyeceğini, tek tek her bir bireye görev düştüğünü





nü anlattı, bilinçli ve güçlü bir kamuoyu desteğinin önemine değindi.

Peki, gelişmiş ülkelerin, dev kuruluşların başa çıkamadığı küresel kirlenme ve doğal kaynakların verimli kullanılması konusunda biz bireyler ne yapabiliriz? Eğitim seminerinde verilen bilgilerin yanı sıra “Ülkem İçin” projesi kapsamında hazırlanan “Dünyayı Kurtaran Küçük Şeyler” kitapçığında biz bireylere düşen görevler ayrıntılarıyla yer aldı.

### “Sorumlu Vatandaşlar”

Meslek Lisesi Memleket Meselesi projesinin, küresel kirlenmeye karşı savaşında “Ülkem İçin” projesiyle kesiştiği nokta olan “sorumlu vatandaşlık modeli” hakkında, Meslek Lisesi Koç’u Songül Öncel’ü dinledik. MLMM projesinin Opet şirket sorumlusu da olan Opet Petrolcülük A.Ş. Organizasyon Geliştirme ve Eğitim Müdürü Songül Öncel şu bilgileri verdi:

“Bursiyer öğrencilere MLMM projesi kapsamında lisedeki koçların desteğiyle her dönem çeşitli projeler veriyoruz. Mesela, sorumlu vatandaşlık modeli nedir bunu anlatıyoruz. Sorumlu vatandaş ne demek? Sorumlu vatandaş olmak için neler yapmak gerek? Tam da bu aşamada TEMA devreye girdi ve öğrencilerde ‘Sorumlu vatandaş olarak genç temalı olabilirim’

bilinci geliştirdi.”

“Ülkem İçin”in 18 Aralık’ta başlayan bilgilendirme kampanyası, 30 Aralık tarihlerinde sona erdiğinde, TEMA’nın genç savaşı ordusunu da artırmış oldu. Kampanya kapsamında bilgilendirilen öğrenciler, eğitimin ardından Genç Tema ve Yavru Tema üyesi yapıldı. “Ülkem İçin” projesi kapsamında yapılan bilgilendirmelerin ardından çevreye katkıları nedeniyle teşekkür belgeleri ve TEMA gömlekleri dağıtılan öğrenciler, daha yaşanabilir bir dünya için katkıda bulunacakları inancıyla evlerine döndüler. ■



## Teşekkürlerimizle...

### Ülkem İçin koordinatör bayilerimiz

|          |                                              |
|----------|----------------------------------------------|
| Ankara   | Mehmet Akkaş/ Arçelik Bayii                  |
| İstanbul | Altuğ Erkan/Ford Bayii                       |
| Kocaeli  | Kani Baştürk,<br>Selim Baştürk/Arçelik Bayii |
| İzmir    | Engin Soy/Arçelik Bayii                      |
| Mersin   | İbrahim Kiper/Arçelik Bayii                  |
| Batman   | İhsan Borak/Arçelik Bayii                    |
| İğdır    | Cafer Yeşil/Arçelik Bayii                    |

### Meslek Lisesi Koçlarımız

|          |                                                         |
|----------|---------------------------------------------------------|
| Ankara   | Yeşim Erdoğan, Murat Öztürk,<br>Tolga Yanç/Türk Traktör |
| Ankara   | Güliden Gör/Arçelik                                     |
| Ankara   | Sait Cömert/Birmot                                      |
| İstanbul | Esra Şenkul/Setur                                       |
| Kocaeli  | Cemal Akar/Aygaz,<br>İsmet Narin ve Emrah Duman/Ford    |
| Tekirdağ | Yaşar Acaroğlu, Mevlüt Ayer<br>Halil Şeker/OPET         |
| İzmir    | Murat Tümer/Birmot                                      |
| Mersin   | Ahu Güven/Otokaç                                        |
| Karaman  | İbrahim Serdar Kılınc/Yapı Kredi                        |
| Giresun  | Ahmet Özyer/Opet                                        |
| Giresun  | Ahmet Özyer/Opet                                        |
| Batman   | Mustafa Solak/Tüpraş                                    |
| İğdır    | Adnan Dursunoğlu/Ford                                   |

### TEMA temsilcilerimiz

|          |                      |
|----------|----------------------|
| Ankara   | Mukadder Ekremoğlu   |
| İstanbul | Güner Açıksöz        |
| Kocaeli  | Nermin Tol           |
| İzmir    | Alaeddin Hacımüezzın |
| Mersin   | Şükrü Altınova       |
| Batman   | Hasan Gök            |
| İğdır    | İşıl Bedirhanoğlu    |
| Tekirdağ | İhsan Soysal         |
| Karaman  | Levent Küçükalpelli  |
| Giresun  | Nilgün Gözükan       |

Projelerimizde emeği geçen tüm koordinatör bayilerimize, MLK’larımıza ve TEMA temsilcilerimize teşekkür ederiz.



# Aslında hepimiz birer “Yeşil Bilgi Elçisi”yiz



Koç Bilgi Grubu, Ülkem İçin projesi kapsamında çevre sorunlarıyla, öncelikle bu konudaki bilgi eksikliğini gidererek mücadele etmek için “Yeşil Bilgi Platformu”nu

oluşturdu. Platform, “Yeşil Bilgi Elçisi” olan çalışanlar, Buğday Derneği, Doğa Derneği, TEMA, TURMEPA, TÜRÇEK ve WWF-Türkiye adlı çevre sivil toplum kuruluşlarından aldığı güçle, kısa sürede önemli yol aldı

**P**lastiğin doğada yok olma süresinin bin yıl olduğunu biliyor muydunuz? Bilseydiniz, daha az plastik tükettiriniz değil mi? Dünyada 1 milyar insanın sağlıklı sudan mahrum olduğunu bilseydiniz, suyu daha tasarruflu kullanır; iş dünyasının yılda yaklaşık 1 milyon ton atık kâğıt ürettiğini bilseydiniz, daha az yazıcı çıktısı alırdınız.

İşte Koç Bilgi Grubu, çevre sorunlarıyla, bu konudaki bilgi eksikliğini gidererek mücadele etmek için, “Ülkem İçin” projesi kapsamında, “Yeşil Bilgi Platformu” adıyla bir proje başlattı.

Yeşil Bilgi Platformu’nun faaliyetlerine, Koç Bilgi Grubu’nun bünyesindeki KoçSistem, Koç.net, Bilkom/Apple Türkiye, Promena, Koç Bilgi ve Savunma Teknolojileri, Tanı/Paro ve Zer’den başlandı. Çalışanlar, projenin ilk işaretleriyle, işyerlerindeki merak uyandırıcı afişler aracılığıyla karşılaştılar. Çevre duyarlılığı oluşturacak kısa ve öz bilgilerin yer aldığı ve “Türkiye’nin ormanlarının yalnızca yüzde 4’ünün koruma statüsü altında olduğunu biliyor muydunuz?”, “Dünyada 1 milyar insanın sağlıklı sudan mahrum olduğunu biliyor muydunuz” gibi ifadeleri içeren bu afişlerle, çalışanların dikkati konunun önemine çekildi.

## Yeşil Bilgi Elçileri

Çalışanlar, projenin detaylarından, kendilerine e-posta aracılığıyla ulaşan bir mektupla haberdar oldular. Koç Bilgi Grubu Genel Müdürü Mehmet Nalbantoğlu ve Koç Bilgi Grubu Kurumsal İletişim Koordinatörü Banu Aydoğan imzalı e-postayla “Koç Bilgi Grubu’nun kendi paydaşlarından başlamak üzere, çevre bilincini, yaşadığımız bölgeye ve ülke geneline yaymayı hedefliyoruz. En önemli bilgi paylaşım araçlarımızdan biri, çevreyle ilgili haber ve bilgilerin yer aldığı bir kaynak olan [www.yesilbilgi.org](http://www.yesilbilgi.org) web sitemiz. Tüm Sivil Toplum Kuruluşları’nı zengin bilgi birikimleriyle içeriklerini, bu site kanalıyla daha geniş kitlelere duyurmaları, çevre duyarlılığını projemiz ve Yeşil Bilgi Platformu aracılığıyla da, Türkiye geneline yaymaları konusunda işbirliğine davet ediyoruz” denilerek tüm çalışanlar ve sivil toplum kuruluşları projeye, çevreye ve geleceğe sahip çıkmaya davet edildi.

Yeşil Bilgi Elçileri, yani tüm Koç Bilgi Grubu çalışanları, çevre değerlerini korumayı ve çevrelerindeki kişilere aktarmayı görev bileceklerini içeren “Yeşil Bilgi Manifestosu”nu imzalayarak projeyi başlattılar. Çalışanlar bu manifestoyla, “Çevre bilincimi geliştirecek bilgilerle donanmayı ve bu bilgileri çevreye yaymayı alışkanlık; attığım her adımda çevreye duyarlı davranmayı bir yaşam biçimi olarak benimsiyorum”

demiş oldular. İlk günden itibaren Platform’un çalışmalarını yakından takip eden, Platform’la önerilerini paylaşan, hatıta yapılanları sorgulayan Yeşil Bilgi Elçileri, bugün de çevreyle ilgili duyarlılıklarını her fırsatta dile getiriyor, etraflarına yaydıkları çevre farkındalığıyla ilgili öykülerini Platform’la paylaşıyorlar.

## Anayasa’yı tüm çalışanlar imzaladı

Yeşil Bilgi Elçilerinin çevreye duyarlı davranışlarını tanımlayan “Yeşil Bilgi Anayasası” oluşturularak, bu Anayasa’ya tüm kampüs genelinde yer verildi. Ayrıca, tüm çalışanların e-posta imzalarının altına “Yeşil bir dünya için, önce bilmek gerek” sloganının bulunduğu Platform logosu yerleştirilerek, çevre bilgilerinin yoğun e-mail trafiği ile de yayılması sağlandı.

## Atık dönüşüm mekanizması kuruldu

Tüm Koç Bilgi Grubu şirketlerinde tüketimin geri dönüştürülebilir ve çevre dostu olması için gereken önlemler hayata geçirildi. Kampüs ve binalara kâğıt, plastik, pil, teneke, elektronik ve cam atıklar için geri dönüşüm kutuları yerleştirildi. Bu kutularda toplanan atıkların, geri dönüşüm süreçlerinden geçmek veya doğaya en az zarar verecek şekilde imha edilmek üzere, ilgili kuruluşlara gönderilmesini sağlayacak sistem oluşturuldu. Bu kapsamda, bu-



güne kadar yaklaşık 4 ton kâğıt, 100 kg pil, 150 kg elektronik malzeme, 150 kg te-neke atık toplandı. Bu atıkların geri dönüş-türülmesiyle, hammadde kaynağı, tüketil-mek yerine ekonomiye kazandırılmış olu-yor ve böylece doğal kaynaklar korunuyor.

### Güncel çevre kütüphanesi yeşilbilgi.org

Platformun iletişim merkezi olarak da işlev gören [www.yesilbilgi.org](http://www.yesilbilgi.org) internet sitesi oluşturularak yayına açıldı. Çevreyle ilgili haberler, röportajlar, etkinlikler ve pratik bilgilerin yer aldığı web sitesi, çevre ala-nında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının sahip oldukları bilgi birikimiyle de besleniyor. Web sitesi aracılığıyla, gün-cel çevre bilgilerinin geniş kitlelere ulaşma-sı ve çevre konusunda bilgi sahibi olan ge-niş kitlelerin, attıkları her adımda çevreye duyarlı davranmayı alışkanlık haline getir-mesi amaçlanıyor. [www.yesilbilgi.org](http://www.yesilbilgi.org)'un uzun vadede, çevre konusunda bir kütüp-hane haline gelmesi hedefleniyor.

### Çevre duyarlılığı, şirketlerin kanallarıyla yayılıyor

Platform, toplumun çevre sorunları konu-sunda bilinçlenmesini sağlayacak olan çev-re bilgilerini, Koç Bilgi Grubu şirketlerinin sahip olduğu bilgi yayılım araçları ve uz-manlıkları sayesinde geniş kesimlere ulaş-tırma imkânı buluyor.

Çevre bilgilerinin yayılmasında, Koç Bilgi

Grubu şirketlerinin kendi kanalları da kul-lanılıyor. Aralık 2008 başından itibaren, Koç Bilgi Grubu şirketlerinin tüm müşteri-lerini ve iş ortaklarını kapsayan veri tabanı-na e-bülten aracılığıyla, düzenli çevre bil-gisi akışı sağlanıyor.

Örneğin, tüm Türkiye genelinde bulunan 14 Apple APR'daki bilgisayarların ve yine Türkiye genelinde bulunan 1497 Paro şu-besindeki 3825 Paropod'un ekranlarında, Yeşil Bilgi Platformu'na ait çevre bilgileri yayınlanıyor.

Çevre bilgilerinin yayınlandığı 14 APR ma-ğazasının günlük ziyaretçi sayısının 3-5 bin arasında değiştiği, Paropod'ların müş-teriler tarafından görünür olduğu noktalar-da ayda 10 milyondan fazla işlem gerçek-

leştiği düşünüldüğünde, farkındalık oluş-turmaya yönelik çevre bilgilerinin boyutu en geniş biçimiyle ortaya çıkıyor.

