

# NetBÜLTEN

AGUSTOS 2014 \*NETBÜLTEN\*

SAYI: 76

**30 AĞUSTOS ZAFER BAYRAMINIZ KUTLU OLSUN**



**“Hiç bir şeye ihtiyacımız yok. Yalnız bir şeye ihtiyacımız vardır; çalışkan olmak!”**

**Mustafa Kemal ATATÜRK**

## YÖNETİMDEN

**Merhaba**

### YÜKSEK PAZAR PAYI DÖNEMİ SONA ERİYOR

Yazımın başlığını biraz farklı seçtim . İstedim ki çalışanlarımız ile birlikte değer yaratılması konusundaki tecrübelerimiz ve öngörülerimizi paylaşayım. Geçmişte “karlılığa ulaşmanın yolu”nun yüksek pazar payından geçtiği sanılıyordu. Bu nedenle yöneticiler, bunun aynı zamanda otomatikman büyüme getireceğini düşünüyorlardı. Yaşanan tecrübeler ve zarar üreten büyüme, şimdi bu trendi tersine çevirdi. Bütün dünyada “karlı büyüme” yaklaşımı yayılıyor. Dünyanın dört bir yanında başta teknoloji, perakende ve bankacılık olmak üzere şirketler kar odaklı ve hisse değeri yaratacak stratejilerin peşinde. Bir dönem sadece Türkiye’de değil, bütün dünyada müşteri sayısı, ciro ve büyüklük hedeflerine odaklandılar. Özellikle 1999-2001 yılları arasında, başta Telekom ve teknoloji şirketleri olmak üzere, abone-kullanıcı sayısı artırımına yönelik stratejiler geliştirildi. Büyük paralar harcanarak yeni müşteri almanın yolları arandı. Aynı dönemde, karsız ya da sıfır karla da olsa,

cirolarını artırıp, pazar paylarını yukarı çekmeye dayalı politika uyguladılar. Ancak, son dönemde “pazar payını” artırma yerine, karlı büyüme stratejisi öne çıkıyor. İrili ufaklı çok sayıda şirket yönünü bu tarafa dönmeye başladı. Örneğin, A&P, yıllarca Amerika’da pazar payı en yüksek süpermarket zinciri olarak anıldı. Buna rağmen, kârlılık düzeyi oldukça düşüktü. IBM, Sears, General Motors gibi dev şirketlerin 1980’li yıllarda, küçük ölçekli rakiplerine göre daha kötü sonuçlar elde ettiği biliniyor. Procter&Gamble, AT&T ve Toshiba gibi şirketlerin ise uzun yıllar düşük hissedar değeri yaratmaları dikkat çekti. Hatta, 1995’ten bu yana hissedar değerine ciddi zarar verdikleri için eleştirildiler. Bu şirketlerin ortak özelliği pazar içinde yüksek paylara sahip olmaları. Oysa tek başına yüksek pazar payı artık işe yaramıyor. Prestijli şirketlerin pazar payı elde etmek için yaptıkları yatırımlar, kârlılıklarını olumsuz etkileyebiliyor. Büyüme stratejisinin verimli olması için sadece kârlı olması da yeterli değil. Aynı zamanda sermaye verimlilik ilişkisinin iyi oturtulması gerekiyor. Şirketin yaptığı yatırımdan daha büyük bir geri dönüş alması önemli bir kriter. Yine de bu geri dönüşün başka yatırım enstrümanlarının getirisinin üstünde olması gerekiyor. Türkiye’de ise yüksek pazar payı hala önem taşıyor. Yine de istikrarlı ve kârlı büyüme adına yapılan çalışmalar da hız kazanmış durumda. Arçelik, Efes Pilsen gibi önemli şirketler bu nedenle yurt dışına odaklanırken, Unilever gibi şirketler marka sayılarında azalmaya giderek farklı bir strateji izliyor. Türkiye’de genellikle pazar payı analizleri cirosal büyüklüğe göre yapılıyor. Oysa dünyada karlılık analizleri ön planda. Özellikle IT sektöründe şirketlerin performansları karlılıklarına göre değerlendiriliyor. 3Com Genel Müdürü Nurper Rodoplu, daha verimli çalışarak daha çok para kazanmanın özellikle 3 yıldır önemli bir hal aldığını söylüyor. Rodoplu’ya göre IT sektörüne 2000 yılına kadar yapılan büyük yatırımlar, önemli büyümeleri beraberinde getirdi. Fakat bunun devam etmesi mümkün olmadı. IT sektörünün hala geleceği çok parlak bir sektör olduğunu söyleyen Rodoplu, “ Yine de 2000 yılında görüldü ki piyasada yapılan yatırımlar kadar büyük bir talep yok” diyor.