### Proje büyümeye devam edecek

Proje, önümüzdeki dönemde çevre bilgisi-ni yeni platformlarda yaymaya devam ede-cek. "Yeşil Bilgi Elçileri", çevre sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine katılarak, aktif birer çevreci olduklarını farklı alanlarda da gösterecekler. "Yeşil Bilgi Tohumları" pro-jesiyle, ilköğretim okullarında çevre bilinç-lendirme eğitimlerine başlanacak. Ayrıca, Koç Bilgi Grubu bünyesinde yer alan şir-ketler ile ortak olarak gerçekleştirilecek projeler, çalışmaların tamamlanmasının ar-dından kamuoyuna duyurulacak. ■

## Bunları biliyor musunuz?\*

- Türkiye'de son 64 yılda 68.214 orman yangını yaşandığını,
- Dubai'de suyun, benzinden 4 kat pahalı olduğunu,
- Türkiye'nin yüzde 90'ının erozyonla karşı karşıya olduğunu,
- Denizlerdeki çöplerin her yıl 1 milyondan fazla deniz kuşunu öldürdüğünü,
- Ormanların, 50 metre genişliğindeki bir parkın trafik gürültüsünü 20-30 desibel azalttığını.,
- Devlet Su İşleri'nin hesaplamalarına göre, Türkiye'de 2030 yılında doğal sulak alanların neredeyse tama-minin yok olmasının beklendiğini,
- Bir duşta ortalama 50 litre, bir banyoda 150 litre su tüketildiğini,
- Mercan ve kabuklu deniz hayvanlarının bazı türlerinin sayılarının; bilezik, kolye gibi süs eşyası yapmak için toplandığından çok azaldığını,
- Gerektiği zamanlarda bir saniyeliğine bile olsa ışığı kapatarak enerji tasarrufu sağlayacağınızı,
- Yüzde 100 geri dönüşümlü kâğıttan üretilmiş bir ton kâğıdın; 17 ağaç, 4100 kws enerji ve yaklaşık 26.5 m³ suyun tasarruf edilmesi anlamına geldiğini,

\*[www.yesilbilgi.org](http://www.yesilbilgi.org)'dan alınmıştır.



# Pazarlama yönetiminde

## SERHAN TURFAN:

**“Pazarlamanın en önemli katkısı sizi ‘rakiplerinizden farklı olma’ yönünde zorlamasıdır. Herkesin yaptığını yapmanın bir işe yaramadığını, daha iyisini ve ‘hızlı’ yapmanız gerektiğini çok daha iyi anlıyorsunuz”**

A

yılık ekonomi dergisi Capital tarafından yapılan “2008 yılının en iyi pazarlama yöneticisi” araştırmasının sonuçlarına göre 2008 yılının en iyi 25 pazarlama yöneticisi arasında Koç Topluluğu’ndan iki isim de vardı. Arçelik’ten Murat Şahin ve Ford

Otosan’dan Serhan Turfan’la başarılarını, pazarlamanın püf noktalarını ve iyi bir pazarlama yöneticisinin nasıl olması gerektiğini konuştuk.

**Capital dergisi tarafından “2008 yılının en iyi 25 pazarlama yöneticisi” arasında gösterildiniz. Bu başarının sırrı nedir sizce?**

**M.Ş:** Öncelikle Capital dergisinin okuyucu ve seçici kuruluna beni seçtikleri için teşekkür ediyorum. Ben önceki yıllarda da aynı derginin aynı konulu listesine seçilmiştim. Özüne bakacak olursanız bunun bir sır olmadığını düşünüyorum. Arçelik A.Ş.’de sistematik bir yapı içinde görev yapıyoruz. Üstlerimiz ve aslarımız var. Bir yön belirlemeye çalışıyoruz. Bunu tartışıyoruz. Argümanlarımızı masaya yatırıyoruz. Sonrasında da planlarımızı icra edip sürekli planımızla uyumumuzu kontrol ediyoruz. Yönetmekle yükümlü olduğumuz alanları ve markalarımızı hem yurtiçinde hem de yurtdışında değerli hale getirmeye çalışıyoruz. Bunun sırrına gelince, açıkçası ben bunun bir sır olduğunu düşünmüyorum. Uyumlu ekip çalışmasının, doğru planlamanın ve hızlı karar almanın belirleyici olduğunu düşünüyorum.

**S.T:** Öncelikle bu başarının tüm pazarlama ekibimize ait olduğunu söylemem gerekiyor. Bu bir ekip çalışması ve yapmış olduğumuz tüm pazarlama faaliyetlerinde ekibimizin her bir üyesinin büyük rolü bulunuyor. 2008, gerçekten bizim ekibimiz açısından inanılmaz yoğun geçen bir yıl oldu. Üç adet otomobil lansmanımız ve pek çok ürünle ilgili aksiyonumuz vardı. Başarımızın altında işleri baştan iyi planlamanın, öncelikleri belirleyerek bunla-



ra odaklanmanın ve her işten önce iyi bir beyin fırtınası yapıp, farklılaşmanın yattığını söyleyebilirim. Yapmış olduğumuz her lansman ve pazarlama faaliyeti öncesi, “rakiplerden nasıl ayrışabiliriz” diye beyin fırtınası yaptık. Klasik çizgi üstü iletişim kanalları dışında yeni projeler geliştirdik, online mecralara yöneldik. Yapmış olduğumuz her iletişimde “hedef kitleye” yöneldik.

**Koç Topluluğu bünyesinden iki pazarlama yöneticisinin seçilmiş olması Topluluk bünyesinde nasıl karşılandı?**

**M.Ş:** Yeri gelmişken Serhan Bey’i de tebrik etmek istiyorum. Ford’da gözlemlediğim kadarı ile oldukça başarılı uygulamalar gerçekleştiriyor. Ford markasını çok iyi yönetiyor. Bizlere Bizden Haberler içinde yer ayrılması bile Koç Topluluğu’nun markalara ve o markaları yöneten insanlara değer verdiğinin en açık ifadesidir. Ben de bir pazarlama profesyoneli olarak yeri gelmişken bu konuda Koç Topluluğu’nun temel felsefesinden duyduğum memnuniyeti belirtmek isterim.

**S.T:** Tüm şirketlerimiz sektöründe önde kuruluşlar ve bu neden-

# ekip çalışmasının zaferi

## MURAT ŞAHİN:

“Gerek markaların kendi alanlarındaki hareket etme serbestlikleri gerekse ‘Koç’ markasının kendisinin de ayrı bir biçimde ‘üst marka’ olarak konumlanması işimize olumlu katkıda bulunuyor”

bir cevap veriyor: Hayat ve ilerleme, liderlik, iyimserlik, dayanışma Bu değerler yapılan tüm işlere aktarıldığında ilerleme kolay hale geliyor. Koç kültürü bu kapıları kolaylıkla açıyor.

S.T: Vehbi Bey’in büyük gayretleri ile kurulan Koç Topluluğu’nun ve kendisinin oluşturduğu bu inanılmaz kurum kültürünün tüm nesillere geçtiğini ve büyük bir fayda sağladığını düşünüyorum. Süreklilik, verimlilik, disiplin, çalışkanlık aklıma gelen ilk örnekler. Yaptığımız her işte “daima doğru olanı yapmak”, “azimli olmak”, “sürekliliği sağlamak” ve “verimli olmak” ilkeleleriyle çalışıyoruz. Bu kültür bence hepimizin içine işlemiş ve belki de çok farkında değiliz. Ancak nereye gidersek gidelim özel hayatımızda bile, bu kurum kültürünün etkilerini görüyoruz.

## Pazarlamanın bir meslek olarak size kazandırdıkları nelerdir?

M.Ş: Pazarlama insana çok şey kazandırıyor. Öncelikle gelecekte yaşamayı bir tarz haline getiriyorsunuz. Sürekli bir “hayal et, planla, gerçekleştir,” döngüsünde yaşamayı öğreniyorsunuz. Pazarlama dışadönük olmayı, her birim ile çok iyi koordine olmayı gerektiriyor. Farklı disiplinler ile birlikte çalışmak gerekiyor. AR-GE’den ürün geliştirmeye, satıştan mali işlere kadar, birçok fonksiyon için ana girdi pazarlamadan geliyor.

S.T: Pazarlamanın en önemli katkısı “Yaratıcı düşünmeye teşvik etmesi” ve sizi “rakiplerinizden farklı olma” yönünde zorlamasıdır. Herkesin yaptığını yapmanın bir işe yaramadığını, daha iyisini ve “daha hızlı” yapmanız gerektiğini pazarlamada çok daha iyi anlıyorsunuz. Günümüz dünyasında hız çok önem kazandı. Önemli olan bir şeyi rakiplerinizden önce düşünmek ve uygulamaya koyabilmektir. Satış ve pazarlama, ayrıca insanın sosyal ilişkisini de çok iyi geliştiriyor. Tüm ikili ilişkileriniz ve üçüncü partilerle iş yapmanızda, pazarlamada kazanılan tecrübe bence çok önemli.

le bu şirketlerin yöneticileri ve çalışanları da bu başarının mimarı. Koç Topluluğu gerçekten çok iyi yöneticilere sahip, bu nedenle bu tür başarılarla da çok alışık olduğunu düşünüyorum.

## Koç Topluluğu ve kurum kültürünün işinize nasıl bir katkısı olduğunu düşünüyorsunuz?

M.Ş: Koç Topluluğu içinde marka bilinci hep vardı. Bugün bir üst kurum olarak Koç Topluluğu “markaların bağımsızlığı” felsefesine uygun olarak hareket ediyor. Markalar kendi pazarlama doğalarının gereklerine uygun olarak hareket etmeye çalışıyorlar. Gerek markaların kendi alanlarındaki hareket etme serbestlikleri gerekse “Koç” markasının kendisinin de ayrı bir biçimde “üst marka” olarak konumlanması işimize olumlu katkıda bulunuyor.

“Koç” markası adına 2008 yılında yapılan değerler ve kimlik çalışmalarının paylaşımı, işin en başında ve yürütülürken görüşlerimizin alınması, sonuçlandığında da birlikte paylaşılması bizi hep olumlu etkiledi.

2008 yılı içinde yenilenen, daha doğru bir ifade ile, bence tazelenen Koç Kimlik Rehberi aslında sorunuza içinde taşıdığı değerlerle net





**“Pazarlama faaliyetleri, ürüne ve ana marka stratejisine yönelmeli, her ürünün, ayrı bir pazarı, hedef kitlesi ve müşteri profili olduğundan , pazarlama faaliyetleri de ayrı olarak planlanmalıdır”**

**“İyi pazarlama yöneticisi” kimdir? İyi bir pazarlamacı olmanın püf noktaları nelerdir?**

**M.Ş:** İyi pazarlama yöneticisi dinleyen, algılayan, analiz ve ikna kabiliyeti yüksek, hızlı karar alabilen veya aldırabilen bir yapıda olmalıdır. Püf noktaları aslında tanımın içinde gizli ama ekleme yapacak olursam iki tane kritik kelime daha söyledim. Birincisi tutarlılık, ikincisi ise süreklilik olurdu. Tutarlılık, çünkü planlanan ile gerçekleşen birbirine yakın olmalı. Süreklilik, çünkü bu iş bisiklet pedalı çevirmek gibi... Asla durmamalı.

**S.T:** İyi bir pazarlamacının, öncelikle pazardaki fırsatları araştıran bir kimliği olmalıdır. Pazarı ve müşteriyi iyi tanımalı, devamlı yeniliklere ve kreatif fikirlerle açık olmalı, hızlı karar almalı, yeni fikir geliştirmeli ve rakiplerden önce uygulamaya koymalıdır. İyi bir pazarlama yöneticisinin ayrıca ekip çalışmasına çok önem vermesi ve tüm şirket içinde desteklemesi lazım. Pazarlama yöneticisinin, sadece pazarlama departmanının değil, bütün olarak şirketin de üst yönetimden başlayarak tüm departmanlarında müşteri bakış açısına sahip olması için öncülük yapması gerekir.

**Pazarlama faaliyetleri sırasında ne tür disiplinlerden yararlanıyor, nasıl bir yol izliyorsunuz?**

**M.Ş:** Çağdaş işletme bilminde var olan tüm yöntemleri kullanmaya çalışıyoruz. Pazar araştırma teknikleri, finansman teknikleri bunların önde gelenleri. Eğer disiplin olarak bakacak olursak, başta matematik, psikoloji, insan algısı yönetimi, ergonomi, sosyoloji faydaladığımız disiplinler.

**S.T:** Öncelikle sene başından itibaren tüm pazarlama faaliyetlerimizi planlıyor , önce-liklerimizi çıkartıyor ve önümüzü görmeye çalışıyoruz. Birçok fikir toplantısı yapıyoruz. Burada neyi yapıp neyi yapamayacağımıza karar veriyoruz. Karar aldıktan sonra düzenli toplantılarla ilerliyor ve aksiyonlarımızı detaylandırıyoruz. Birçok işe gitmeye kalkarsak dağılıyoruz, bu nedenle odaklanmak gerçekten çok önemli. Oluşan fikirle-

rin mutlaka saha ile değerlendirilmesi, satış müdürünün fikrinin alınması ve bayilerle tartışılması da diğer önemli bir konudur. Fikir, sahada kabul görüyorsa, olumlu değerlendiriliyorsa aksiyona geçme zamanı geliyor. İşte bu noktadan sonra da, artık geri adım atmamaya çalışıyoruz.

**Pazarlama faaliyetleriyle ürün arasında ne tür bir ilişki vardır? Her ürün aynı şekilde pazarlanabilir mi?**

**M.Ş:** Pazarlamada bence önce marka yer alıyor. Ürün markadan sonraki ikinci kademede devreye giriyor. Markanın temsil ettiği değerler var. Üründe bu değerler nasıl şekil buluyor, hangi marka değerleri bu ürün ile yansıtılıyor, ona iyi bakmak lazım. Ayrıca sadece ürün değil, bu ürünün fiyatı ve dağıtım yapısı da çok önemli. Ürün de olsa, hizmet de olsa, önce markaya daha sonra da pazarlama karmasının içindeki bileşenlere bakılmalı. Tamamı anlamlı olduğunda iş değer sağlar, aksi takdirde bir ayağı kısa olan sehpa gibi devrilmesi kolay olur. Somutlaştırmak gerekirse:

Bir ürün düşünün ki fiyatı yanlış. Fazla yüksek veya fazla düşük Ya satılmaz ya da

patronun hedeflediği kâr oluşmaz. Ürün iyi, ama yeteri kadar tüketicinin ulaşabileceği alanlarda dağıtımı yok. Bu durumda yapılan iletişim aslında havanda su dövmekten farksızdır. Üründe yanlışlık varsa zaten sistem baştan çıkmış demektir. Her şey çok iyi ama bunu tüketiciye anlatamıyorsanız da insanlardan bilmedikleri ürünleri almasını bekleyemezsiniz.

**S.T:** Pazarlama faaliyetleri, tamamen ürüne ve ana marka stratejisine yönelik olmalıdır. Her ürünün, ayrı bir pazarı, ayrı hedef kitlesi ve müşteri profili olduğundan, pazarlama faaliyetleri de bu yönde ayrı olarak planlanmalıdır. Her ürünün hedef kitlesine yönelik ayrı bir pazarlama taktiği geliştirmek gerekiyor. Ayrıca ana markaya yönelik sponsorluklar ile markayı tüketiciye yakınlaştırmak çok önemli. Motorsporları ve futbol sponsorluklarımızla, önemli bir başarı elde ettiğimizi düşünüyorum. Bu sene genç pilotlarımızı dünya çapında yarıştırdık ve pilotlarımız dünya şampiyonluğunu ve dünya ikinciliğini kazandılar.

**Sizin için pazarlanması en zor ürün ne olurdu?**

**M.Ş:** Eğer marka bilinirliğiniz yoksa maça baştan 1-0 geriden başlıyorsunuz demektir. Önce bilinirliğinizi artırıp deyim yerinde ise beraberliği sağlamalısınız, sonra yaratacağınız anlamlı farklılaşmalar ile galip gelmelisiniz. Ortaya eğer anlamlı bir fark koyamıyorsanız hayat nispeten daha zordur. Farklılaşmanın olduğu durumlarda işler genellikle fiyat odaklı rekabete doğru kayabilir. Pazarlamaya çalıştığımız bir ürünün ilkel talebi yok ise, yine hayat daha zor olabilir. Böyle bir durumda da önce talebi yaratıp sonra ürünü sunmak gerekecektir.

**S.T:** Elbette “iyi, kaliteli ve müşterilerin zaten çok sevdiği bir ürünü” pazarlamak kolay, müşteriye avantajını gösteremediğiniz ürünü pazarlamak da çok zordur. Hedef kitleyi iyi tanıyorsanız, ona yönelik doğru ürün çıkarıyorsanız, pazarlanamayacak ürün yoktur, diyebilirim. Bu konuda unutulmaması gereken bir nokta da pazarı iyi analiz etmeden peşin hükümlü olmamaktır. ■



**“Eğer marka bilinirliğiniz yoksa maça baştan 1-0 geriden başlıyorsunuz demektir. Önce bilinirliğinizi artırıp deyim yerinde ise beraberliği sağlamalısınız”**

# WORLD



## İnsan ayakları yerde uçabilir mi? World Lounge'a gelin, kendiniz görün.

Uçağınızı beklerken sıra dışı ve keyifli bir tecrübe yaşamak için  
siz de World Lounge'u keşfedin.

World Lounge'dan Crystal Club Worldcard, Platinum Club Worldcard ve Travel Club Worldcard sahibi olan herkes yararlanabilir.  
World Lounge, Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Gidiş Terminali'nde, pasaport kontrolünü geçince sol koridorun sonunda, alt kattadır.

[worldcard.com.tr](http://worldcard.com.tr)

 **YapıKredi**



# “Sanatsal etkinlikler zekâyı geliştirir”

“Sizinkiler Altın Çiçeğin Peşinde” çocuk oyunu turnesi boyunca ailelere çocuk gelişimi ve çocuklarla iletişim konusunda eğitim veren Uzman Pedagog Elif Koca, doğduğu andan itibaren çocukta yaratıcılığın geliştirilmesinin önemine dikkat çekiyor



**B**ugünün çocukları önceki nesillere göre daha mı şanslı?

Her neslin kendine özgü şansları, avantaj ve dezavantajları vardır aslında. Günümüz çocukları teknolojiyle büyüdükleri için kişisel alanları sınırlı ve dolayısıyla sosyaliteleri de sınırlı. Günümüz çocukları, arkadaşlarıyla tenefüste oynamak, koşturmak ya da sohbet etmek yerine, ellerindeki elektronik oyun aletleriyle oynamayı tercih eder hale geldiler. Sosyalite azaldı, bireyselleşmeye gidiliyor

ve kuşkusuz bireysel toplumun getirdiği artı ve eksileri de görüyoruz. Dolayısıyla her dönemin kendi sorunları var, ama bunların kendine özgü çözümleri de mutlaka var.

**Çocuk gelişiminde en önemli dönemler hangi yaşlardır?**

Çocuk gelişiminde 0-6 yaş arası kritik dönemdir. Her türlü gelişim alanında; sosyal, fiziksel, duygusal, bilişsel. Bu dönemde çok hızlı bir gelişim olur. 0-3 ise daha da kritik bir dönemdir. Özellikle anne baba ilişkisi, kişilik ve ahlak

gelişimini bu dönem belirler. Beyin gelişiminin ise 3 yaşına kadar yüzde 85 tamamlandığı düşünülürse, zekânın gelişiminde de çok önemli rol oynayan bir dönemdir. Diğer taraftan son araştırmalar, çocukların 3 yaşına kadar üç dili öğrenebildiğini gösteriyor. O halde dil gelişimi açısından da çok kritik bir dönem. Bizler önceden bu dönemde sadece duygusal ve dolayısıyla sosyal gelişimin gerçekleştiğini düşünürdük, ama son araştırmalar bilişsel, dil ve zekâ gibi diğer noktalarda da en önemli gelişme dönemi olduğunu gösteriyor.



### **Büyüdükçe yaratıcılığın köreldiği söyleniyor. Çocukların yaratıcılıklarını kaybetmeden büyümesi nasıl sağlanabilir?**

Körelmesinin nedenlerinden söz edilebilir. Çocuk doğduğundan itibaren her şeyi ilk defa görüyor ve muazzam tepki gösteriyor. Mesela ilk defa bir çiçeği görüyor, ambalajı, rengi, yaprakları, kokusu gibi her türlü özelliği onun için çok ilgi çekicidir. Oysa biz yetişkinler binbir tane çiçek görmüşüzdür, o yüzden bizim normalite sınırmızdır.

Çocuk her bir şeyi ilk defa gördüğü ve muazzam ilgi gösterdiği için onunla ilgili yaratıcılığı da kuvvetlenir. Bu bitki acaba başka renk de açar mı gibi bir varyasyonu düşündür ve bunları dener. Yaratıcılık da budur sonuçta. Biz yetişkinler olarak o çiçeği ellememesini söyleyerek onu engellemeye çalışırsak, çocuğun girişimciliğini engellemiş olur, çocuğun deneme yapmasının önüne geçeriz ve sonuçta da yaratıcılığını engellemiş oluruz. Yaratıcılığın gelişiminde 0-6 yaş çok kritik bir zamandır. Yaratıcılık da zekâyla paralellik gösterir. Bu durumda yapmamız gereken, çocuklara her türlü sanat etkinliğini tanıtmak ve içine katmaktır. Tiyatro, müzik, resim, heykel, müzik vb. her alana katabiliriz çocukları.

Çocuğun profesyonel olarak, okulun yanı sıra sanat ya da sporla aktif olarak ilgilenmesini, hatta mümkünse ikisini birden yapmasını sağlamalıyız. Tabii bunları çocuğa, olabildiğince çok seçenek sunup, birini seçmesini sağlayarak yapmamız lazım, zorlamadan. Birkaç tanesini denedikten sonra, ona en uygun hangisiyse bir tanesini seçmesine fırsat tanınmalı.

### **Sanatsal faaliyetlerin çocuklar üzerindeki etkisinden bahsedebilir misiniz?**

Bütün sanat dalları, çocuğun estetik duygusunu ve yaratıcılığı geliştirir, zekâsını geliştirir, boş zamanlarını nasıl geçirmesi gerektiğini öğretir. Çocuğa kalıcı bir hobi sağlar. Resim heykel, drama sinema, çocuğun kişilik gelişimine olumlu katkıda bulunur. Hemen tüm sanatsal çalışmalarında bir dışavurum gerçekleştiği için çocuk içinde yaşadığı öfkesini, bu ailesiyle ilgili olabilir ya da arkadaşıyla, tuvale ya da rolüne yansıtır ve rahatlar.

Sanatsal faaliyetler çok ciddi bir boşalım yaratır, bu da çocuğun duygusal durumunun daha kuvvetli, bilinçaltının daha temiz olmasını ve stresten arınmış olarak hayatını devam ettirmesini sağlar. Bu,

hayata daha baştan birkaç gol atarak başlamak gibi bir şeydir. Mesela eline aldığı kuklaya niye yemeğini yemediğini sorup onu azarlayabilir hatta ona vurabilir. Dolayısıyla gidip annesine vuracağına kuklaya vurarak annesine duyduğu öfkeyi kukladan çıkarmış olur, yani ödeşmiş olur. Bu onun sosyal ve duygusal gelişime çok büyük katkıda bulunur dolayısıyla

**“Sanatsal faaliyetler çok ciddi bir boşalım yaratır, bu da çocuğun duygusal durumunun daha kuvvetli, bilinçaltının daha temiz olmasını ve stresten arınmış olarak hayatını devam ettirmesini sağlar”**

çünkü günde iki kez sahnelendi oyun. Çocuklar tiyatro oyununu izlerlerken, onları getiren anne babaları da onlar için hazırlanmış toplantı salonunda benimle sohbet ettiler. Bazı illerde ve bölgelerde seminer konusunu aileler seçti. Seçtikleri konular arasında, ağırlıklı olarak “İletişim problemleri” ve “Çocuk sorunlarına yaklaşımlar ne olmalı?” gibi konular vardı. Bu toplantıların bazılarını ise sadece soru cevap şeklinde yaptık. Bunu ben o bölgedeki insanlara bıraktım, “İsterseniz bir konu seçin, isterseniz ben bir konu seçeyim ya da soru cevap yapalım” dedim. Çünkü zamanımız 40 dakikayla sınırlıydı. Aileler genellikle “Biz soralım siz cevaplayın” şeklinde yaklaşıtlar, çünkü en önemli sorunları yaşadıkları şehirde uzman bulamamaktı. Çocuk sorunlarını tartıştık, onlara çözüm yöntemlerini sundum.

**En sık rastladığınız problemler nelerdi?**  
Ağırlıklı olarak, uyku bozuklukları, yeme problemi, turnak yeme, parmak emme, saçla oynama, uyurken birini yanın-



sıyla da kilişik ve ahlak gelişimine. O yüzden sanat dallarından en az bir tanesiyle mutlaka ilgilenmesi gerekir. Hele ki hem sanat hem de sporu bir arada yürütebilirse bu daha da mükemmel sonuç verir.

### **Koç Topluluğu tarafından düzenlenen “Sizinkiler Altın Çiçeğin Peşinde” çocuk oyununun turnesi sırasında ailelerle gerçekleştirdiğiniz sohbetlerde ne gibi verilere ulaştınız?**

Ben pedagog olarak ilk kez katıldım bu projeye. Toplam 20 ilde 37 gün devam etti. 37 günü de ikiyle çarpmak lazım,

da isteme gibi alışkanlıklara dayanan problemler zinciri vardı. Diğer taraftan hiperaktivite bozukluğu, dikkat dağınıklığı en çok dile getirilen problemler arasındaydı. “Televizyon kullanımı nasıl olmalıdır?”, “Ders çalışmaya nasıl ikna ederiz?”, “Okul başarısı düşük, ne yapmamız gerekir?” gibi sorular soruldu. Bu turneye katılmadan önce, büyük şehirlerin dışındaki şehirlerde bu problemlerde farklılıklar olur diye öngörmüştüm. Ya da bölgelere göre çocuk sorunları değişik olur diye düşünmüştüm. Her bölgede istatistik aldım, öncelikli sorunlar hangileri gibi, hiçbir değişiklik görmedim. ■

# “Krizin faydaları da var”

**Kocaeli Arçelik Bayisi Kani Baştürk, Koç Topluluğu ile çalışmanın sağladığı güven duygusuyla, ekonomik krize çoğunluk gibi karamsar bakmadığını anlatıyor ve krizin faydalarının da olduğunu altını çiziyor**

**K**ani Baştürk, İzmit'teki Kardeşler Dayanıklı Tüketim Malları Pazarlama İnş. Taah. ve İth. Tic. San. Ltd. Şirketi'nin kurucusu. Şirketi oğullarıyla birlikte yöneten Baştürk, Arçelik bayisi. Artık gönül rahatlığıyla şirketi oğullarına devretmeye hazırlandığını anlatan Kani Baştürk'le Arçelik bayii olmanın avantajlarından, ülkenin şu an içinde bulunduğu ekonomik krize de pek çok farklı konuda konuştuk.

#### **Sizi tanıyabilir miyiz?**

1952 doğumluyum. Yedi kardeşin en büyüğüyüm. 1972 yılından beri beyaz eşya sektöründe çalışıyorum. Beyaz eşya işine ilk başladığım yıllarda hemen hemen bütün markaları satıyordum. 1980'den bu yana ise Arçelik bayisiyim. Dört çocuğum var. Hepsi de üniversite eğitimlerini tamamladılar. İki işi işletmeci ikisi de bilgisayar mühendisi. Hepsi işlerimizin başındalar. Biz bir aile şirketi. Ben de artık yavaş yavaş emekli olmaya hazırlanıyorum.

#### **Koç Bayii olmaya nasıl karar verdiniz?**

İlk başladığım yıllarda ticaret böyle değildi. Birkaç parça ürünle başlamıştım. Koç Topluluğu ile ilk karşılaştığım sıralarda, bugün artık olmayan, rakip bir firmanın bayisiydim; AEG'nin bayiliğini yapıyordum. O günün şartlarında çok verimli çalışmadığımı gördüm ve yeni bir arayış içine girmeye karar verdim. Bir süre araştırmalar yaptım ve Arçelik bayisi olmaya karar verip müracaat ettim. Geliştikçe, bu işe vakıf oldukça ve geleceği olduğunu gördüğüm için Koç Topluluğu ile çalışmak istedim.

#### **Baba-oğul Koç bayii olarak aranızda nasıl bir ilişki kuruyorsunuz?**

Hiç bir sorunumuz yok. Hem oğlum hem de kızım zaten Beko'da staj yaptılar.



Yani çocuklarım Koç Topluluğu'nu ben-  
den iyi tanırlar diyebilirim. Onların ben-  
den alacağı çok bir şey kalmadı gibi. Sade-  
ce Pazar tecrübesi. Kızım İstanbul Üniver-  
sitesi İşletme mezunu oğlum Marmara  
Üniversitesi İşletme mezunu.