Bu gün sektörümüzdeki yaşanan sıkıntının temelinde de talep eksikliği yattığını söyleyebilmek te mümkündür. Çözüm Fark yaratmak tır. Yeterli Talep olmayan bir piyasada. Farklılık yaratmadan çalışmanın da bir anlamı yok.

Bizimde bu dönemde çalıştığımız her projeyi iyi anlayıp Müşteri tarafından ödenmeyen Faturaya dönüşmeyen her iş sürecini yok ederek ilerlememiz gerekiyor. Unutmayın ki müşteri nezdinde her bir çalışan bir aynı zamanda bir pazarlamacıdır. Eğer iş kaybediyorsanız bu proses çalışmıyor demektir.

Önümüzdeki günlerde yeni projelere başlayacağız . temel olarak bilinmesi gereken işin düzgün yapılması ne kadar önemli ise yine o işin satış maliyetlerinin içerisinde yapılmış olmasında o kadar önemlidir. Fark yaratmak işte burada ortaya çıkmalı diye

düşünüyorum. Geleneğimiz gereği Sonucu ne olursa olsun her işi tamamlıyoruz. Ancak verimliliği sağlayamıyoruz. Hedefimiz verimliliği sağlamak olmalıdır.

Sevgilerimle.

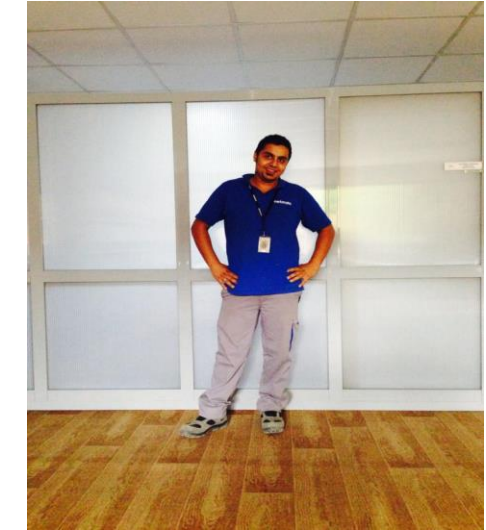
AHMET KURT

Genel Müdür.

## İSG DEPARTMANINDAN



her sorumluluğu yerine getirmeliyiz. Hazırlanan kıyafetler bir yazlık bir kışık sweatshirt ve bir adet pantolon şeklindedir. Kıyafetini giymiş olan birkaç



Merhaba,  
Çalışmalarımız sırasında kullanacağımız iş kıyafetlerimiz hazır! Sizlerden beklenen Ankara Netmon’u temsil ederken kıyafetlerimizden kişisel koruyucu ekipmanlarımıza kadar her alanda özenli davranmanızdır. Bir aile olduğumuzu unutmadan üzerimize düşen her sorumluluğu yerine getirmeliyiz. Hazırlanan kıyafetler bir yazlık bir kışık sweatshirt ve bir adet pantolon şeklindedir. Kıyafetini giymiş olan birkaç personelin fotoğrafları da aşağıda yer almaktadır. Hepinizden aynı hassasiyeti beklemekteyim. İş kıyafetlerinin kişisel koruyucu donanımdan hiçbir farkı yoktur mutlaka kullanmanız gerekmektedir. Sizler kıyafetlerinizi

kullandıkça iyileştirmeler de olacaktır.



## KIRIK CAM TEORİSİ

"Suçlarla mücadeleyi nasıl başardın" sorusuna New York'un efsane Belediye Başkanı Giuliani'nin cevabı şöyle olmuştu. "Metruk bir bina düşünün. Binanın camlarından biri bile kırılrsa, o camı hemen tamir ettirmezseniz, çok kısa sürede, oradan geçen herkes bir taş atıp, binanın tüm camlarını kırar. Ben ilk cam kırıldığında hemen tamir ettirdim. Bir elektrik direğinin dibine ya da

bir binanın köşesine, biri, bir torba çöp bırakın. O çöpü hemen oradan kaldırmazsanız, her geçen, çöpünü oraya bırakır ve çok kısa bir sürede dağlar gibi çöp birikir. Ben ilk konan çöp torbasını kaldırttım." Bir sokağın suç bölgesine dönüşme süreci önce tek bir pencere camının kırılmasıyla başlıyor. Çevreden tepki gelmez ve cam hemen tamir edilmezse, oradan geçenler o bölgede düzeni sağlayan bir otorite olmadığını düşünüyor, diğer camları da kırıyorlar. Ardından daha büyük suçlar geliyor; bir süre sonra o sokak, polisin giremediği bir mahalleye dönüşüyor. Bunu anlayan New York polisi, önce küçük suçların peşine düşmüş. Metroya bilet almadan binenleri, apartman girişlerini tuvalet olarak kullananları, kamu malına zarar verenleri, hatta içki şişelerini yola atanları bile yakalayıp haklarında işlem yapmış. Polis bu kararlılığıyla "Küçük müçük, bizim için hiç fark etmez; bu sokağın, metro istasyonunun veya mahallenin suç üreten bir bölge olmasına izin vermeyeceğiz" demiş. "Kırık Cam Teorisi" ABD'li suç psikoloğu Philip Zimbardo'nun 1969'da yaptığı bir deneyden ilham alınarak geliştirilmişti. Zimbardo, suç oranının yüksek olduğu, yoksul Bronx ve daha yüksek yaşam standardına sahip Palo Alto bölgelerine birer 1959 model otomobil bıraktı. Araçların plakası yoktu, kaputları aralıktı. Olup bitenleri gizli kamerayla izledi. Bronx'taki otomobil üç gün içinde baştan aşağıya yağmalandı. Diğerine ise bir hafta boyunca kimse dokunmadı. Ardından Zimbardo ile iki öğrencisi, sağlam kalan otomobilin yanına gidip çekiçle kelebek camını kırdılar. Daha ilk darbe indirilmişti ki çevredeki insanlar (yani zengin beyazlar) da olaya dahil oldular. Birkaç dakika sonra o otomobil de kullanılmaz hale geldi. "Demek ki" diyordu Zimbardo, "ilk camın kırılmasına, ya da çevreyi kirleten ilk çöpe, ilk duvar yazısına izin vermemek gerek. Aksi halde kötü gidişatı engelleyemeyiz."

## FIKRA ZAMANI ☺

Fizikçi, matematikçi, kimyacı, jeolog ve antropologdan oluşan bir heyet bir araştırma için arazide bulunmaktadır. Birden yağmur bastırır. Hemen yakındaki bir arazi evine sığınır. Ev sahibi bunlara bir şeyler ikram etmek için biraz ayrılır. Hepsinin dikkati soba üzerinde toplanır. Soba yerden 1 m. kadar yukarda, altındaki dizili taşların üzerindedir. Sobanın niçin böyle kurulmuş olabileceğine dair bir tartışma başlar. Kimyacı, "adam sobayı yükselterek aktivasyon enerjisini düşürmüş, böylece daha kolay yakmayı amaçlamış"; fizikçi, "adam sobayı yükselterek konveksiyon yoluyla odanın daha kısa sürede ısınmasını sağlamak istemiş"; jeolog, "burası tektonik hareketlilik bölgesi olduğundan herhangi bir deprem anında sobanın taşların üzerine yıkılmasını sağlayarak yangın olasılığını azaltmayı amaçlamış"; matematikçi, "sobayı odanın geometrik merkezine kurmuş, böylece de odanın düzgün bir şekilde ısınmasını sağlamış"; antropolog, "adam ilkel topluluklarda görülen ateşe tapmanın daha hafif biçimi olan ateşe saygı nedeniyle sobayı yukarıya kurmuş". Bu sırada ev sahibi içeri girer ve ona sobanın yukarda olmasının nedenini sorarlar., Adam cevap verir: - "Boru yetmedi."

## ÖDÜLLÜ SORU

Elinizdeki küp şeklinde bir patatesi, bıçak darbeleri ile dilimlere ayırmanız isteniyor Ancak bir şart ile Kesme işlemi her defasında küpün tam 3 köşesinden geçmeli Ne az ne de fazla bütün kesimler tamamlandığında küp kaç parçaya ayrılmış olur?

Cevaplarınızı 25.09.2014 tarihine kadar [gokcebacaksiz@netmon.com.tr](mailto:gokcebacaksiz@netmon.com.tr) adresine Gönderin sürpriz hediye kazanma şansını yakala



Mustafa Alp Solmaz, Zafer Kurt, Ercan Özöktem, Murat Uslu, Berkant Kaptan, Eroğan Burgucu, Ebru Gönülal, Cengiz Dalar, Hidayet Furuncu, Kubilay Öğretmen, Yasin Tüysüz, Samet Çeliksoy, Şahsivar Dinçer, Kemal Keskin, Emin Adnan Üvez, Birol Şimşek, Aykut Kurt, Zafer Çalık, Fatih Yılmaz, Mehmet Çakır, Osman Keçe, Mehmet Yılmaz arkadaşlarımızın DOĞUM GÜNLERİNİ KUTLUYORUZ...

## İletişim Bilgileri:

Adres:1200.sokak No:137 Ostim Yenimahalle/Ankara

Tel: 0312 385 86 00 Fax: 0312 385 85 86

[gokcebacaksiz@netmon.com.tr](mailto:gokcebacaksiz@netmon.com.tr); [netmon@netmon.com.tr](mailto:netmon@netmon.com.tr) ;

[www.netmon.com.tr](http://www.netmon.com.tr)