Bir söz vardır, kuşaktan kuşağa aktarmak-  
la ilgili; "bir işi, birinci kuşak ikinci kuşa-  
ğa aktarırsa o zaman gerçek bir şirketten  
söz edilebilir, ikinci kuşak üçüncü kuşağa  
aktarıyorsa holding olur" diye. Bu doğrudur.  
İnsanın fiziki olanakları bellidir. Bir  
iş bir yere kadar getirirsiniz ve sonuçta  
bayrağı ikinci kuşağa devretmeniz gerekir,  
bunu yapabiliyorsanız ne mutlu. Tabii  
bunda iletişimin iyi olması çok önemli.  
İnsanın önce kendiyle barışık olması la-  
zım. Bu başarılabilirse, gerek aile, gerekse  
iş alanında başarıyı yakalayabilir.

#### **Ekonomide yaşanan gelişmeler işlerini- ze ve bölgenize ne ölçüde yansıdı?**

Kriz her gün anlatılıyor. Bir bilgi bombar-  
dmanı altındayız. Bu bilgilerin doğruluğu  
yanlışı ayrı bir mesele. Ama bir bilgi  
kirliliği var. Ben krizin faydalarının da ola-  
cağını söylüyorum. Tabii ki çalışanlar da  
her an işten çıkarılma kaygısı var. Kimin  
çıkarılacağı belli değil.

Her gün gazetelere şöyle bir bakın, her bi-  
ri krizin olumsuz ayrı bir boyutundan söz  
ediyor. Bir duraklama dönemine geçtik,  
burada en önemli şey ilişkiler, firma ve  
bayi arasındaki ilişkiler mesela. Bunlarda  
bir noktaya gelindiği zaman, yani bunları  
iyi yöneten, ilişkileri ve istişareleri iyi ya-  
pan atlattı, varlığını sürdürülebilir. Bu kri-  
zin zararlarının tabii ki farkındayız, ama  
faydaları da var.

#### **Nedir faydaları?**

Ben burada bir örnek vermek istiyorum;  
değerli madenlerin ayarının bulunması  
için üzerine asit dökülür, kezzaptır bu.  
22 ayar mı, 18 ayar mı belli olur. Acıttı  
da olsa kriz de buna benziyor. Bir kezzap  
döküldü. Bunun içinden kim nasıl çıkac-  
cak, önemli olan bu. Bu tür dönemler  
test dönemleridir aslında. Eşiniz bile bir  
testten geçer. Mesela eşim önceden her  
istediğini alıyordu, alım gücü biraz eksil-  
ince bakalım ne yapacak? Bunun gibi  
herkes için ajandada bir yer var ve bu dö-  
nemde bunların not edilmesi gerekiyor.  
Ya da mesela bir üretici işçisine ödemele-  
rinde geciktiğinde neler oluyor, bunların  
not edilmesi gerekiyor. Hükümetler, ye-  
rel yöneticiler, aile, şirket ya da evlat ol-  
sun, bunların hepsinin ayarı ortaya çıkı-

yor. Faydası budur işte.

Bundan önceki krizlerde bir gazeteci ba-  
na "Türkiye Arjantin olur mu?" diye sor-  
muştu. "Kesinlikle olmaz" diye yanıtlamış-  
tım. Böyle bir ülke Arjantin olamaz,  
çünkü bizler birbirimizin dertleriyle ilgi-  
leniriz, yardım ederiz. Tam da bu dö-  
nemler yardımlaşmanın daha çoğaldığı  
dönemler olmuştur. Yandık bittik de-  
mektense bu değerlerimizi biraz daha or-  
taya çıkarmamızda fayda var. Ben pozitif  
bakmaktan yanyayım.

#### **İşinizi geliştirmek için yeni yatırımlar- da bulunuyor musunuz?**

Kesinlikle bulunuyorum. Mesela şu anda  
tüm Türkiye'ye örnek olacak kalitede bir  
projeyi gerçekleştiriyoruz. MOBESKO  
projesi. Mobilya ve beyaz eşya sektörüne  
hizmet verecek 170 bin metrekare büyük-

---

**"Her gün gazetelere şöyle bir  
bakın, her biri krizin olumsuz  
ayrı bir boyutundan söz  
ediyor. Bir duraklama  
dönemine geçtik, burada en  
önemli şey ilişkiler. İlişkileri  
ve istişareleri iyi yapan  
atlattı, varlığını sürdürebilir.  
Bu krizin zararlarının  
tabii ki farkındayız ama  
faydaları da var"**

---

lüğünde bir site yapıyoruz. 2009'un so-  
nunda bitecek. Meslekten arkadaşlarla bu  
projeyi birlikte yapıyoruz. Yüzde 90'ı bit-  
miş durumda. İki yıl oldu başlayalı. Bu  
yatırım sektörü çok farklı boyutlara götü-  
recek. Evde bulunan tüm eşyalar yer ala-  
cak bu sitede. Züccaciye'den mobilyaya,  
beyaz eşyaya kadar kapsamlı bir proje. 90  
üyeleri var. Hepsinin yeri belli.  
40 bin metrekare ortak alanı olan bir alış-  
veriş merkezimiz olacak. Bu bizim hayali-  
mizdi. Trafik sorunu olmayacak, tüm fizi-  
ki endişeler ortadan kalkacak ve ortak bir  
pazar oluşacak. Rekabet, müşteri memnu-  
niyeti, modern pazarlama yöntemleri gibi  
şeyler ön plana çıkacak. Parası olanı değil,  
meslekten olanları aldık bu kooperatife.

#### **Koç Topluluğu'yla çalışmanın sağladığı avantajlardan bahsedermisiniz?**

Aslında krizden söz ederken o kadar rahat  
yorumlar yapmamın altında Koç Toplulu-  
ğu'na olan güvenim yatıyor. Koç Topluluğu  
ile çalışmamızın tabii ki bir çok avantajları  
var. 1950'lerden beri gelen bir şirket. Çok  
iyi tanıdığım bir grup. Bu kadar özgüveni-  
min olması da çalıştığım firmaya bağlı. İleti-  
şimim çok iyi. Öngörülerine çok güveniyorum.  
Şirketteki dayanışma ruhuna çok inanıyorum.  
Biz çok şeyler yaşadık bu birlikte-  
lik süresince. Deprem sonrasında bütün va-  
tandaşların televizyonlarını değiştirdik me-  
sela. Birbirimizi anlamaktan geçiyor bunlar.  
Türkiye'nin en tecrübeli kurumu, onların  
her durumda gereğini yapacaklarına, biz-  
lere yön vereceklerine inanıyorum. Çün-  
kü şuna eminim, onlar bu tür krizlerin  
yüz katını yaşamışlardır ve gereken nokta-  
larda gereken tedbirleri alacak deneyime  
ve vizyona sahipler.

#### **Koç Topluluğu tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projelerine katılıyor musunuz?**

Tabii ki katılıyoruz. Mesela şu anda bir  
oğlum, iki okulda "Ülkem İçin" projesi  
kapsamında düzenlenen bir konferansta  
konuşmacı olarak bulunuyor. Bir ekiple  
çalışıyorlar. Daha önce de bazı okullara  
bilgisayar sınıfları yaptırmıştık, aynı proje  
kapsamında. Biz, bu sosyal sorumluluk  
projelerine bütün gücümüzle destek ver-  
iyoruz, vereceğiz, çünkü inanıyoruz.

#### **İnternet üzerinden Koç bayii portalını takip ediyor musunuz?**

Hepsini takip ediyorum. Her an iletişim  
halindeyim. Her gelişmeyi tüm detaylarıyla  
takip edebiliyorum. Teknolojik olarak Tür-  
kiye'de öncü bir firma. Her şey internet  
üzerinden izlenebiliyor. Biz açığız, saklımız  
gizlimiz yok. Kayıt dışı çalışmıyoruz. Ben-  
ce Türkiye'nin en büyük sorunu kayıt dışı  
ekonomidir. Aslında burada sorumlu, ka-  
yıt dışı çalışanlar değil, kayıt dışı çalıştıran-  
lardır. Hükümetler yani. Çok kolay kontrol  
mekanizması kurulabilir ama kurulmuyor,  
bu da "suçlular daha kolay yönetilebilir" gi-  
bi bir anlayıştan kaynaklanıyor.  
Bizim gerek Koç Topluluğu'yla gerekse  
bayi arkadaşlarımızla her şeyimiz açıktır.  
Hepimiz birbirimizin her şeyinden haberdarız.  
Her uygulamanın öncüsüyüz. Han-  
gi konuda bir gelişme varsa onu en önce  
yapmaya çalışan bir firma. Az önce bu  
topluluğa güveniyordum derken işte bu ic-  
raatlarından yola çıkarak söylemişim. ■



# “İnsanları daha iyiye çekmek gibi bir derdim hep olmuştur”

**Psikiyatrist, yazar, yayıncı ve televizyon programcısı Cem Mumcu ile farklı mecralarda derin bir sohbet gerçekleştirdik. Mecidiyeköy’deki Divan Pub’da, Cem Mumcu’yla mutluluğun reçetesini konuştuk**



**P**sikiyatri dışında farklı alanlarda da yer alıyorsunuz. Bunun nedeni nedir?

Ben aslında yaptığım hiçbir şeyi iş gibi yapmıyorum. Zevk aldığım şeyleri yapıyorum. Bir şey yapmak için yapmıyorum hiçbir şeyi. Aslında hayatımda en zevk aldığım şey yazmak, ama bunu bir iş olarak yapmam mümkün değil. Bir kitap yazayım diye yazmıyorum. Dolayısıyla beni yormuyor.

Benim hayatımda önce yazarlık ve edebiyat gelir, peşinden psikiyatristlik, sonra yayıncılık. Televizyonculuğa gelince ise estagfurullah diyorum. Hiç öyle bir iddi-am yok, yalnızca bir program yapıyorum. Televizyoncu değilim.

**Onu da mı zevk aldığınız için yapıyorsunuz?**

Öyle umuyordum ama henüz istediğim kadar zevk alamadım. Psikiyatristlik ya da yazarlık gibi bir şey değil. Başka bir sürü meseleleri içeriyor. Mesela yazarken, satar mı, beğenilir mi gibi kaygılar taşımıyorum. Yani televizyondaki reytingin karşılığı tiraj ise hiç hesaba katmıyorum. Onu hesaba kattığım an yazdığım şeyi sevmem

zaten. Ama televizyonculuk maalesef bu tür unsurları, bu kadar da hiç düşünmeden yaşayabileceğin bir mecra değil; çok özel bir kanalda olmama rağmen. Bana hiç kimse şunu yap, bunu söyle demiyor ama kanal reyting alan bir kanal ve bunun bir baskısı var en nihayetinde. Bu hesabı sevmiyorum ben.

**Takdir görmek ya da onaylanmayı istemek kötü mü? Bu insanın varlığını onurlandıran bir şey değil mi?**

Tabii ki öyle, ama süreci yaşarken bunu düşünmeyi sevmiyorum. Süreci yaşadık-tan sonra birileri beğenir, takdir ederse ne mutlu bana. Ama süreci yaşarken bunları hesap edersen yaptığın şey azalmaya başlıyor.

**Televizyon programcılığı teklifi nasıl geldi?**

Aslında 10 küsur yıldır bu alanda çok sayıda teklif aldım. Bence bu, konuk olduğum programlarda sergilediğim “ben”den kaynaklanan bir şey. Benim dilimin kemiği yoktur, rahat bir adamım, hesabı olmayan, rahat konuşan biri olmam bu teklifleri getirmiş olabilir. Ben ne bir derneğin

üyesisim, ne de bir partinin, kurumsal hiçbir bağım yok, hiçbir şirkette çalışmıyorum, hayatta patronum yok yani. Dolayısıyla bu beni çok rahat kılan bir şey. Yani ortalıkta “şunu söyleyemem, beni işten atarlar” diyebileceğim bir bağım yok. Bu beni çok özgür kılıyor. Bu özgürlük aslında sahiciliği getiriyor sanırım. Bu sahicilik, istenilen şey belki de. Ama şimdi televizyondaki “ben”e bakıyorum, konuk olduğum programlardaki kadar “ben” değilim.

**Devam edecek mi?**

Şu anda en azından devam etmeyecek gibi bir durum yok. Ama bu benim en önemli hedeflerimden biri diyemeyeceğim. Yeterince eğlenmeliyim bir kere. İlkinci iyi bir şeylere vesile olma benim derdim. Benim dertlerim var, benim tarif ettiğim “doğruyu ve sahiciliği” yakalamak, iyi bir insan olmak ve insanları daha iyiye çekmek gibi bir derdim hep olmuştur. O bağlamda şu anda program çok da istediğim gibi yürümüyor. Eğlenemezsem ve amaçladığım şeyleri tam anlamıyla yakalayamazsam bırakırım zaten. Bana bir şey katmazsa bırakırım yani.

Bulduğum kanal çok iyi bir kanal, çok

## Cem Mumcu kimdir?

Trabzon doğumlu Cem Mumcu, Psikiyatri eğitimi Haceteppe Üniversitesi'nde aldı. Mumcu, psikiyatristliğin yanında, hayatında psikiyatriden de önce gelen, yazarlığı da devam ediyor. Edebiyatla ilişkisini hiçbir zaman kaybetmeyen Cem Mumcu aynı zamanda Okuyanlar Yayınevinin de sahibi. Mumcu, Habertürk televizyon kanalında yayınlanan "Kısa Devre" programında Pelin Batu ve Harun Tekin'le birlikte yer alıyor.

düzgün bir yöneticisi var. Yani kimse bana "şunu söyle, şunu söyleme" gibi bir şey dikte etmiyor kesinlikle. Mesela Tempo dergisine yazıyorum şu ara. Oraya başlamadan önce de ilk kuralım buydu. "Bana, şunu yaz, şunu yazma diyecekseniz baştan bu işe girmeyeyim" demiştim.

### **Bu program yazdıklarınıza benziyor mu?**

Hayır, benzemiyor. Yazarken hedef kitle beni anlayacak anlamayacak, beğenecek beğenmeyecek gibi dertlerim yok. Anlamasınlar, umurumda değil. Anlayan okusun diyeceğim bir özgürlük alanım var. Ama işte televizyon öyle bir şey değil, orada hitap ettiğin hedef kitleye göre davranman lazım, böyle davranmak ise beni zorluyor.

### **Başta dönecek olursak, neden psikiyatriyi seçtiniz?**

Tıbbi seçerken çok bilinçli değildim, çünkü çok küçüktüm. Yazmanın, okumanın ve edebiyatın önceliği hep vardı benim için. Psikiyatriyi seçtikten hemen sonra şunu fark ettiğimi hatırlıyorum; ben bir cerrah ya da dahiliyeciy olsaydım, hayatta çok mutsuz olacaktım. Psikiyatri bana hep çuvaldaki delik gibi geldi. Hayatla ve edebiyatla bağımın

kopmayacağını hissettiğim için psikiyatriyi seçtim.

### **Hastalarınızla nasıl bir ilişki kuruyorsunuz?**

Bir sürü terapi usulü var. Klasik psikanaliz var mesela, kognitif terapiler, davranışçı terapiler var. Ben çok yoğun ilişki yönelimli bir şey yapıyorum terapide. Ciddi anlamda yakın ilişki kurmam gereken bir usul. Birey olarak benim de orada olduğum bir ilişki. Tabii bu ilişki, etik sınırlar içinde. Şimdi ve buradanın, yani karşındakinin hayatıyla ilişkisi dışında benimle kurduğu ilişkide ortaya çıkan meselelerin de yaşandığı, çok canlı olduğu bir terapötik süreç. Etik sınırlar dahilinde, içinde yoğun duygu alışverişi barındıran bir ilişki.

### **Peki bu usul, zaman zaman psikiyatr olarak sizi zorlamıyor mu?**

Ben karşımdakinden etkilenmiyorsam, ona hüzünlenmiyorsam, ona öfkelenmiyorsam, onun dertlerini dert etmiyorsam, zaten yaptığım iş bir işe yaramazdı. Bu son derece besleyici, son derece anlamaya dönük bir şey. "Aman bu duygular bana değmesin" diye yaparsan, o iş olmaz. Gerçek bir süreç

yaşıyoruz karşılıklı, entelekt ya da zihinsel bir süreç değil. Tabii bir hasta dolayısıyla depresyona gireceğimi sanmıyorum, ama bir hasta dolayısıyla anksiyete yaşayabilirim, uyuyamayabilirim, hatta ağlayabilirim ama depresyona girmem.

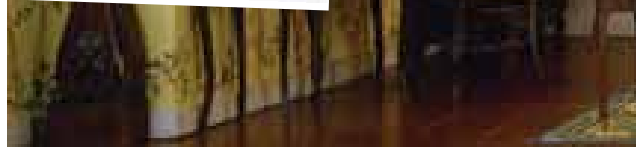
Öyle, orama burama dokunmasın gibi kaygılarla hiçbir şeyi doğru düzgün yapamazsın. Gireceksin, belki kirleneceksin, kanayacaksın...

### **Mutluluğun bir formülü var mı? Bu konuda neler önerirsiniz?**

Keşke bunun bir formülü olsa. Tekamül ve idrak üzerine düşünmek gerekiyor. Ağlamadan mutlu olunmaz. Zaten kayıpla eklemelenmemiş, kayba değmeyen hiçbir şey bizi mutlu etmez aslında. Hiç kaybetmekten korkmadığın bir sevgilin varsa aşk yoktur orada zaten.

Hep kaybetme riskini bileceksin, işte bu, karşındakinin ve kendinin kıymetini anlamaya götürür. Şimdi hiç kimse yaşlanmak istemiyor, hiçbir şey kaybetmek istemiyor, kimse ölmek istemiyor, herkes her şeyi istiyor. Öyle kitaplar okuyorlar, öyle filmler izliyorlar, öyle olmak istiyorlar. Böyle mutluluk yok oysa. ■

# “Minik” bir dünyada yolculuğa hazır mısınız?



**Henry Kupjack’ın bir kuyumcu titizliğiyle çalışarak hayat verdiği “Hayallere Sığmayan Minyatür Odalar” sergisi, 15 Mart’a kadar Rahmi M. Koç Müzesi’nde ziyarete açık**

**i**skender’in kuşatma çadırını do-  
laşan gözleriniz, bir adım ötede  
17. yüzyıl korsan kaptanın ka-  
marasında geziniyor. Bir adım  
daha atıyorsunuz, işte bir Os-  
manlı kahvehanesi. 16. Louis’in yatak oda-  
sı, Thomas Jefferson’ın çalışma ve yatak  
odası, Japon çiftlik evi, kırmızı mobilyalı  
Amerikan lokantası, sizi MÖ 322 ila 1995  
yılları arasında, kıtalararası bir gezintiye çı-  
kıyor. Her bir detayı titizlikle ve aslına  
uygun şekilde ele alınan “Minyatür Oda-  
lar”, dünya tarihinde iz bırakmış dönemle-  
rin yaşam tarzını, mimari özelliklerini, en  
önemlisi de ruhunu yansıtıyor.

## En büyük ilgi mimarlar ve tasarımcılardan

Kurucusu Rahmi M. Koç’un modeller ve  
minyatürlere tutkusu nedeniyle zengin bir  
koleksiyona sahip olan Rahmi M. Koç Mü-  
zesi’nin yeni minik konukları, minyatür  
sanatının günümüzdeki büyük ustası  
Henry Kupjack’ın eserleri. “Hayallere Sığ-  
mayan Minyatür Odalar” ismi altında 21  
minyatür oda, izleyicileri kendisine hayran  
bırakıyor. “Amacım odaları öylesine ger-  
çek yapmak ki, bakıldığında odanın için-  
deymiş gibi hissettirebilmek” diyen Ameri-  
kalı sanatçı Henry Kupjack’ın farklı dö-

nemleri yansıtan minyatür odaları ZEN  
Diamond ana sponsorluğunda ve THY’nin  
desteğiyle Rahmi M. Koç Müzesi’nde sergi-  
leniyor. Odalar bir çocuk dünyasının ola-  
ğanüstü süsleri gibi görünse de, serginin  
ziyaretçileri yetişkinler. Minyatüre bir hobi  
olarak hayatında yer verenler ile mimarlık,  
dekorasyon, tasarım dünyasından ziyaret-  
çiler ön sıralarda yer alıyor.

## “Zihin, minyatürde her türlü açığı kullanır”

Eserleri Florida Naples Sanat Müzesi,  
Winterthur Müzesi, Chicago Sanat Ensti-  
tüsü, Boston Kütüphanesi ve Illinois Dev-  
let Müzesi gibi dünyanın belli başlı müze  
ve galerilerinde sergilenen Kupjack’a göre  
minyatürlerin ortaya çıkmasında yılların  
deneyimi ve çocukluk hayal gücünün çok  
büyük etkisi var. 30 yılı aşkın bir zaman  
diliminde haftanın hemen her gününü  
stüdyosunda detaylar üzerinde çalışarak  
geçiren Kupjack, minyatürlerindeki ku-  
sursuz ölçek için cetvel gibi mekanik alet-  
lere güvenmiyor. Sadece bakarak neyin  
doğru ölçekli olduğunu rahatlıkla söyleye-  
bildiğini anlatan Henry Kupjack, her yeni  
odanın yeni bir meydan okuma olduğunu  
söylüyor ve sanatını şöyle açıklıyor:  
“Minyatür, en eski uygarlıklardan bu yana

var olan bir gelenektir. İnanç sistemleri ve  
kültürel olguların etkilerini taşıyabilir. Do-  
ğa ve çevreyi anlamlandırmak açısından  
insanoğlunun başa çıkabileceği boyutlara  
indirgemek amaçlanır. Minyatürde ger-  
çekçi etkiyi yaratmak önemlidir. Kurgu-  
nun başansı, gerçekçiliği yansıtmak yeterli  
detayın verilebilmesi açısından doğru  
orantılamaya bağlıdır. Minyatür kurgula-  
nırken, zihin yüzlerce fotoğrafı doğru  
kompozisyon içinde ve olabilecek her tür-  
lü açığı kullanarak bir araya getirir.”

## Bir kuyumcu gibi işliyor

Ayrıntılarını meraklılarının keşfine bırak-  
mak kaydıyla hızlı bir tur atarsak, serginin  
İstanbul ziyaretçilere en tanıdık parçası,







"Fransız Taşra Yatak Odası"

aynı zamanda Rahmi M. Koç koleksiyonu olan "18. Yüzyıl Osmanlı Kahvehanesi". Kupjack 2008'de tamamladığı bu eserde, en yoksunundan en lüksüne tüm Osmanlı kahvehanelerinin barındırdığı inceliklerin detaylarını sunuyor.

Kavukluktaki sikkeden tabureye, sehpadaki nargileden cezvelere kadar minyatür eşyalar, geçmişte kahvehanelerde kullanılan, Kupjack'ın elinden çıkmış şaheserler. Kahve ocağı, duvarlar, sütunlar, tabureler, avizeler bir kuyumcu incelik ve zarafetiyle işlenmiş.

1885'i gösteren San Francisco Dans Salonu ve Barı ise Henry Kupjack'ın anılarında hayat buluyor. California'daki 20th Century Fox Film Stüdyoları'nda set tasarımcısı olan büyük amcası bir San Francisco kovboy barı tasarlamış. Ancak film çekilmeyince, amcası da set için tasarladığı çizimleri babasına göndermiş. Kupjack da bu çizimleri, tüm ayrıntılarıyla bir minyatür oda tasarlamak için baştan düzenlemiş.

"İskender'in Kuşatma Çadırı"nın çatı strük-

türü, orijinali tamamen yok olduğundan tahmini olarak yapılmış. Milattan önce 330 yılından bir kesit sunan eser, dönemin mühendislik alanındaki üstün seviyesini gözler önüne seriyor.

Çadırın mobilyaları, Yunan ve Mısır menşeli vazoların resimleri ve rölyeflerinden kopyalanmış veya adapte edilmiş. Genellikle bronzdan yapılan eşyalar, taşıma ve saklama kolaylığı amaçlanarak portatif olarak üretilmiş. Pek çok askeri malzeme, Pompei'deki ünlü Roma mozaigindeki İskender'den kopyalanmış.

### Hiçbir detay atlanmamış

"Fransız Taşra Yatak Odası" ise 1850'li yıllardan bir kesit. Minyatür oda, duvara gömülerek yerleştirilen yatak köşesi, söveli tavan, kalın taş duvarlar ve kırmızı kiremit zemin olmak üzere Fransız taşra evinin birkaç tipik özelliğini birleştirerek yansıtıyor. "Ptolemy Sarayı'nın Yatak Odası" ise milattan önce 200 yılını gösteriyor. Bu minyatürde klasik Yunan tarzı ve antik Mısır tarzın-

daki büyük objeler görüldüyor.

"Raleigh Tavernası Dauphine Yemek Odası", Virginia kolonilerinin kasabalıları için sevilen bir toplanma yeri olan handan. Oda, Çin'den ithal edilmiş bazı objeler de kullanılarak Kraliçe Anne tarzında dekore edilmiş. Söylentilere göre Bağımsızlık Bildirgesi, devrimin birçok üyesi tarafından bu odadaki masada tartışılmış.

"Blackwell Misafir Odası"nda, 1764 yılında Philadelphia, Pine Street'te inşa edilen Blackwell Evi'nden esinlenilmiş. Odanın üçgen alınlıklı antreleri ve zengin oymaları ile şömine bacası duvarı, 18. Yüzyıl Amerikan mimarisinin önemli örneklerinden.

"Montmorenci Merdivenli Salon" için Kuzey Carolina'da, 1822'lerde inşa edilmiş Montmorenci Malikanesi'nin, desteksiz döner merdiveni model alınmış. Salonun arka duvarında, kanepenin üstünde asılı duran büyük tablo, Catherine Browne'in 1800'lerde yapıldığı bilinen bir portre.

Sergideki tüm eserler detaylarıyla gözlenleri hayran bırakıyor. ■



"Osmanlı Kahvehanesi" (sağda) ve "Montmorenci Merdivenli Salon"daki döner merdiven (solda) tüm detaylarıyla gözler önüne seriliyor.



# Okyanusu aşan sergi:

## “Babil’in Ötesi”

New York Metropolitan Müzesi’nde 2009 yılı Mart ayına kadar açık kalacak olan “Babil’in Ötesi: M.Ö. 2’nci Binyılda Sanat, Ticaret ve Diplomasi” sergisi, DEİK/Türk-Amerikan İş Konseyi’nin ana sponsorluğunda Doğan, Doğuş, Koç ve Sabancı gruplarının destekleriyle Türkiye’den gönderilen tarihi eserler ve dünyanın en eski açık deniz gemisi Uluburun Batığı buluntularıyla, ülkemizin tanıtımı için önemli bir fırsat yaratıyor

**B**inlerce yıldır uygarlıkların beşiği olan Anadolu, içinde antikçağ kültürlerine ait nice hazineler barındırıyor. Asur’dan Babil’e, Antik Yunan’dan Roma’ya, Bizans’tan günümüze dek yüzlerce uygarlığı barındırmış Anadolu topraklarında, tüm bu kültürlerden arda kalanlar birer birer gün ışığına çıkarılıyor. Bu eserlere müzelerin ilgisi artık ülkemizin sınırlarını aşıyor. Son olarak New York’un dünyaca ünlü Metropolitan Müzesi’nde açılan “Babil’in Ötesi: M.Ö. 2’nci Binyılda Sanat, Ticaret ve Diplomasi” sergisine Türkiye’den gönderilen eserler ziyaretçileriyle buluşuyor. Aralarında Anadolu’nun çeşitli bölgelerinden çıkarılan tarihi eserler ve dünyada büyük yankı uyandıran “Uluburun Batığı” buluntularının da bulunduğu toplam 400 parça, Metropolitan Müzesi’nde yerini aldı.





"Babil'in Ötesi" sergisi ilk iki haftada 20 bin ziyaretçi tarafından ziyaret edildi. Sergide Türkiye'den toplam 400 parça tarihi eser yer alıyor.

## Uluburun Batığı

Kaş'ın 8,5 km. güneydoğusunda Uluburun açıklarında yapılan kazılardan çıkartılan kalıntılar, dünyadaki en eski açık deniz gemisine ait. Geç Tunç Çağı'ndan kalma geminin yapıldığı sedir ağacı tarihlenerek M.Ö. 1.300'de batığı tespit edildi.

Boyu yaklaşık 15 metre, eni ise 5 metre olan batığın 20 ton yük taşıdığı tahmin ediliyor. 10 ton bakır ingot ve 1 ton kalay, geminin ana yükünü oluşturuyor. Ayrıca 150 adet Kenan ülkesi yapımı kıl kavanoz, 10 adet pitos, 3,3 ton toplam ağırlığında tek delikli 24 çıpa (bunlardan ikisi 21,9 kg. ve 25,9 kg. ağırlığında olup, büyük olasılıkla geminin demirlemesi için, diğerleri de balast olarak kullanılmaktaydı), tunç aletler, devekuşu yumurtaları, en önemlisi Mısır Prensesi Nefertiti'ye ait olan altın mühür olmak üzere çeşitli mühürler ve heykelcikler geminin kargosunu oluşturuyor. Geminin yine çok ilginç buluntularından birisi ise antikçağlarda kullanılan yazı defteri. Balmumu üzerine sert bir kalemle yazı yazılmasına olanak sağlayan defterden Homeros'un ünlü eseri "İlyada" da söz ediliyor. Uluburun Batığı'nın muhtemel rotasının ise Suriye-Filistin kıyıları ya da Kıbrıs'tan Ege'ye doğru olduğu düşünülüyor.

Uluburun Batığı'nın yapımında sedir ağacı kullanılmış ve kaplama tahtaları "geçme yöntemi" ile birleştirilmiş. Aynı yöntemin, Uluburun'dan bin sene sonra Yunan-Roma gemilerinde de kullanıldığı biliniyor. Bugün yaygın olan "önce iskelet" yönteminin aksine, "önce kabuk" yöntemi ile inşa edilen gemi, önce geminin dış yüzeyi, yani kabuğu inşa edilip, daha sonra içerisine iskeletin eklenmesiyle oluşturulmuş. Uluburun Gemisi'nden daha da öncesine tarihlenen, önce kabuk ve geçme yapım tekniği ile yüzdürülmüş gemilere Eski Mısır'da rastlanmasına rağmen, bu geçmelerin kavelalarla kilitlenmiş olması gemiye bir "ilk" olma özelliği kazandırıyor. ■

## TAİK Yönetim Kurulu Başkanı Haluk Dinçer: "Türkiye'nin tanıtımı için bulunmaz fırsat"

New York'taki Metropolitan Museum of Art'ta 18 Kasım 2008 - 15 Mart 2009 tarihleri arasında sergilenecek "Babil'in Ötesinde: Milattan Önce İkinci Binyılda Sanat, Ticaret ve Diplomasi", DEİK/Türk-Amerikan İş Konseyi'nin ana sponsorluğunda ve Doğan, Doğuş, Koç ve Sabancı gruplarının destekleriyle Amerika'daki kültür ve sanat dünyasının ilgisine sunuldu.

Sergi, Metropolitan müzesinde 2003 senesinde düzenlenen "İlk Şehirlerin Sanatı: Akdeniz'den Indus'a Milattan Önce Üçüncü Binyıl" sergisinin devamı niteliğini taşıyor.

17 Kasım 2008 tarihinde gerçekleşen serginin basın ön gösterimine ABD'nin en büyük gazetelerinden temsilciler ve sanat eleştirmenleri katıldı. New York Times, New Jersey Star Ledger, Design Network gibi yüksek itibar gören yayınlarda, sergiyle ilgili övücü yazılar çıktı. 18 Kasım 2008'de serginin resmi açılış töreni gerçekleştirildi. Bendenizin ve müze başkanının ev sahipliği

ni üstlendiğimiz galaya Türkiye ve ABD'den çok sayıda önemli diplomasi, iş ve sanat dünyası şahsiyetleri katıldı. Toplam misafir sayısı 600'ü aştı.

19 Kasım 2008 akşamı, müzede dünyaca ünlü sualtı arkeoloğu Dr. Cemal Pulak, 300 kişiye Türkiye'de bulunan batıklar üzerine bir sempozyum verdi, bu başarılı organizasyonu yine bir resepsiyon takip etti.

Türkiye'nin tanıtımı açısından sergi gerçekten çok büyük önem taşıyor. Aslına bakarsanız, "Babil'in Ötesi" sergisi bizim için bulunmaz bir fırsat. Her yıl yaklaşık 5,5 milyon kişinin ziyaret ettiği New York'taki Metropolitan Museum of Art'ta 18 Kasım 2008-15

Mart 2009 tarihleri arasında, yaşadığımız toprakların çağlar boyunca sanat, ticaret ve diplomasi'nin beşiği olduğunu gözler önüne sererek, Türkiye'nin tanıtımında büyük fayda sağlayacak.

TAİK'in önemli bir hedefi olan Türkiye markasını ABD'de tanıtmak ve imajını yaygınlaştırmak için Türkiye'deki elverişli iş ve yatırım ortamının, özellikle iş ve kültür turizminin tanıtımını yapmak için bu gibi sergiler büyük önem taşıyor.

Şunu da belirtmek isterim ki, böyle bir serginin New York Metropolitan Museum of Art gibi bir kurum tarafından seçilip kabul görmesi ve hazırlanarak hayata geçmesi onlarca yılı bulan süreçler gerektirir. TAİK'in 2 yıl gibi kısa sayılabilecek bir sürede bu sergiye sponsor olabilmesi ise çok büyük bir başarıdır.





# Eviniz ne kadar akıllı?

Eviniz siz eve gelmeden kaloriferleri yakıyor, hava durumuna göre oda ısınıp, nemini ayarlıyor, evi davetsiz misafirlerden koruyor mu? Siz yokken beklenmedik bir şeyler olduğunda polisi, itfaiyeyi arıyor mu? Teknolojinin göz kamaştırıcı ürünü akıllı evler, işte bu becerilere sahip. Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Mekatronik Eğitimi Bölümü Başkanı Prof. Dr. Nihat Akkuş, Bizden Haberler'e akıllı evleri anlattı

**A**

rık manzaralı evler değil de akıllı evler konuşuluyor. Nedir akıllı ev?

Akıllı evleri birkaç şekilde sınıflandırabiliriz; teknolojisine göre kontrol edilebilir evler, programlanabilir evler, yapay zekâyâ sahip evler. İlk sıradaki evlerde ısı, nem gibi özellikler sadece kontrol edilebiliyor. Programlanabilir evlerde ise bir adım öteye gidiyoruz, “şöyle olmasını istiyoruz” gibi şartlar ortaya koyuyoruz ve sistemin o şartlara uymasını istiyoruz. Örneğin evin ısının belli bir dereceye ayarlanması... Yapay zekâyâ sahip evler ise verili bir takım şartları kendi içinde optimize ederek, en iyi koşula, en kestirmeden gidebiliyor. Örneğin gece ve gündüze göre ısıyı kendisi düzenliyor.

**Bu, insanlara hizmet eden ev anlamına mı geliyor?**

Bize hizmet eden bir ev istiyoruz. Uzaktan kumanda var, televizyonu açıp kapatıyor, elektriğin şiddetini ayarlıyor, evin ısınıp ayarlıyor. Bu, tamamen konfora yönelik bir şey... Güvenlikte etkin ev de akıllı ev aslında. Örneğin kameralarla giriş çıkışları kontrol edebilme, hareket eden cisimleri algılayabilme... Özellikle hırsızlıklara karşı bir önlem sağlıyor. Yine görüntü işleme çok önemli bir teknoloji, kapının önünde kamera yüzünüzü tanıyor, kapıyı otomatik olarak açıyor ya da açmıyor. Bilgisayarlar



artık parmak iziyle çalışıyor, bu akıllı evin giriş kapısında anahtarı ortadan kaldırıyor. Keza yine aynı amaçla kullanılan ve parmak izi gibi ayırt edici bir unsur olan göz izini tarayan teknoloji. Bu da evlerde mutlaka kullanılacak.

**Akıllı evler otomasyona mı dayanıyor?**

Otomasyon aslında ilginç bir konu. İlk akla gelen fabrika otomasyonu da olsa, özünde yatan şey kontroldür. Kontrol eğer bir şekilde yapılabiliyorsa, iş araçlarına yapılabildiği gibi evlere de yapılabilir. Evler ağırlıklı olarak en çok zamanımızı harcadığımız yerle-

rin başında geliyor. Evlerde insan doğal olarak konforu arar. O konfor içinde de neyi, daha az işgücüyle, daha rahat elde ederse o kadar iyidir. Teknolojideki gelişmelerle günden güne kendi kendine hareket edebilen, insanın komutuyla ya da insandan bağımsız olarak bazı şeyleri yapabilen birçok şey bize her zaman güzel gelmiştir. Özellikle elektronikteki gelişmelerin bilgisayara aktarılmasıyla birlikte kontrol teknolojilerinin elektronik olarak yapılması bize inanılmaz bir avantaj sağladı. Buna bağlı olarak özellikle 1970’li yıllardan başlayarak hızlı bir gelişme oldu.



### Türkiye’de bu teknolojilere pratik olarak ulaşmak mümkün mü?

Bu teknolojiler evlerimize geliyor aslında, belki daha çok pahalı evlere. Bize daha çok piyasadaki şirketlerin, yurtdışından getirdikleri teknolojilerle geliyor. Bunlar daha varlıklı kesimin kullandığı özel evlerden başlıyor. Şu anda otomasyonun en güzel uygulamaları Çırağan Palas gibi önemli otel ve restoranlardaki havalandırma sistemleri. Bunlar havayı nokta nokta kontrol edebiliyor. Nem, sıcaklık, basınç gibi sensörlerle o noktaları insan için yaşanabilir hale getiriyor. O anlamda baktığımızda programlanabilir evler statüsüne soktuğumuz evleri, artık Türkiye’de orta gelir grubunun biraz üzerindeki kesimin yerleşim yerlerinde kullanabiliyoruz.

### Mesela Türkiye’deki bütün evler akıllı biçimde aydınlatılsa enerjideki tasarruf ne kadar olabilir?

Bunun tam bir hesabını çıkarmak parametre çok fazla olduğu için güç ama bir yaklaşımda bulunabiliriz. Tasarruf dünyayı tüketmemek için en önemli şeylerden biri. Üretmek önemli ama ürettiğimizi iyi kullanmak da önemli. Böyle düşününce ekolojik evlerde tasarrufa büyük önem veriliyor. Biz ne tasarruf edebiliriz dersek, bir kere çok yoğun kullanılan elektrik enerjisi, gaz gibi tüketimlerin tasarrufu çok önemli. Buralarda kısmi hesaplar yapılmıştır ama bütün bir rakam yok. Bugün dünyada satılan pek çok şeyin üzerindeki etiketlerde dahi yüzde 20-30 tasarruftan söz ediyor, bunu testlerle kanıtlandığını yazıyor. Bu çok önemli bir şey. Bunu hem parasal yönden hem de araç gereç yönünden, üretmek ve doğayı tüketmemek yönünden ele aldığımızda inanılmaz güzel bir noktaya geliyoruz. Bu nedenle akıllı evler lüks olmamalı, kullanımını teşvik edilmeli.

### Yaygın bir örneği var mı?

Apartmanlarda sensörlü lambalar var, hızla

yayılıyor. Bu sistem her kata geldiğinizde o katın lambasını yakıyor. İçeride birisi hareket edince haber veriyor ve sadece bir anahatı açıyor. 15 katlı bir apartmanı ele alalım. Eski sistemde bunu üçe bölerler, beş katta bir otomatik lamba söner, yeniden yakılır. Her zaman o beşte biri kullanılırken, dört kat boşuna yanar. Bu sensörde sadece biri kullanılır. Sadece gerektiği kadarını kullanırsınız, yüzde 80 gibi inanılmaz bir tasarruf. Sizi hiçbir şekilde karanlıkta bırakmadan kat kat kullanıyorsunuz.

### Mekatronik nedir?

Son zamanlarda popüler bir konu. En basit tanımıyla mekatronik, mekanik sistemlerin elektronik devrelerle kontrol edilerek otomasyon haline getirilmesi olarak anlatılabilir. Elektronik bilgisayar ile mekanik sistemlerin bir araya getirilip kontrollü otomasyon sistemlerinin ortaya çıkarılması, 1990’lardan sonra dünyada hızla gelişmiş bir disiplin. Robot dediğimizde kendi başına birtakım işleri yapabilen makineleri anlıyoruz. Robotlar mekatronik içinde önemli bir yer tutuyor. İnsanı üretimden çok planlamada kullanmaya çalışan bir disiplin dalı.

### Bu bölümde kimler eğitim alıyor?

Burası meslek liselerinden öğrenci alan bir okul. Teknik Eğitim Fakültesi’ne bağlı bir bölüm. Önceki yıl 530 öğrenci aldık. Mühendislikten de öğrenci alıyoruz, çünkü tasarım, imalat yönüyle mühendisliğe yakın. Ancak bu bölümlerin meslek liselerinde hızla açılmasıyla orada hocalara ihtiyaç doğdu. Meslek liselerinde makineleri başarı ile kullanabilin ve bunu öğrenciye pratikte öğretebilen hocalara ihtiyaç var. Teknik eğitimler içinde de bu derece donanıma sahip tek bölüm burası.

### Koç’un Meslek Lisesi Memleket Meselesi kampanyası sizi etkiledi mi?

Koç’un yaptığı kampanya son derece önem-

li. Türkiye için son derece geç kalınmış bir konuyu ön plana çıkarması açısından çok önemli. Yıllarca meslek liselerine önem verildi belki, ama harekete geçilmedi. Biz Koç’un o kampanyasını, desteğini sesimizi duyurması açısından çok önemsedik. Vereceği destek bizzat faydalı, ama onun dışında basına, televizyona çıkıp insanlara bir şeyleri anlatarak çok büyük fayda sağladı. Böyle bir şeye ihtiyaç vardı ve büyük bir hizmeti yerine getirdi. Kesinlikle meslek liselerine olan ilgi arttı. Çok ilgi olunca başvurular da artıyor. Daha iyi öğrencileri seçip alabiliyorsunuz ve onları daha üst seviyede mezun etme imkânı buluyorsunuz. Sanayideki işgücü iyi eğitilmiş, işini daha iyi yapan bir nitelik kazanıyor. Bu, üretimde çok etkili. Ve biz imalatçı bir ülkeyiz. Daha ileriye gitmemizin başka hiçbir yolu yok. ■

### Prof. Dr. Nihat Akkuş kimdir?

Yüksek lisansını Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü’nde ve doktora eğitimini Tokyo Metropolitan Üniversitesi’nde tamamlayan Prof. Dr. Nihat Akkuş, çok sayıda yüksek lisans ve doktora tezine danışmalık yaptı. Prof. Dr. Akkuş, hâlihazırda Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi Mekatronik Bölüm Başkanlığı görevini yürütüyor.



# MELİS SEZER: “Başarı, kişinin hedefine ve isteğine bağlı”

15 yaşındaki tenis oyuncusu Melis Sezer, Club Istanbul Tennis Academy'ye çağrıldığında, junior kategorisinde dünya sıralamasında 1040. sıradayken, ünlü antrenör Gavin Hopper'la çalışmaya başladıktan sonra basamakları hızla çıkmaya başladı. Şimdi dünya sıralamasında ilk 160 tenisçi arasında

**T**enis oynamaya kaç yaşında ve nasıl başladınız?

Tenis oynamaya beş yaşında başladım. O zamanlar ablam tenis oynuyordu, ben de onunla turnuvalara gidiyordum. Tenise ondan özenerek başladım. İlk olarak İzmir Tenis İhtisas Kulübü'nde tenis oynamaya başladım. Sekiz yaşında Karşıyaka Spor Kulübü'nden lisansımı aldım ve ilk turnuvarımı onların lisansı ile oynadım.

**Ailenizle İzmir'de yaşıyordunuz. İstanbul'a nasıl geldiniz?**

Club Istanbul Tennis Academy beni İstanbul'a çağırdı. Benim için Avustralya'dan dünyaca ünlü bir antrenör olan Gavin Hopper'ı getirdiler. O olmadığı zamanlarda ise yine iyi bir antrenör olan David Gaves ile çalışıyorum. Club Istanbul Tennis Academy'ye geldiğimde, junior kategorisinde dünya sıralamasında 1040. sıradayken, başantrenör Hopper'ın çalıştırma-ya başlamasıyla sıralamadaki yerim hızla değişti. Kısa bir süre sonra ilk 500 tenisçi arasında yer aldım. Birkaç ay önce de dünya sıralamasında ilk 160 tenisçi arasına girdim.

**Gavin Hopper'dan söz eder misiniz?**

Dünyanın en önemli tenis hocalarının başında gelen Avustralyalı Gavin Hopper, daha önce dünya sıralamasındaki ünlü raketlerden Monica Seles, Jennifer Capriati, Venus ve Serena Williams kardeşler, Lleyton Hewitt ve Mark



Philippoussis gibi birçok ünlüyü çalıştırmıştı. Hopper'ın bana inanılmaz katkısı vardı. Benim, dünya sıralamasında ilk 100 tenisçiden biri olabilecek yetenekte olduğuma inanmamı sağladı.

#### **Çalışma temponuzu anlatır mısınız?**

Tenise daha çok konsantre olmak için bu yıl lise eğitimime dışarıdan devam etmeye karar verdim. Bu sayede son birkaç aydır haftanın altı günü yoğun olarak tenis çalışabiliyorum. İki saati sabah, iki saati öğleden sonra olmak üzere günde 4 saat tenis çalışıyorum; günde iki saatimi de kondüsyona ayırıyorum.

#### **Aileniz de sizi destekliyor kuşkusuz...**

İstanbul'da annemle birlikte yaşıyorum, babam ablamla birlikte İzmir'de. Hem babamın işi orada hem de ablam orada okuyor. Ailem benim için her türlü fedakarlığı yapıyor ve bana hep destek veriyor. Mesela annem sırf benim için burada yaşamaya başladı. Bunlar çok kolay şeyler değil aslında. Onların hep yanımda olmaları, destek vermeleri benim en önemli motivasyon kaynağım. Onları düşünmek ve endişelenmek zorunda kalmıyorum. Bu sayede de sadece tenise konsantre olabiliyorum.

#### **Hindistan'da katıldığınız turnuvalardan önemli başarılarla döndünüz. Ama tam da terör saldırılarının olduğu sırada oradaymışsınız...**

Evet, Hindistan'a iki turnuvaya katılmak üzere gittim. Hindistan turum biraz maceralı geçti. İlk turnuva Yeni Delhi'deydi. Oradayken Mumbai'deki olaylar gerçekleşti. Olayları hep takip ettik, çünkü ikinci turnuvarımız Mumbai'deydi. Ve karşılaşmaların yapılacağı yer, saldırıların yapıldığı yere çok yakındı. O yüzden ailem çok endişelendi. Gerek akademi ekibi gerekse ailem, Türkiye'ye dönmemi söylediler. Ancak benim bu turnuvayı oynamam gerekiyordu, kendime çok inanıyordum. Hedeflerim için bu turnuvaya katılmam gerekiyordu. Sonuçta herkesi ikna ettim ve onlar da bana destek oldular. Hindistan'a Hopper'ın yardımcı koçu David Gaves ile gittim. Finalde kazak rakibimi 6/3 ve 6/4 gibi skorlarla geçerek şampiyonluk kupasını aldım. Yarı finalde ise turnuvarın bir numaralı seribaşı ve ITF sıralamasında dünya 95'inci olan rakibimi 6/1, 6/0'lık skorlarla geçebildim. Sonuçta bu turnuvalardan bir birincilik, bir de ikincilikle döndüm.

#### **"Rekabet ortamı olmamasının eksikliğini çekiyorum.**

**Türkiye'de benim yaşımda kaç tane profesyonel tenisçi var, bilmiyorum. Belki bu yıl çıkabilir. Ama bildiğim kadarıyla şu anda yok"**

#### **Dünyada örnek aldığınız tenisçi kim? Türkiye'de rakibiniz var mı?**

Elena Vyacheslavovna Dementieva'yı oyunu ve karakteriyle örnek almışım. Ülkemizde tenis sporunun henüz yeterince önemsenmediği için yaygınlaşamadığını düşünüyorum. Türkiye'de profesyonel anlamda tenisçi olmayı hedefleyen daha çok kişi olmasını isterdim. Ancak o zaman insanlar birbirini yukarıya çekmeye başlar ve tenis önem kazanabilir, yaygınlaşabilir. Rekabet ortamı olmamasının eksikliğini çekiyorum. Türkiye'de benim yaşımda kaç tane profesyonel tenisçi var, bilmiyorum. Belki bu yıl çıkabilir. Ama bildiğim kadarıyla şu anda yok.

#### **Yurtdışındaki çalışma şartlarıyla Türkiye'dekiler arasında ne gibi farklar var?**

Aslında benim için pek bir fark yok. Bizim de şartlarımız yeterince iyi. Bana göre her şey kişinin kendisinde bitiyor. Başarı, kişinin hedefine ve isteğine bağlı.

#### **Maç öncesi heyecanını nasıl yaşıyorsunuz?**

Bence hiç heyecan olmaması maçı hiç umursamadığın anlamına gelir. Aşırı heyecanlı olmak ise strese sokar. Bu da iyi bir şey değil, kondüsyonu olumsuz etkiler ve gerekli performansı gösteremezsiniz. Abartılı olmamak kaydıyla heyecan iyi bir şey.

#### **Profesyonel tenisçi olarak, en fazla kaç yaşına kadar oynatabilir?**

Teniste junior kategorisi 18 yaşına kadar sürüyor. Ondan sonra ise profesyonel anlamda tenis en fazla 35 yaşına kadar oynatabilir. Ama bu yaş sınırı kişiye göre değişebiliyor. Ben bu işi sonuna kadar götürmek istiyorum. Profesyonelliğim bittikten sonra bile tenis oynamaya devam edeceğim. Benim ailemde de herkes, annem ve babam da dahil olmak üzere tenis oynuyor. Profesyonel tenis

oyunculuğum bittikten sonra belki antrenör olabilirim. Çünkü o yaşa kadar çok tecrübe edinmiş olacağım.

#### **Bundan sonraki hedefleriniz neler?**

Bundan sonraki sonraki ilk hedefim ITF Uluslararası Tenis Federasyonu junior kategorisinde ilk 100'e girmek. Daha sonraki amacım da dünyada ilk 100 tenisçi arasına girerek Grand Slam Junior'da yarışmak. Bugüne kadar Grand Slam'da oynayan bir Türk sporcu olmadı. Orada oynayan ilk Türk olmayı çok istiyorum. Wimbledon'da oynayan ilk Türk tenisçi olmak ise en büyük hayallerimden biri.

#### **Karşılaşmalar ve antrenmanlar dışında kalan zamanda neler yapıyorsunuz?**

Tenis antrenmanları dışında kalan zamanda, derslerime ağırlık vermeye çalışıyorum. Sosyal hayatıma da çok önem veriyorum. Arkadaşlarımla sürekli görüşüyorum. Ama bunların hepsi tenise bağlı olarak geliyor. Tenis hep ön planda. ■

#### **"Melis asla vazgeçmiyor"**

Melis Sezer'in antrenörlerinden David Gaves, Club İstanbul Tennis Academy'de hoca. Melis'i yıllardır tanıdığını ve geçtiğimiz ağustos ayından bu yana birlikte çalışmaya başladıklarını belirten Gaves, Melis'in junior kategorisinde kendisinden yaşça büyük sporcular karşısında bile önemli başarılar elde ettiğini vurguluyor. Melis'in Wimbledon'da yarışma rüyasının gerçekleşme olasılığının ne kadar olduğunu sordüğümüzda ise şunları söylüyor: "Wimbledon'da yarışmak bütün tenisçilerin rüyası. Bu sene lise eğitimine ara verdi, daha doğrusu dışarıdan bitirmeye çalışacak. Bu sayede kendisini tamamen tenise verebilecek. Eğer şu andan itibaren beş ay boyunca çok yoğun ve gerçekten çok zorlu bir çalışma yaparsa önümüzdeki Wimbledon turnuvalarına katılabilir. Ama daha gerçekçi düşüncecek olursak 2010'daki Wimbledon'a katılma olasılığı daha fazla. Şu anki hedefimiz Melis'i dünya sıralamasında ilk 120 arasında sokabilmek, Hindistan'a tekrar gidecek olmamızın nedeni de bu. Performansı, ilk 120 hedefini yakalayacak sağlamlıkta. Gelecek yıl ise Avustralya'daki dünya kupası karşılaşmalarına katılmayı hedefliyoruz. Tabii şans da çok önemli, zira milyonlarca faktör var. Ama Melis'in çok güçlü olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim, asla vazgeçmiyor."



# “Floridalı sürücüye sordum: Neden Ford Transit Connect kullanıyorsun?”

Hem ekonomi hem otomotiv programcısı şapkasıyla sorularımızı yanıtlayan NTV'nin gülen yüzü Celal Pir, topyekûn hareketle ekonomik krizin üstesinden gelineceğini söylerken, otomotivde Koç Topluluğu'nun katkısını övdü: “Florida’da bir Ford Transit Connect’i durdurduk. Sürücüsüne aracı neden seçtiğini sorduk. Ford ile çok iş yapıyormuş. Bayiden ‘yepyeni bir araç geldi’ diyerek binbir övgüyle önermişler, çok memnunmuş”

**N**TVSpor kanalıyla ilişki-  
nizden başlayalım...

Tematik bir kanal olarak NTVSpor, 2008 yılında grubun yeni markası oldu. Herhangi bir futbol maçı yayınlamadan reytinglerinde sıçrama yaşayan bir kanaldı. Bu kanalda başlangıçta ben de görev aldım. Halen de sporla ilgili program yapmak istiyorum ama malum, zaman bir yerde bizim düşmanımız. Bu aralar daha çok NTV’ye yoğunlaşıyorum. “Yakın Plan” programına konsantre oldum. Özellikle yaz aylarında açık hava çekimlerimizi Rahmi Koç Müzesi’nde gerçekleştirdik. Muhteşem bir yer gerçekten. Sürekli yeni bir şeyler ekleniyor ve Türkiye’de eşi olmayan bu müze, sürekli geliyor. Çocuklarımı da götürdüm, bayıldılar.

**“Ekonomi Ekranı” ismiyle yeni bir programa başladınız. Amacınız ve farklılığınız sizce nedir?**

Yılbaşı yaklaşırken ekonomi televizyonculuğundaki yaklaşım şöyleydi; “Kriz var”. Evet var, kimse yok diye-  
mez. “Peki ne olacak?” Söylenen hep şu, “Çok kötü olacak”. İyi de, sahiden ne olacak? Biz bunu anlatalım, ama anlatırken kuru kuruya rakamlar vermek dışında ortaya farklı ama somut bir şeyler koyalım istedik. Sabah, öğle ve ak-

şam kuşağında yayınlanan programın akşam bölümünü üstlendim. Nasıl ki biz ailemizle, şirketimizle konuşurken açık açık konuşuyoruz, o açıklıkta konuşup insanlara ekonomiyi anlatmak, aklımıza gelenleri fütursuzca sergilemek istiyoruz. Yaşam koçluğundan tutun da, kadınların günlerine kadar! Ama piyasalardaki rakamları da es geçmeden tabii... Rakamların neden oynadığını değerlendiriyoruz, somut önerilerde bulunuyoruz. Kriz dönemleri çok az insanın para kazandığı dönemlerdir. Genel çoğunluk servetlerini korumaya,

zararlarını azami seviyede tutmaya çalışır. Bizim amacımız onlara farklı bir görüş açısıyla ışık tutabilmek.

**Bir ekonomi uzmanı olarak Celal Pir, bugünü nasıl değerlendiriyor?**

Krizi görmezden gelemeyiz. Ama çok kötümser değilim. Bu kriz bizim hatalarımızla ortaya çıkan bir süreç değil. Global bir sorun var, bizden kaynaklanmıyor. Partnerlerimizin bize vaat ettikleri geleceği sağlayacak desteği birden kesmesiyle ortaya çıkan bir durum. Burada en masum olan herhalde Türk iş







dünyasıdır. Ama bu masumiyet onlara bir katma değer olarak geri dönüş yapmıyor. Bunu işbirliğiyle aşmak lazım. İş dünyası, bankacılık çevreleri ve hatta hükümet, ne yaparlarsa yapsınlar bu sıkıntılı sürecin altından tek başına kalkamazlar. Topyekûn bir hareket lazım. Ne mutlu ki bundan 10-15 sene öncesine göre çok daha örgütlüyüz. Sadece bu örgütler arasında iletişim kanallarının açık ve canlı tutulması lazım. Türk insanının girişimci ruhunun tetiklenmesi gerekli. Topyekûn işbirliğiyle sorunun kaynağına inmek gerekir.

Ekonominin temel bir kuralı vardır: Hiçbir şey dikine doğru yukarı çıkmaz, iner çıkar, iner çıkar. Bu bir devinimdir. Dünyü düşünerek krizi çözemeyiz, geleceği düşünmeliyiz. Güney Afrika'da öğrendiğim bir söz var, "Gezen tavşan, yatan aslandan kıymetlidir" diyorlar. Ahla vahla zaman öldürmemeliyiz. Mutlaka alternatif çıkışlar yapabilmeliyiz. Yapabileceğimiz başka işleri de düşünmeliyiz. İnsanların neye ihtiyacı var, bunu tespit edip onlara göre üretim yapabiliriz. Eskiden ihracat yaptığımız ülkeler artık istemiyor mu, o zaman başka pazarlara yönelebilmeliyiz. Birilerinin harekete geçip ihtiyaçları belirlemesi ve belki şimdiye kadar yaptığı işlerden farklı olarak onlara yönelmesi lazım. Ekonominin kuralı bu. Bunu en rahat yapabileceğimiz sektörler-

den biri de otomotiv. Altyapımız hazır, yetişmiş insan gücümüz çok iyi seviyede.

#### **Otomobil programınızla sektörün kalbini dinlediğinizde neler duyuyorsunuz?**

Otomobil müthiş güzel bir şeydir. Türkiye olarak özellikle hafif ticari araç sektöründe müthiş akıllı adımlar attık. Tofaş'ıyla, Ford'uyla çok güzel işler yaptık. Yepyeni tasarımlar, formatlar geliştirip ana firmaya kabul ettirdikten sonra dünya çapında üretimler yapabildik. Binlerle, yüz binlerle ifade edilen ihracat rakamlarına eriştik. Bu konuda kendimizi ispat etmiş durumdayız. Koç Grubu gibi uluslararası çapta üretimler yapan şirketlerimizin bu ekonomik krizi az hasarla atlattması, doğru ve yerinde önlemler alması beni çok mutlu ediyor. Bindiği gibi otomotiv, endüstrinin en temel çarklarından birisi. Koç Grubu'nun ürettiği otomobillerle sadece Türk ekonomisi değil, dünya ekonomisi üzerinde etkisi var. Dünyanın herhangi bir yerinde Koç Grubu'na ait fabrikalarda üretilmiş otomobiller görmekten büyük mutluluk duyuyorum. Geçen yıl Amerika'da, Florida'da Saffet Üçüncü ile bir aracı durdurduk, Ford Transit Connect kullanıyordu. Sürücüsüne aracı neden seçtiğini sorduk. Ford ile çok iş yapıyormuş, kendi firması için çok araç satın alıyormuş. Ona bayiden "yepyeni bir araç geldi" diyerek bin bir övgüyle önermişler, çok memnunmuş...

#### **TV programınızda otomobil kültürümüzdeki sıkıntılardan yakınıyorsunuz...**

Son dönemde otomobil programımız "0-100" sayesinde trafik kültürüne konsantre olmuş durumdayım. Otomobillerle yattırıyor, otomobillerle kalkıyorum, desem abartmış olman. Test sürüşleri yapıyoruz, motosikletler ve deniz araçları kullanıyoruz. Rahmi Bey'in RMK Marine şirketi var, onu da takip ediyoruz. Otomobil denince artık dünya ekonomisinde bizim de yerimiz var, sözümüz geçiyor. Bu, Türkiye için büyük bir aşama. Ama burada özellikle belirtmek istediğim bir şey var: Güzel otomobiller üretiyoruz, tasarımlar yapıyoruz, mühendisliğimiz ileri aşamada; ama o tasarım ve üretim aşamalarında ortaya konan bütün kalite ve özen anlayışı, ne yazık ki o araçlar sürücülerin eline teslim edilip yollara çıktığında devam etmiyor.

#### **Sizi en çok ne rahatsız ediyor?**

Trafik kültürümüz ne yazık ki, çok kötü seviyede. Yollarımız, trafik bilginiz, aklımız, mantığımız trafikte gerçekten çok kötü. Düşünün ki bir yaya, kaldırımdan ayağını yola attığında kimi araç sürücüler, otomobili yayanın üzerine doğru sürebiliyor! Kimse esas olanın insan olduğunu, kullandıkları otomobil ya da her neyse, sadece bir araç olduğunu aklına getirmiyor. Bırakın Avrupa'yı, Amerika'yı, örneğin soydaşlarımızdan konuşursak, Kıbrıs'ta bile, geçmişlerindeki kolonyal kültür nedeniyle bu saygı anlayışı hâkimdir. Kaldırımdaki yaya, yola ayak bastığı anda trafik durur. O da Türk, bu da Türk! Bizim yasalarımızda ya da eğitim sistemimizde bir eksiklik var. Bu bence çok önemli bir sorun. Otomobil kullanmak, kendinden kat kat güçlü bir araca hâkim olma yeteneği, iradesi ve ahlakı gerektirir. 100, 200 beygir gücünde bir makineyi alıyorsun, onu sevk ve idare ediyorsun. Yapacağın en ufak bir hata, kimi zaman onarılmayacak büyük zararlara, facialara neden oluyor. TV programımızda şunu gördük, teknik olarak, tasarım, üretim aşamalarında dünyayla baş edebilecek düzeydeyiz. İstesek kendi markamızı bile üretebiliriz. Yaptığımız araçlar Türkiye için değil, dünya pazarları için. Ama bu kalite ve özenin yaşamımızın içinde de olması gerekiyor. Aynı özeni evden işe giderken, eğlenmeye giderken ya da kasamızda bir yük taşıırken de göstermeliyiz. Sürücülerin sorumluluk bilincine kavuşturulması gerekiyor. Bu gerçekten çok önemli bir sorun. ■



# 2009'dan neler bekliyorlar?

**S**evgili "Damdaki Mizahçı" dostları, yeni bir yıla adım attığımız şu günlerde bulunduğum damdan aşağıya mikrofonu uzattım ve insanlara ve hatta kendime 2009'dan neler beklediklerini sordum, bakın neler neler dediler...

## Şehsuvar Endeks (İşadamı):

2009'da her yanıma sarmış olan global krizin yanımdan asimetrik paralel geçmesini bekliyorum. Asimetrik paralelin yanı sıra ritmik jimnastik ya da kulplu beygirle bir geçiş de olabilir. Yaa, ben neler diyorum böyleee?.. Psikolojim çok bozuldu tabii... Nerde düşen bir yaprak görsem, onu bizim hisse senedi zannediyorum kardeşim. 2009'da çocukluğuma dönme zamanım geldi sanırım doktor bey...

## Lebibe Binbirdiyet (Diyet kadını):

2009'a tam gireceğimiz günlerde yumurtanın zararlı olmadığı söylendi. Oysa ben zararlı diye yıllardır ne rafadan, ne de kartı halde tek bir yumurta yemiyordum. Günlük tutuyordum ama günlük yumurtayı tutmuyordum. Hatta kolesterolüm artacak diye biriyle şöyle karşılıklı yumurta tokuşturmayalı yıllar oldu. "Menemen"i

sadece İzmir'de bir ilçe zannediyordum. Bu haberle kolesterol dengem bir anda altüst oldu. 2009'da profiteroldeki kolesterolün de az çıkması ihtimalini heyecanla bekleyeceğim...

## Abdürrezzak Kıpırmızı (Futbol hakemi):

2008 yılında yönettiğim maçlarda kale çizgisini geçen 5 topu gol saymamıştım. Yanlışlıkla 14 sarı, 9 kırmızı, 7 kredi kartı, 3 tane de kimlik kartı göstermiştim. Kredi ve kimlik kartları, fazladan yanlışlıkla gösterildi tabii. Bütün kartları aynı cebe koyma dedim bizim hanıma kaç kere ama her defasında aynı şeyi yapıp beni zor durumda bırakıyor. 2009 yılından neler bekliyorum... Şöyle iptal edeceğim güzel goller bekliyorum. Sonra bir sürü faul, bir sürü kart, bir sürü dert... Bırakıcam sonunda bu futbolu ama daha gencim, biraz daha kartlaşıım diyorum...

## Bihter Kanaltedavisi (Dizi seyircisi):

Ay valla, ben 2009 yılından yerli dizilerin süresinin biraz azalmasını bekliyorum. Yani bu bir yıldan beklemek ne kadar doğru bilemiyorum, ama bekliyorum. Çünkü 1 saat eski bölümün özeti, 2 saat de yeni bölüm filan derken ne yemek ya-

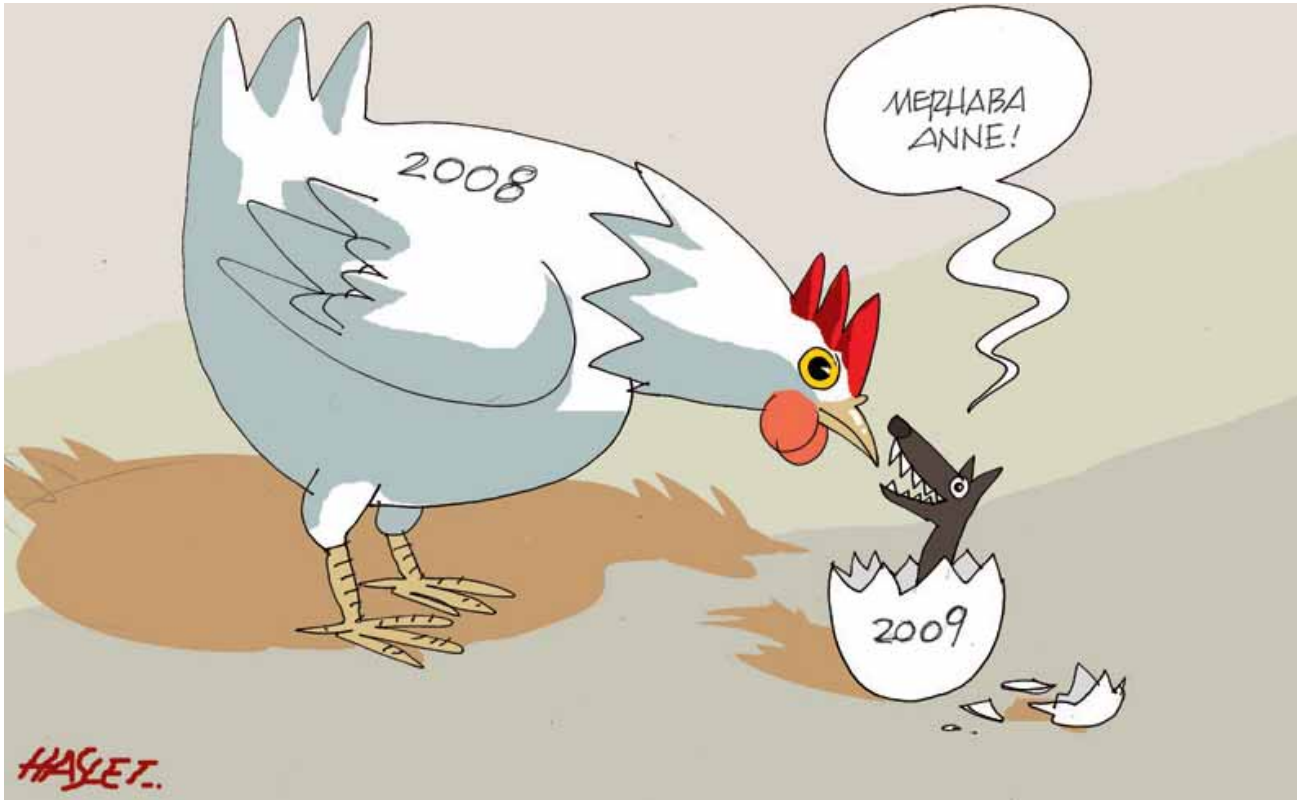
pacak zaman kalıyor, ne çamaşıra, ütüye sıra geliyor... Ayrıca çocuklarımı ve eşimi de çok özledim. Çocuklar başka bir odada sürekli çizgi film, eşim de futbol izlediği için 2008'de pek görüşme fırsatımız olmadı. Umarım 2009'da evdekilerle daha çok görüşme fırsatım olur.

## George W. Bush (Eski başkan):

Yok artık benim için Beyaz Saray... Beyaz Saray'ın o hareketli günlerinden sonra, 2009'da var artık evimde daha sakin bir yaşam...Yapmak istediğim şu; terliğimin tekini atıcam, köpeğim onu bana geri getirecek...Bu kadar basit! Geçen gün denedim bile. Terliğimin tekini fırlattım, köpeğim onu getirecek diye öylece beklerken, terliği kafama yedim!.. Köpek bana niye kızdı ki, onu da anlamış değilim!

## Cihan Demirci (Damdaki Adam):

2009'da mutluluklar, neşeli ve keyifli anlar bizlere teğet geçmesin. Gülmek her gün aldığımız en iyi vitaminimiz olsun. Psikolojimiz bunca yıl sonra bizi çocukluğumuza dönmek durumunda bırakmasın. İyi kolesterolümüz artsın, eksilmesin ve tabii en önemlisi hakkımızda ama ülkemizi düşünecek olursak daha da çok "aklimızda" hayırlısı olsun!.. ■





## *Bonjour İstanbul!*

Fransa'nın dünyaya takdimi sürpriz tat macaron,  
en orijinal tadı ve formuyla Paris, New York, Tokyo ve Londra'dan sonra  
**şimdi İstanbul'da...**

Divan'ın Fransız şefleri sizin için üretti!  
Nefis tadıyla damaklara,  
cıvılcıvı renkleriyle depresyona iyi gelen macaronlarla,  
hem kendinizi hem de arkadaşlarınızı şımartın!  
Tüm Divan Pastaneleri'nde...



# FİDANBAĞIŞLARINIZÜLKEMİZİÇİN YENİ YIL HEDİYENİZ OLSUN!

YAPI KREDİ BANKASI // 332-82353352



ÜLKEM İÇİN!

DÜŞÜNMEYE VE ÜRETMEYE DEVAM...

[ulkemicin.koc.com.tr](http://ulkemicin.koc.com.tr)